

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут Навчально-науковий інститут харчових технологій
Факультет Готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф.
В.Ф.Доценка

«До захисту в ЕК»

Директор інституту (декан факультету)

Оксана КОЧУБЕЙ-ЛИТВИНЕНКО

(підпис)

(ім'я, прізвище)

« » _____ 2025 р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

Василь ПАСІЧНИЙ

(підпис)

(ім'я, прізвище)

« » _____ 2025 р.

Декан факультету ГРТБ

Віта ЦИРУЛЬНІКОВА

(підпис)

(ім'я, прізвище)

« » _____ 2025 р.

Завідувач кафедри

Ірина МЕЛЬНИК

(підпис)

(ім'я, прізвище)

« » _____ 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА

зі спеціальностей 181 «Харчові технології», 242 «Туризм і
рекреація»

(код та назва спеціальностей)

міждисциплінарної освітньо-наукової програми «Промислові та крафтові
технології для HoReCa в туризмі»

на тему: Технологічні аспекти використання м'яса дичини у виробництві
крафтових м'ясопродуктів для розвитку гастрономічного туризму (на прикладі
ТОВ «М'ясоріг»)

Виконав: здобувач 2 курсу, групи КТ-2-15М

Сірош Сергій Васильович

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

Керівник к.т.н., доцент Топчій Оксана Анатоліївна

(ім'я, прізвище)

Керівник д.е.н., професор Антоненко Ірина Ярославівна

(ім'я, прізвище)

(підпис)

(підпис)

(підпис)

Рецензент _____

(ім'я, прізвище)

(підпис)

Я як здобувач(ка) Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержував(-ла) недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувач _____

(підпис)

Київ – 2025р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут Навчально-науковий інститут харчових технологій

Факультет Готельно -ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф.Доценка

Кафедра Технології м'яса і м'ясних продуктів

Кафедра Туристичного та готельного бізнесу

Освітній ступінь магістр

Спеціальностей 181 «Харчові технології», 242 «Туризм і рекреація»

(код і назва)

Міждисциплінарна освітньо-наукова програма «Промислові та крафтові технології для HoReCa в туризмі»

(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри технології м'яса і м'ясних

Продуктів Василь ПАСІЧНИЙ

“13” січня 2025 року

Завідувач кафедри туристичного та готельного

бізнесу Ірина МЕЛЬНИК

“13” січня 2025 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Сірош Сергій Васильович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1.Тема роботи Технологічні аспекти використання м'яса дичини у виробництві крафтових м'ясопродуктів для розвитку гастрономічного туризму (на прикладі ТОВ «М'ясоріг»)

Керівник роботи к.т.н., доцент Топчій Оксана Анатоліївна,
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові.)

Керівник роботи д.е.н., професор Антоненко Ірина Ярославівна,
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові.)

затверджені наказом закладу вищої освіти від від «13» січня 2025 року №6-КС _

2.Строк подання здобувачем роботи 15.05.2025 р.

3. Вихідні дані до роботи м'ясні вироби, м'ясо, термообробка, крафтові продукти, гастрономічний туризм, промисловий туризм, HoReCa, локальність харчові технології

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
Вступ. Розділ 1 Аналіз стану та перспективи розвитку м'ясної промисловості для сегменту HoReCa. Розділ 2. Аналіз потенціалу розвитку тов «М'ясоріг», м. Київ на ринку крафтових м'ясопродуктів Розділ 3. Науково-дослідна частина. Розділ 4. Залучення ТОВ «М'ясоріг», м. Київ до ринку гастрономічного туризму Висновки. Список використаних джерел.

5. Перелік графічного матеріалу _____

Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	к.т.н., доцент Топчій О.А.	18.01.2025	20.02.2025
II	д.е.н., професор Антоненко І.Я.	5.02.2025	10.03.2025
III	к.т.н., доцент Топчій О.А.	23.02.2025	27.03.2025
IV	д.е.н., професор Антоненко І.Я.	10.03.2025	8.04.2025

Дата видачі завдання 13.01.2025

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Виконання, % до етапу
1.	Вступ	01.02.2025	5
2.	Розділ 1. Аналіз стану та перспективи розвитку м'ясної промисловості для сегменту HoReCa	01.03.2025	20
3.	Розділ 2. Аналіз потенціалу розвитку тов «М'ясоріг», м. Київ на ринку крафтових м'ясопродуктів	01.04.2025	20
4.	Розділ 3 Науково-дослідна частина	15.04.2025	20
5.	Розділ 4. Залучення ТОВ «М'ясоріг», м. Київ до ринку гастрономічного туризму	25.04.2025	20
6.	Висновки і рекомендації	30.04.2025	10
7.	Список використаних джерел. Додатки	30.04.2025	5
8.	Оформлення пояснювальної записки і презентації роботи та подання їх на кафедрі	02.05.2025	
9.	Попередній розгляд роботи на кафедрі	Згідно графіку	
10.	Отримання зовнішньої рецензії і підготовка до захисту в ЕК	05.05.2025	
11.	Проходження перевірки на унікальність кваліфікаційної роботи	15.05.2025	
12.	Захист роботи в ЕК	Згідно графіку	

Здобувач роботи _____
(підпис)

Сергій СІРОШ _____
(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Керівник роботи _____
(підпис)

Оксана ТОПЧІЙ _____
(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Керівник роботи _____
(підпис)

Ірина АНТОНЕНКО _____
(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота за освітнім ступенем «магістр» зі спеціальностей 181 «Харчові технології» та 242 «Туризм і рекреація» міждисциплінарної освітньо-наукової програми «Промислові та крафтові технології для HoReCa в туризмі» на тему: «Технологічні аспекти використання м'яса дичини у виробництві крафтових м'ясопродуктів для розвитку гастрономічного туризму (на прикладі ТОВ «М'ясоріг»)» включає 97 сторінки тексту, 14 таблиць та список із 51 літературних джерел.

Метою роботи є удосконалення технології продуктів на м'ясній основі з додаванням нетрадиційної сировини та розширення асортименту продукції вітчизняного виробництва з високою харчовою цінністю. Робота містить аналітичний огляд вітчизняних джерел науково-технічної інформації. Наведено методики та результати експериментальних досліджень, висновки та рекомендації. Об'єктом досліджень є технологія виготовлення паштетів з частковою заміною м'ясної сировини нетрадиційною. Розроблено рецептури паштетів з додаванням м'яса диких тварин. Досліджено органолептичні, фізико-хімічні та технологічні показники розроблених виробів.

Проведено аналіз потенціалу розвитку ТОВ «М'ясоріг», м. Київ на ринку крафтових м'ясопродуктів. Представлено діагностику ринку крафтових м'ясопродуктів із м'яса дичини. Запропоновано організаційну характеристику діяльності ТОВ «М'ясоріг» та проведено оцінку його комерційної діяльності.

Обґрунтовано залучення ТОВ «М'ясоріг», м. Київ до ринку гастрономічного туризму. Розкрито перспективи розвитку гастрономічного туризму на основі крафтових м'ясопродуктів. Запропоновано формування туристичного продукту для ТОВ «М'ясоріг». Представлено визначення ефективності впровадження гастрономічного туру «Шлях Дичини» для ТОВ «М'ясоріг»

Ключові слова: крафтові вироби, локальна сировина, гастрономічний туризм, дичина, продовольча безпека, технології м'ясних виробів, локальна економіка.

ABSTRACT

Qualification work for the educational degree "Master" in specialties 181 "Food Technologies" and 242 "Tourism and Recreation" of the interdisciplinary educational and scientific program "Industrial and Craft Technologies for HoReCa in Tourism" on the topic: "Technological aspects of the use of game meat in the production of craft meat products for the development of gastronomic tourism (on the example of LLC "Myasorig") includes 97 pages of text, 14 tables and a list of 51 literary sources. The purpose of the work is to improve the technology of meat-based products with the addition of non-traditional raw materials and expand the range of domestically produced products with high nutritional value. The work contains an analytical review of domestic sources of scientific and technical information. Methods and results of experimental research, conclusions and recommendations are presented. The object of research is the technology of making pâtés with partial replacement of meat raw materials with non-traditional ones. Recipes for pâtés with the addition of wild animal meat have been developed. The organoleptic, physicochemical and technological indicators of the developed products have been improved.

The development potential of Myasorig LLC, Kyiv, in the market of craft meat products has been analyzed. The diagnostics of the market of craft meat products from game meat have been presented. The organizational characteristics of Myasorig LLC's activities have been proposed and its commercial activities have been assessed.

The involvement of Myasorig LLC, Kyiv, in the market of gastronomic tourism has been substantiated. The prospects for the development of gastronomic tourism based on craft meat products have been revealed. The formation of a tourist product for Myasorig LLC has been proposed. The definition of the effectiveness of the implementation of the gastronomic tour "The Path of Game" for Myasorig LLC has been presented.

Keywords: craft products, local raw materials, gastronomic tourism, game, food safety, meat product technologies, local economy.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ.....	4
ANNOTATION.....	5
ЗМІСТ.....	6
ВСТУП.....	8
1. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ М'ЯСНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ДЛЯ СЕГМЕНТА NORECA	10
1.1. Роль науки про харчування у сучасному світі.....	10
1.2. Аналіз використання нетрадиційної сировини, як джерела поживних речовин при виробництві паштетів.....	17
Висновки до 1 розділу.....	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ТОВ «М'ЯСОРИГ», М. КИЇВ НА РИНКУ КРАФТОВИХ М'ЯСОПРОДУКТІВ	
2.1. Діагностика ринку крафтових м'ясопродуктів із м'яса дичини.....	24
2.2. Організаційна характеристика діяльності ТОВ «М'ясоріг».....	30
2.3. Оцінка комерційної діяльності ТОВ «М'ясоріг».....	33
Висновки до розділу 2.....	40
3. НАУКОВО-ДОСЛІДНА ЧАСТИНА.....	42
3.1. Схема проведення наукових досліджень.....	42
3.2. Удосконалення технології паштетів з використанням нетрадиційної сировини.....	44
3.3. Визначення органолептичних показників паштетів.	46
3.4. Аналіз фізико-хімічних показників	49
Висновки до 3 розділу	55
РОЗДІЛ 4. ЗАЛУЧЕННЯ ТОВ «М'ЯСОРИГ», М. КИЇВ ДО РИНКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	
4.1. Перспективи розвитку гастрономічного туризму на основі крафтових м'ясопродуктів.....	56
4.2. Формування туристичного продукту для ТОВ «М'ясоріг».....	61
4.3. Ефективність впровадження гастрономічного туру «Шлях Дичини» для ТОВ «М'ясоріг».....	69
Висновки до розділу 4.....	74
ВИСНОВКИ.....	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	79

ВСТУП

Забезпечення населення повноцінними і екологічно чистими м'ясними виробами — одне з головних завдань соціального розвитку України на сучасному етапі. У вирішенні цієї проблеми увагу приділяють пошуку нових джерел харчових продуктів, які б могли розширити асортимент м'ясної продукції. Ринок України представляє широкий асортимент м'ясних виробів виготовлених з традиційної м'ясної сировини. Проте є сегмент споживачів, які все більше і більше шукають нові делікатесні вироби. Пропонується виготовлення м'ясних делікатесів з м'яса диких тварин. Ці м'ясні вироби мають неповторні смакові властивості, а також велику кількість поживних речовин, а виготовлення таких виробів є досить перспективним. На відміну від м'яса домашніх тварин м'ясо дичини містить більше мінеральних солей і вітамінів і менше жиру: він відкладається на нутрощах і підшкірних тканинах, в м'язових тканинах, як правило, відсутня. Зате м'ясо дичини більш багате азотистими речовинами, переважно білками. За засвоюваності м'ясо диких тварин вважається більш цінним продуктом, насамперед через низький вміст жиру і високий вміст повноцінних білків, вітамінів і деяких мінеральних речовин, особливо кальцію, заліза і фосфору. Добра засвоюваність м'яса дичини обумовлена сприятливим складом пуринових сполук, а порівняно високий вміст креатину та інших складових частин позитивно відображається на вегетативній нервовій системі людини. Завдяки незначній жирності м'ясо дичини має знижені енергетичні показники, тому воно рекомендується як для розширення меню, так і для приготування щоденних страв. Властивості жиру, що міститься в м'ясі дичини, неоднакові і змінюються в залежності від виду тварин. Заячий і кролячий жир неприємно пахне, тому при обробці тушки його видаляють. Відділяється і жир великої копитної дичини. Виняток становить дикий кабан, жир якого можна використовувати при приготуванні інших страв. Він дещо м'якший, ніж жир домашнього поросяти, що взагалі характерно для жиру усіх видів диких тварин. Жир куріпок, фазанів, диких

голубів і качок не видаляється, його використовують для приготування страв із цих видів дичини. Дичина є досить нежирним продуктом, так як містить 1 - 3 % ліпідів. Але це м'ясо багате протеїнами — 15 - 20 %.

Метою кваліфікаційної роботи є створення економічно та технологічно обґрунтованої моделі локального виробництва крафтових виробів з дичини, яка базується на принципах використання місцевої сировини та розвитку гастрономічного туризму як інструменту просування регіонального бренду.

Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких основних завдань:

- проаналізувати сучасні виклики продовольчої безпеки в Україні та перспективи її забезпечення на рівні громади;

- дослідити особливості локального виробництва продукції з дичини використовуючи потенціал кооперації між суб'єктами регіонального ринку;

розробити рецептури крафтових виробів із урахуванням традиційних технологій, біологічної цінності та органолептичних показників;

- обґрунтувати технологічну карту виробництва продукції, визначити необхідне обладнання та оптимальні параметри процесів;

- провести фізико-хімічну, мікробіологічну та сенсорну оцінку готової продукції;

- розробити концепцію гастрономічного туристичного маршруту з елементами дегустації, екскурсій та освітніх заходів.

Об'єктом дослідження є процес організації локального виробництва м'ясної продукції з дичини на крафтовій основі з подальшою інтеграцією у туристичні сервіси.

Предметом дослідження виступають технології виготовлення ковбасної продукції та підходи до формування туристичного продукту на основі гастрономічної ідентичності регіону.

Методи дослідження включають аналіз наукових, нормативних і статистичних джерел, розробку рецептур і технічних карт, лабораторні

дослідження, маркетингові опитування, SWOT-аналіз, а також економічне моделювання ефективності впровадження інтегрованої виробничо-туристичної моделі.

Особистий внесок здобувача полягає в розробці концепції крафтового виробництва в локальному контексті, створенні інноваційних рецептур, здійсненні аналізу якості продукції та підготовці пропозицій щодо її просування через туристичні послуги.

Таким чином, розробка та впровадження крафтових технологій є своєчасним та перспективним напрямом, що відповідає завданням продовольчої безпеки, потребам розвитку сільських громад і запитам гастрономічного туризму в Україні.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ М'ЯСНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ДЛЯ СЕГМЕНТА NORECA

1.1. Роль науки про харчування у сучасному світі

Роль науки в розвитку виробництва харчових продуктів визначається результатами фундаментальних досліджень у галузі біохімії, харчової хімії, мікробіології, гігієни харчування і в інших сферах науки, а також у відповідних прикладних науково-дослідних і дослідно-конструкторських роботах, на основі яких було створено прогресивні технології та технічні засоби.

Процес удосконалення технології та техніки є безперервним, оскільки вітчизняна й світова наука постійно відкриває все нові властивості основних компонентів їжі (білків, жирів, вуглеводів тощо) і корегує їхню роль у життєзабезпеченні людського організму. На підставі знань про склад сировини і готової продукції розроблено науково обґрунтовані рецептури та асортимент продукції з урахуванням їхнього призначення [9].

За останні 40 років у науці про харчування змінилися багато уявлень про взаємозв'язок харчування й здоров'я. В 60-70-і роки на Заході, а тепер й у нас приходить розуміння того, що харчові речовини не тільки незамінні для росту, розвитку й підтримки здоров'я людини, але й відіграють важливу роль у зниженні ризику розвитку хронічних неінфекційних захворювань. В 80-і роки була остаточно сформульована концепція про зв'язок характеру харчування з розвитком хронічних неінфекційних захворювань [8].

Нормальному, збалансованому харчуванню відповідає диференційований за віком, видом діяльності людей і кліматичними умовами місця проживання раціон, який забезпечує організм необхідною кількістю енергії.

За оцінками Продовольчої й сільськогосподарської організації ООН (ФАО) і Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), середня норма

харчування для однієї людини має становити 2300—2400 ккал на добу [11]. Звичайно, цей показник може трохи варіюватись залежно від статі, віку, виду праці, а також природно-кліматичних умов та деяких інших факторів.

З урахуванням фізіологічних норм, наведених вище, наприкінці 80-х років повноцінне харчування отримували 35 % жителів Землі. Приблизно 15 % споживали достатню кількість калорій, але мали дефіцит білків. Близько 20 % мали дефіцит білків тваринного походження. А решта 30 % жили в умовах кількісної та якісної нестачі їжі, споживаючи менше 1700 ккал на добу [11].

На початок 90-х років загальна кількість голодуючих оцінювалася, за даними ФАО, в 500—550 млн осіб, а тих, хто недоїдає, — 1—1,3 млрд. Середній для всього світу показник калорійності харчового раціону становив 2700 ккал на добу [11].

В економічно розвинутих країнах споживання продовольства в середньому на душу населення становить 2400 ккал, а споживання білків — приблизно 100 г на добу [12].

Науковою основою сучасної стратегії виробництва їжі є пошук нових ресурсів і додаткових резервів за рахунок тваринної і рослинної сировини та їх поєднання.

Ведучими фахівцями, які займаються питанням раціонального харчування доведено, що поєднання тваринної і рослинної їжі дозволяє взаємно доповнювати продукти, які мають нестачу біологічно активних речовин і можуть бути основою для забезпечення функціонального харчування [9].

Цільове комбінування рецептурних інгредієнтів забезпечує одержання харчової композиції із заданим хімічним складом.

Цей підхід складає основу комплексного використання сировини, основна перевага якого полягає в потенційній можливості взаємного збагачення інгредієнтів, які входять до рецептури по одному чи декільком есенціальним факторам з метою забезпечення найбільш повною відповідністю створюваних композицій формулі збалансованого чи адекватного харчування [10].

Існують різні способи комбінування продуктів, але найбільший пріоритет серед них займає м'ясо-рослинний.

Труднощі, що пов'язані з задоволенням потреб у білках і нестачею білків тваринного походження в світі стало необхідністю комплексного використання тваринних і рослинних білків. Використання харчових білків рослинного походження є однією із найбільш швидких і ефективних шляхів вирішення білкового дефіциту.

На основі літературних даних встановили: незважаючи на багаточисельні дослідження, які проводяться по створенню продуктів, що володіють підвищеною харчовою і біологічною цінністю, асортимент їх незначний.

У концепції сучасного харчування всі продукти поділяються так:

- продукти масового споживання (призначені для харчування всіх груп населення і виробляються за традиційними технологіями);
- функціональні продукти, призначені для всіх груп населення (вони обов'язково містять інгредієнти, які мають певне функціональне призначення);
- продукти лікувального харчування – це продукти спеціального призначення (їх використовують як лікувальний засіб у комплексній терапії захворювань) [9].

Сучасні принципи створення високоякісних харчових продуктів засновані на виборі і обґрунтуванні певних видів сировини і таких співвідношень, які забезпечили б досягнення прогнозуємої якості готової продукції, наявність високих органолептичних показників і певних споживацьких і технологічних характеристик.

При конструюванні таких продуктів необхідно намагатись до максимальної збалансованості харчових компонентів за хімічним складом. Можливість взаємного збагачення інгредієнтів, що входить до рецептури продукту по одній чи декілька есенціальним складовим спостерігається при комплексному використанні сировини різного походження. Тому при розробці

рецептури паштетів вченими використана комбінація рослинної і м'ясної сировини, що найбільш повно відповідає формулі збалансованого харчування.

Харчування вважається ідеальним, якщо надходження поживних речовин в організм відповідає їхній витраті. Їжа складається з корисних, шкідливих і токсичних компонентів [9].

Збалансування харчування - облік всіх факторів харчування, їхнього взаємозв'язку й індивідуальних особливостей організму.

Формалізація медико-біологічних вимог і реалізація методів дослідження хімічного складу сировини дозволяє вибрати з багаточисельного ряду інгредієнтів найбільш перспективні.

Відомо, що постачальниками білка є продукти тваринного та рослинного походження. Рекомендовано вживати білок у такому співвідношенні: тваринного 55% і рослинного 45%. Однак у сучасному раціоні харчування дефіцит білка в середньому становить 25%. Прогнози глобального забезпечення білками потреб населення свідчать, що білковий баланс в харчових продуктах може бути досягнуто за умови розвитку комбінування рослинних і тваринних протеїнів.

Концепція функціонального харчування вперше була сформульована в Японії в 1984 році. Саме цього року в Японії був даний старт Національному Проекту Функціонального Харчування і введений термін — "функціональний продукт" [11]. По задуму творців, новий дизайн продуктів повинний стати рецептом поліпшення здоров'я людства і способом зниження економічних втрат національних бюджетів на охорону здоров'я.

Зростаючий інтерес до цієї проблеми в Європі і США привів до появи зовсім нових "функціональних" продуктів, а підсумком небувалого змагання, що розгорнулося між харчовою промисловістю і фармацевтичною індустрією стало підвищення рівня життя мільйонів жителів трьох континентів.

Функціональні продукти в даний час складають 3-5 % усіх відомих харчових продуктів. У розвинутих країнах з високим рівнем життя, де люди

мають більше можливості слідкувати за собою і займатися своїм здоров'ям, ФП користуються високим попитом і виробництво таких продуктів інтенсивно розвивається. У відповідності з прогнозами, у найближчі десятиліття доля 30 % усього об'єму продовольчого ринку. Уже сьогодні в Європі випуск таких продуктів складає 20 % загального об'єму. Лідерами на Європейському ринку ФП є Германія (36,3 %), Великобританія (21,9), Франція (15,0).

Інгредієнти, що додають продуктам функціональні властивості, повинні бути натуральними, або ідентичними натуральним, корисними для здоров'я. Щоденні дози повинні бути розроблені спеціалістами-дієтологами і фахівцями в області гігієни харчування; вони не повинні порушувати збалансованість раціонів і зменшувати харчову цінність харчових продуктів. Кожен функціональний інгредієнт повинен мати точні фізико-хімічні характеристики і методики їх визначення [4].

Перш за все — це збереження переважного харчування людини натуральними і високоякісними продуктами.

Другою складовою оптимального харчування є збагачення харчової сировини і харчових продуктів дефіцитними для населення країни макро- і мікронутрієнтами.

Третьою і природною складовою є широке впровадження в харчування населення країни біологічно активних добавок — носіїв мікронутрієнтів, про- і пробіотиків та інших біологічно активних речовин природного походження.

Четверта складова — забезпечення збагачення джерел харчових продуктів есенціальними для людини харчовими речовинами за рахунок впровадження нових джерел їжі з підвищеною харчовою цінністю, зокрема, стосуючись білків з високим вмістом незамінних амінокислот, рослинних олій, збагачених ПНЖК, і незамінних для людини мікронутрієнтів — вітамінів і мікроелементів.

П'ята складова — поступовий перехід до індивідуального харчування з урахуванням фізіологічного і харчового статусу кожного індивідуума.

Виробництво паштетів, на сьогодні є одним з найбільш перспективних напрямків, що швидко зростає і розвивається.

Це пов'язане, перш за все з тим, що змінюється спосіб життя, його ритм, тенденції. У нашій країні є багато диких тварин, м'ясо яких використовується в харчуванні людини (лось, косуля, дикі кабани, кози, олені, фазани, нутрії, зайці та ін.). Використання м'яса диких тварин у їжу залежить від звичаїв місцевого населення, що необхідно враховувати під час його санітарної оцінки. Залежно від виду диких тварин м'ясо, відрізняється за морфологічним і хімічним складом, смаком і кулінарними якостями та органолептичними показниками. Якість м'яса диких тварин значно залежить від способів та умов добування, розбирання туш, транспортування та зберігання. М'ясо диких тварин висококалорійне, володіє дієтичними властивостями. Перед виробництвом продуктів рекомендується витримувати м'ясо в спеціально приготованому маринаді, спигувати салом і додавати велику кількість жиру.

Паштети являють собою калорійний гомогенізований продукт, з переважним вмістом м'яса.

Ніжна консистенція досягається спеціальними способами обробки сировини і підбиранням інгредієнтів рецептури.

Для виробництва паштетів використовують наступну сировину тваринного походження: жиловану яловичину, свинину, телятину, куряче та гусяче м'ясо, кролятину, нутрій, м'ясо механічної обвалки, жир свинячий, курячий, оброблені субпродукти першої категорії (печінку, мозок, серце), другої категорії (легені яловичі і свинячі, губи яловичі, вуха яловичі і свинячі), свинячу шкурку, між соскову частину, печінку курячу і гусячу.

Крім того, при виготовленні паштетів використовують масло вершкове, сметану, сироватку, плазму крові, меланж, м'ясні бульйони, вітамінні препарати, стабілізатори кольору (нітрит натрію, ферментативний рис). Принцип приготування паштетів оснований на комбінуванні різних видів продуктів, а також способів їх обробці (варка, бланшування, пасерування, обжарка, гомогенізація) в залежності від рецептури. Готовий продукт повинен

мати приємний смак, запах і колір, однорідну, без ознак зернистості, мазку консистенцію.

За складом сировини, технологічним процесам виготовлення, посолу, витримці, термічній обробці і охолодженню паштети із м'ясопродуктів можна віднести до здорового харчування. Слід зазначити, що деяке підвищення вартості малокалорійних продуктів для споживачів, які мають надмірну вагу і прагнуть до здорового харчування, не є втратою, так як вони отримують взаємін більш велику цінність – здоров'я.

М'ясо також є важливим джерелом жирів, за рахунок яких організм покриває до 30% енергетичних витрат. Жири грають роль запасного живильного і теплоізоляційного матеріалу. Вони впливають на засвоєння білків, вітамінів і мінеральних солей. При їх недоліку порушуються обмінні процеси, знижується імунітет.

Проте надлишок жирів призводить до порушення секреторної діяльності шлунково-кишкового тракту, відкладення жиру в тканинах, підвищеного виведення солей кальцію і магнію.

Серед мінеральних речовин, що містяться в м'ясі, особливу цінність для людського організму представляє залізо.

При його участі в тканини і клітини поступає кисень і виводиться вуглекислий газ. Залізо, що міститься в м'ясі і м'ясних субпродуктах (печінка, серце, кров), знаходиться в легкозасвоюваній біологічно активній формі і засвоюється організмом дитини в десятки разів краще (на 20-30%), ніж з рослинних продуктів (1-3%). Крім того, в м'ясі містяться такі важливі мінеральні речовини, як магній, мідь, цинк, кальцій, фосфор, селен тощо.

У м'ясі виявлено також близько 20 вітамінів, з них основні - В1, В2, В12, РР [14,15].

Однак в м'ясі практично відсутні аскорбінова кислота, ретинол і кальциферол. Крім того, м'ясо є джерелом вільних радикалів, які порушують кислотно-лужну рівновагу організму людини, зсуваючи її в кислий бік,

призводить до погіршення обміну речовин та прискорює старіння клітин організму [13].

Рослинна сировина, при додаванні її в м'ясопродукти, завдяки надлишку катіонів збільшує лужний резерв організму. Однак дуже важливо правильно скомбінувати рослинну і тваринну сировину, підібрати оптимальне їх співвідношення. Зміни не повинні відобразитися на технологічних та фізико-хімічних властивостях продукту, на їх товарному вигляді та сенсорних показниках.

Традиційні м'ясні продукти, що виробляються на м'ясопереробних підприємствах (ковбасні вироби, паштети, м'ясні січені фабрикати) можна віднести до комбінованих, оскільки до їх складу разом з м'ясною сировиною вводять допоміжні матеріали без яких важко виготовити високоякісну продукцію.

В класичних технологіях виготовлення м'ясопродуктів використовується переважно емпіричний підхід до підбору інгредієнтів, часом не обґрунтований з погляду їх оптимального співвідношення, без урахування широких технологічних можливостей систем, фізико-хімічних процесів, економічної доцільності, що знижують тим самим конкурентоспроможність продукції. При такому підході рецептурний склад, в першу чергу, визначається органолептичними показниками, а технологічний процес має загальноприйнятну структуру, набір і послідовність операцій.

З поступовим збільшенням у нашій країні кількості людей, які за рівнем життя відповідають середньому класу, попит на продукцію із нетрадиційних видів сировини, яку отримують при вирощуванні таких тварин як нутрія, страус, фазан, олень, лось, косуля, перепела, дика коза та інші зростає.

1.2. Аналіз використання нетрадиційної сировини, як джерела поживних речовин при виробництві паштетів.

Сьогодні все більш популярними стають м'ясні вироби так званого здорового харчування, такі як, наприклад, збагачені вітамінами,

кроелементами, баластними речовинами (рослинна клітковина). Теорія адекватного харчування поставила перед вченими та спеціалістами вимоги щодо вирішення проблеми створення високоякісних продуктів із натуральної нерафінованої немодифікованої сільськогосподарської сировини. Певний вміст баластних речовин не знижує харчової цінності продукту, як це вважали раніше, а навпаки підвищує його фізіологічну необхідність для організму. Згідно даних М. І. Пересічного [16] формула їжі XXI століття становить суму складових: традиційні (натуральні продукти), в тому числі генетично модифіковані, натуральні продукти модифікованого хімічного складу, біологічно активні добавки (БАД).

Для поповнення об'ємів м'ясної продукції в теперішній час значну роль відіграє „нетрадиційна сировина”.

Найбільший інтерес сьогодні для розведення представляють страуси, фазани, індики, олені, дикі кози, кролі. Індюшати́на – дієтичний продукт, який відрізняється хорошими смаковими властивостями і високою засвоєністю. В умовах дефіциту вітчизняної яловичини і свинини спостерігається тенденція масового розведення і переробки екзотичної птиці страуса. Причому, при вирощуванні цих птахів в їх раціон не потрібно вводити стимулятори, гормональні препарати, антибіотики. Зростаюча з року в рік популярність обумовлена не тільки високими споживчими властивостями отриманих від них продукції, але й високою економічною ефективністю. Щорічно від однієї самки можна отримати 1800 кг м'яса, до 50 квадратних метрів шкури та 36 кг пір'я. При вирощуванні на 1 кг приросту живої маси страуса необхідно 3,5 – 4,0 корм. од., тоді як в м'ясному тваринництві цей показник складає 8 – 10 корм. од. Сумарна м'ясна продуктивність однієї самки за 25 років може досягти 45000 кг. Результати проведених досліджень показали, що м'ясо африканського страуса нежирне, має темно – червоний колір, смак нагадує пісню яловичину. М'ясо страуса характеризується високим вмістом білку, низьким вмістом жиру і холестерину. Раціон споживання страусино́го м'яса знижує ризик виникнення серцево – судинних захворювань: атеросклерозу, інфаркту,

інсульту. Амінокислотний склад м'яса страуса багатий на незамінні амінокислоти. Мінімальний амінокислотний скор вищий, ніж у інших видів м'яса, що свідчить про високу амінокислотну збалансованість. Із результатів дослідження жирно кислотного складу страусинового м'яса виявлено, що співвідношення насичених, моно насичених і полі насичених жирних кислот приближається до еталону[19]. Харчова цінність ліпідів м'яса в значній степені залежить від кількісного вмісту незамінних полі насичених жирних кислот – ліноленової і арахідонової. Вміст ліноленової кислоти приближається до еталону. По вмісту арахідонової м'ясо страуса перевищує еталон у декілька разів.

Біле ніжне м'ясо кролика поступається гострому смаку диких тварин. Кролятина відноситься до високоцінному дієтичному продукту. Особливістю є мінімальний вміст сполучної тканини, що обумовлює ніжну консистенцію і високу його засвоюваність. Співвідношення незамінних амінокислот близьке до оптимального. За вмістом азотних речовин поступається лише м'ясу зайця та індиків. Кролятина бідна на холестерин; в 100 грамах міститься в середньому близько 25 міліграмів холестерину, тоді як в яловичині 37 -48 мг. Кролячий жир в порівнянні з жиром інших сільськогосподарських тварин багатий полі ненасиченими жирними кислотами і відрізняється високим співвідношенням ненасичених жирних кислот до насичених. За дієтичними властивостями кролятина близька до курятини, а за вмістом білка та жиру значно перевищує її. Маса тушки кролика залежить перш за все від віку і коливається в межах 800-3000 грамів. Забійний вихід складає 48-52%. На долю м'якоті в тушках дорослих кролів припадає 84-85%, на долю кісток і хрящів 15-16 %. Тоді як в тушах ВРХ міститься до 30 %[19]. Нутрієведення в Україні, на жаль, мало поширена галузь. А даремно. Нутрії - це не тільки цінні хутрові шкурки. Це і дієтичне м'ясо. Його рекомендують вживати людям, які страждають на хвороби органів травлення, цукровий діабет, склероз, хвороби нирок та печінки. М'ясо нутрій - цінний продукт харчування для дітей і матерів, які годують немовлят. Воно тонковолокнисте, ніжне й ароматне, характеризується високою здатністю

утримувати вологу, тобто соковитістю, а за повноцінністю білка прирівнюється до яловичини. У багатьох країнах Південної Америки та деяких державах Європи цей продукт вважають делікатесом і продають за вищими цінами, ніж свинину, яловичину і баранину. Отже, нутрієведення - галузь перспективна. Досвіду в цій справі, звісно ж, не було, а племінних нутрій мусили купувати на руках у приватників. Забійний вихід самців, самок і молодняку становить відповідно 55...60; 51...54 і 46...48%. У середньому від однієї дорослої тварини одержують 2,5...3,5, від молодняку (у віці 7...8 міс) – 1,8...2,0 кг м'яса, яке на 65...70% складається з м'язової тканини, на 18...23% - кісткової і на 3...20% (залежно від віку тварин) – з жиру. У м'язах міститься 21...22% білків; 3,9...7,9% жиру; 0,8...1,1% золи; 64,3...74,4% води. Якість м'яса нутрій залежить від умов утримання та годівлі, а також техніки забою (слід швидко й повністю знекровлювати тушки, охолоджувати і витримувати їх для дозрівання упродовж 8...12 год при температурі 16...180С). Від зазначених факторів залежить і якість хутра. Умови дефіциту м'ясної сировини і нестабільність її якісних характеристик підприємств м'ясної промисловості великим попитом користуються харчові добавки і інгредієнти, які сприяють формуванню структури готових виробів. В якості, серед виробників м'ясних продуктів популярні білкові препарати тваринного походження, які дозволяють направлено змінювати структурно-механічні властивості м'ясного фаршу, підвищувати вихід готових виробів, перешкоджати виникненню технологічних дефектів продукції.

Застосування багатих на колаген вторинних продуктів м'ясної галузі для виготовлення паштетів слід признати традиційним. Номенклатура колагенвмісної сировини, що використовується у цих цілях включає головним чином субпродукти другої категорії, а також жилки, хрящі, шкурку. Після обробки кислотами або лугами свинячі шкури набувають м'яку консистенцію.ю легко обробляються і відрізняються підвищеною на 30 – 40 % водозв'язуючою здатністю. Свинячі шкури застосовують при готуванні м'ясних

емульсій. Свинячі шкури знімали з лопаток, спини і задньої частини туш, розрізали на смужки, заморожували, грубо подрібнювали, знову подрібнювали і перетворювали в стан, що нагадує пластівці.

Останнім часом найбільшу зацікавленість у спеціалістів м'ясо переробних підприємств викликають концентрати білків тваринного походження, які виробляються із свинячої шкурки, сполучної тканини, доля протеїну в яких складає 90 % і більше. Це пов'язано з тим, що вони мають досить високі волого утримуючі, емульгуючі властивості, технологічні у використанні, поліпшують органолептичні характеристики готової продукції [1]. На вітчизняному ринку представлено функціональні тваринні білки: «Супергель», «Сканпро Е-95», «Сканпро ТС-70», «Сканпро 340/1», «Дринда», «Атарі СТ 97», «Типро 600», «Типро 600С», «Типро 601», «Типро 800», «Мігель», «Скангель А 95», «Сканкур ДИ 95», «Фас гель М 100», «Промил С-95» [20, 21, 24-26, 27].

Великий інтерес до тваринних білків зі сторони технологів пояснюються унікальними властивостями цих продуктів. По-перше, тваринні білки – це, як правило, на 100% натуральні продукти, виробництво яких засновано виключно на термічних та механічних процесах. Повноцінні тваринні білки значно передують рослинні біологічною цінністю. Доведено, що у порівнянні з останніми вони краще збалансовані за амінокислотним складом, та у більшому ступеню відповідають вимогам організму людини у незамінних амінокислотах.

У функціональних тваринних білках практично відсутня амінокислота триптофан. Біологічна цінність білків колагену, у складі яких немає триптофану та досить мало метіоніну, і роль їх у харчуванні визначається тим, що у деяких співвідношеннях з іншими білками вони можуть компенсувати недостатній вміст амінокислот з числа тих, які вони містять у достатній кількості.

По-друге, тваринні білки істотно краще поліпшують реологічні властивості продуктів, та перш за все їх консистенцію, одночасно виконуючи

роль стабілізаторів, драгле- та гелеутворювачів, поліпшуючи зовнішній вигляд готової продукції.

Функціонально-технічні властивості тваринних білків дозволяють використовувати їх за різним цільовим призначенням:

- замість основної м'ясної сировини у рецептурах емульсованих м'ясних продуктів:
- у поєднанні з низькосортною м'ясною сировиною з метою поліпшення структури і функціонально-технологічних властивостей м'ясних емульсій, підвищення біологічної цінності готової продукції:
- у поєднанні з жировмісною для стабілізації функціональних та якісних характеристик м'ясної сировини:
- для поліпшення таких реологічних та органолептичних властивостей, як консистенція, пластичність, соковитість, зовнішній вигляд, а також з метою запобігання утворення бульонно-жирових набряків та втрат при термообробці;
- для виробництва високо засвоюваних геродієнтичних білкових м'ясних продуктів з пониженим вмістом жиру, холестерину і достатньою
- енергетичною цінністю;
- з метою зниження затрат на виробництво та підвищення виходу готової продукції.

Таким чином, резюмуючи викладене вище, можна стверджувати, що розширення асортименту м'ясних фаршевих виробів за рахунок використання добавок з колагенвмісної сировини - дуже перспективний напрямок.

В реалізації ідеї здорового харчування великого значення набувають функціональні продукти. Сучасні продукти харчування повинні мати збалансований склад, низьку калорійність, знижений вміст цукру і жиру, збільшений термін зберігання, можливість швидкого приготування, а також досконалу безпеку для людини.

Висновки до 1 розділу

У результаті проведеного аналізу розвитку м'ясопереробної галузі в сегменті HoReCa та крафтового виробництва можна зробити такі основні висновки. Сегмент HoReCa виступає важливим драйвером оновлення та розвитку харчової індустрії, формуючи попит на якісні, різноманітні та інноваційні вироби з дичини. По-друге, крафтове виробництво, яке ґрунтується на застосуванні традиційних технологій із використанням натуральних інгредієнтів та сучасних підходів до виробництва, відповідає актуальним споживчим тенденціям, що зосереджені на здоровому харчуванні та унікальному смаковому досвіді. По-третє, перспективи розвитку даних сегментів обумовлені зростанням інтересу до локальних продуктів, екологічності та інновацій у рецептурах, що відкриває широкі можливості для адаптації виробництва до нових вимог ринку.

Таким чином, розвиток виробництва продуктів з дичини в системі HoReCa та крафтовому сегменті має важливе значення для підвищення конкурентоспроможності галузі в цілому, розширення асортименту та поліпшення якості продукції, а також задоволення різноманітних запитів сучасних споживачів. Для подальшого успішного розвитку необхідно активізувати впровадження інноваційних технологій, підтримувати місцевих виробників та стимулювати розвиток нових продуктових ліній, що відповідатимуть світовим трендам та потребам ринку

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ТОВ «М'ЯСОРІГ», М. КИЇВ НА РИНКУ КРАФТОВИХ М'ЯСОПРОДУКТІВ

2.1. Діагностика ринку крафтових м'ясопродуктів із м'яса дичини

Ринок м'яса дичини у виробництві крафтових м'ясопродуктів є нішевим, але перспективним сегментом харчової промисловості, що активно розвивається у контексті зростання попиту на якісні, натуральні та ексклюзивні продукти. Характеристика ринку м'яса дичини у виробництві крафтових м'ясопродуктів узагальнена в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Характеристика ринку м'яса дичини у виробництві крафтових м'ясопродуктів

Характеристики	Їх опис
1. Нішевість і ексклюзивність	М'ясо дичини (олень, кабан, фазан, качка, косуля тощо) є делікатесом, який використовується у виробництві елітних ковбас, паштетів, в'ялених виробів. Його обирають поціновувачі натурального смаку, високої якості та гастрономічної автентичності.
2. Поєднання з концепцією крафтовості	Крафтові продукти передбачають ручне виробництво, авторські рецептури, обмежені партії, що ідеально поєднується з використанням дичини — сировини, яка сама по собі не передбачає масового виробництва.
3. Сезонність і обмеженість сировини	Полювання на дичину регулюється законодавчо, тому сезонність постачання сировини впливає на обсяги виробництва. Часто м'ясо дичини надходить від мисливських господарств або сертифікованих ферм.
4. Попит серед споживачів	Споживачами є гастрономічно освічена аудиторія, що цінує екологічність, високу поживну цінність (низький вміст жиру, висока концентрація білка), а також етичний аспект (відсутність гормонів і штучних кормів).
5. Ціновий сегмент	Продукти з м'яса дичини переважно належать до преміум-класу через високу вартість сировини, обмежену доступність і складність обробки.

Джерело: розроблено автором

Основними характеристиками ринку м'яса дичини у виробництві крафтових м'ясопродуктів є: нішевість і ексклюзивність; поєднання з концепцією крафтовості; сезонність і обмеженість сировини; попит серед споживачів; ціновий сегмент

Основними трендами ринку м'яса дичини у виробництві крафтових м'ясопродуктів є:

- поширення локаворства (використання локальної сировини);
- підвищення інтересу до етнічної кухні та історичних рецептів;
- зростання ролі фермерських і ремісничих виробництв;
- акцент на екологічність і стійкість виробництва.

Викликами ринку м'яса дичини у виробництві крафтових м'ясопродуктів є:

- складність сертифікації та контролю якості м'яса дичини;
- логістика та зберігання (заморожування, охолодження);
- нерегулярність постачання сировини.

Ринок м'яса дичини в Україні є досить вузькоспеціалізованим, проте демонструє стабільне зростання попиту, особливо серед споживачів, орієнтованих на здорове харчування, гурманів та поціновувачів екологічно чистої продукції. Дичина, зокрема м'ясо кабана, оленя, лані, фазана, качки, користується підвищеним інтересом у закладах ресторанного типу, а також серед приватних споживачів, які шукають альтернативу традиційним видам м'яса.

Однією з ключових характеристик цього ринку є обмежений обсяг легального виробництва. Через високі вимоги до сертифікації, санітарного контролю та етичного полювання, більшість м'яса дичини постачається або з ліцензованих мисливських господарств, або імпортується з країн Європи, зокрема Польщі, Угорщини та Чехії.

Ринок залишається нішевим, однак має потенціал для розширення за умов ефективного державного регулювання, розвитку мисливської

інфраструктури та популяризації дикої кухні в гастрономічній культурі. Підприємства, що працюють у цьому секторі, часто комбінують виробництво з переробкою, реалізуючи продукцію у вигляді ковбас, паштетів, копченостей та страв готового споживання.

Інтерес до м'яса дичини зростає також на фоні глобального тренду на натуральні продукти без антибіотиків і гормонів. Українські виробники мають усі передумови для того, щоб розвивати цей ринок — зокрема завдяки природному різноманіттю фауни та досвіду у сфері мисливства.

На ринку крафтових м'ясопродуктів із м'яса дичини вже існують окремі підприємства, а також є потенціал для входження нових гравців, зокрема фермерських господарств, мисливських господарств та малих м'ясопереробних підприємств. Характеристика учасників ринку України та Європи показані в табл. 2.2

Таблиця 2.2

Діючі підприємства крафтових м'ясопродуктів із м'яса дичини в Україні та Європі

Україна	Європа
<ul style="list-style-type: none"> • «Деліція» (Львівська обл.) – невелике крафтове виробництво, що випускає авторські ковбаси, в т.ч. з дичини (наприклад, ковбаса з м'яса оленя або дикого кабана). • «М'ясна справа» (Київська обл.) – приватне виробництво, яке іноді пропонує сезонні делікатеси з дичини. • Мисливські господарства (наприклад, «Світанок», «Подільське мисливство») – можуть постачати м'ясо дичини, інколи мають свої міні-цехи для переробки. <p>В Україні цей сегмент ще недостатньо структурований, але має великий потенціал для об'єднання мисливських господарств із крафтовими переробниками.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Karl Johan Wild (Швеція) – виробник м'ясних виробів із дичини, акцент на експорт преміальної продукції. • Black Forest Venison (Німеччина) – м'ясо косулі, оленя, кабана, яке використовується в ресторанах і крафтовій переробці. • Wild Meat Company (Велика Британія) – від ферми до столу, широкий асортимент продуктів із дикого м'яса.

Джерело: розроблено автором

Отже у світі основними підприємствами крафтових м'ясопродуктів із м'яса дичини є: Karl Johan Wild (Швеція), що здійснює акцент на експорт

преміальної продукції; Black Forest Venison (Німеччина), його вироби використовуються в ресторанах і крафтовій переробці; Wild Meat Company (Велика Британія), виробляє широкий асортимент продуктів із дикого м'яса. А в Україні «Деліція» (Львівська обл.) випускає авторські ковбаси, в т.ч. з дичини; «М'ясна справа» (Київська обл.), іноді пропонує сезонні делікатеси з дичини; Мисливські господарства (наприклад, «Світанок», «Подільське мисливство»), можуть постачати м'ясо дичини, інколи мають свої міні-цехи для переробки. В Україні цей сегмент ще недостатньо структурований, але має великий потенціал для об'єднання мисливських господарств із крафтовими переробниками.

Також теоретично можливими учасниками цього ринку можуть бути:

1. Фермерські господарства і мисливські угіддя:

- в Україні понад 1000 мисливських господарств, які можуть виступати постачальниками сировини або розвивати власні міні-цехи;
- ферми з напіввільним утриманням оленів, муфлонів, фазанів можуть створити новий сегмент – «керована дичина».

2. Ресторани, які можуть створити власні лінії продуктів:

- заклади з мисливською кухнею (наприклад, «Шляхетний мисливець» або «Дичина» у Львові) можуть почати виробництво брендovаних м'ясних виробів для гурманів.

3. Крафтові м'ясні цехи з розширенням асортименту:

- існуючі виробники крафтових ковбас можуть почати сезонне виробництво лімітованих лінійок із дичини для святкових наборів, дегустацій тощо.

Також проведемо SWOT-аналіз ринку крафтових м'ясопродуктів із м'яса дичини (табл. 2.3).

На основі проведеного SWOT-аналізу ринку крафтових м'ясопродуктів із м'яса дичини визначено, що до сильних сторін відносяться: ексклюзивність продукції, висока харчова цінність м'яса дичини (багато білка, мало жиру), підтримка трендів: еко, локальне, фермерське, інтерес з боку HoReCa та

гастроентузіастів, можливість створення авторських лінійок. До слабких: сезонність постачання сировини, відсутність усталеної логістики та переробної інфраструктури, висока собівартість продукції, низький рівень обізнаності споживачів, жорстке регулювання полювання, складнощі з сертифікацією.

Провівши аналіз зовнішнього середовища, то можна визначити можливості і загрози. Зокрема до можливостей можна віднести: створення партнерств з мисливськими господарствами, розширення крафтового експорту в ЄС, попит з боку туризму та еко-готелів, участь у ярмарках, фестивалях, гастротурах. А до загроз: законодавчі обмеження на добування дичини, конкуренція з імпортною продукцією (зокрема з Польщі, Угорщини), військові дії, нестабільність ланцюгів постачання, недовіра споживачів до маловідомих видів м'яса

Таблиця 2.3

SWOT-аналіз ринку крафтових м'ясопродуктів із м'яса дичини

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - Ексклюзивність продукції - Висока харчова цінність м'яса дичини (багато білка, мало жиру) - Підтримка трендів: еко, локальне, фермерське - Інтерес з боку HoReCa та гастроентузіастів - Можливість створення авторських лінійок 	<ul style="list-style-type: none"> - Сезонність постачання сировини - Відсутність усталеної логістики та переробної інфраструктури - Висока собівартість продукції - Низький рівень обізнаності споживачів - Жорстке регулювання полювання, складнощі з сертифікацією
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - Створення партнерств з мисливськими господарствами - Розширення крафтового експорту в ЄС - Попит з боку туризму та еко-готелів - Участь у ярмарках, фестивалях, гастротурах 	<ul style="list-style-type: none"> - Законодавчі обмеження на добування дичини - Конкуренція з імпортною продукцією (зокрема з Польщі, Угорщини) - Військові дії, нестабільність ланцюгів постачання - Недовіра споживачів до маловідомих видів м'яса

Джерело: розроблено автором

Як впливає із проведеного SWOT-аналізу на ринку крафтових м'ясопродуктів із м'яса дичини є значні можливості. Відповідно, можна сформувати карту потенційних гравців цього ринку в Україні у вигляді екосистеми (рис. 2.1)

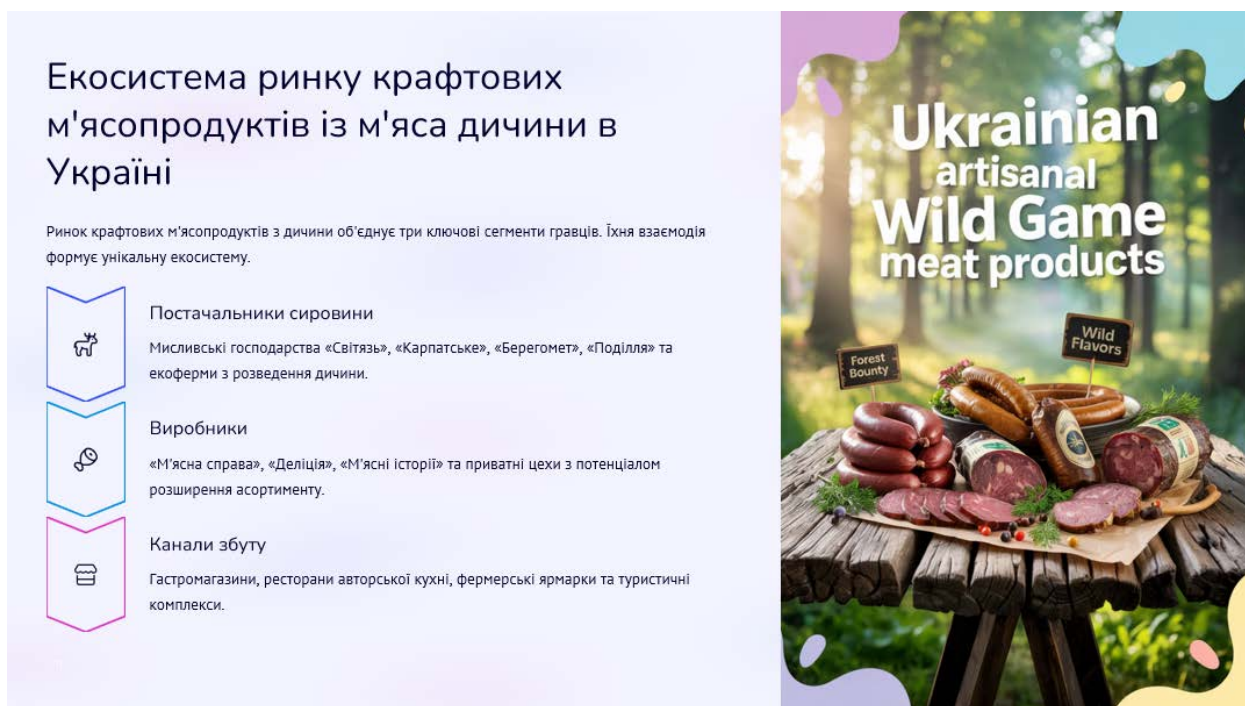


Рис. 2.1. Карта потенційних гравців ринку крафтових м'ясопродуктів із м'яса дичини в Україні у вигляді екосистеми

Джерело: розроблено автором

Отже, потенційними гравцями ринку крафтових м'ясопродуктів із м'яса дичини в Україні є:

1. Постачальники сировини: мисливські господарства: «Світязь» (Волинська обл.), «Карпатське мисливське господарство», «Берегомет» (Чернівецька обл.), «Поділля» (Хмельницька обл.)

2. Фермери з напіввільним утриманням дичини: екоферми з розведення оленів, диких кабанів, птахів – малорозвинений, але перспективний сегмент.

3. Виробники крафтових м'ясопродуктів: «М'ясна справа», ТОВ «М'ясоріг» (Київщина), «Деліція» (Львівщина), «М'ясні історії»

(Вінниччина), приватні м'ясні цехи у Черкасах, Івано-Франківську, Житомирі – з потенціалом запровадження лінійок з дичини.

4. Канали збуту:

- гастромагазини (Good Wine, Winetime, Lavka Tradytsiy);
- ресторани авторської кухні (особливо мисливської тематики);
- продуктові ярмарки, фестивалі фермерської продукції;
- туристичні комплекси, готелі, що пропонують локальну кухню.

В цілому можна зазначити, що ринок крафтових м'ясопродуктів із м'яса дичини почав в Україні розвиватися і має гарні перспективи. І ТОВ «М'ясоріг» є одним із суб'єктів цього ринку.

2.2. Організаційна характеристика діяльності ТОВ «М'ясоріг»

ТОВ «М'ясоріг» – українське підприємство, що спеціалізується на виробництві крафтових м'ясних продуктів. Асортимент компанії включає копчені делікатеси та BBQ-продукцію з різних видів м'яса, таких як свинина, яловичина, баранина, качка, індичка та курка.

ТОВ «М'ясоріг» зареєстровано за адресою: Україна, 02000, місто Київ, вул. Ремонтна, будинок 4, фактично підприємство знаходиться за адресою: вул. Якова Гніздовського, 1А.

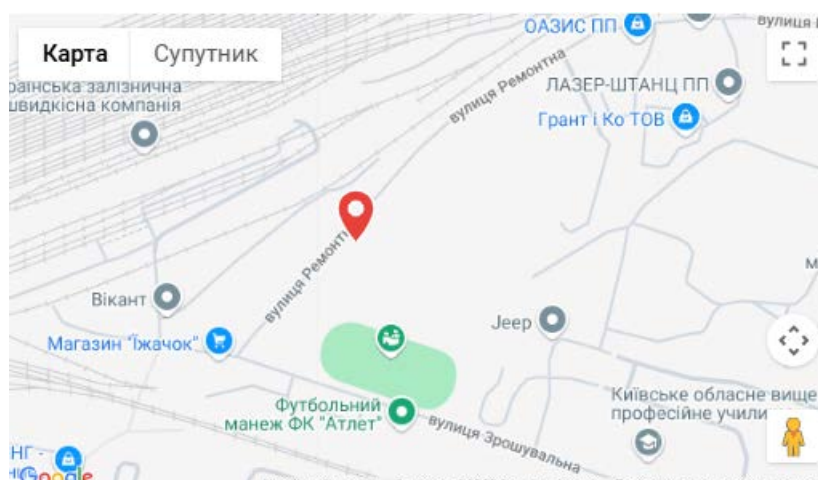


Рис. 2.2. Місцерозміщення ТОВ «М'ясоріг»

Джерело: скрін зроблено автором

Товариство з обмеженою відповідальністю «М'ясоріг» було зареєстроване 9 серпня 2023 року, код ЄДРПОУ: 45277246. Основні юридичні дані показані в табл. 2.4

Таблиця 2.4

Основні дані щодо реєстрації ТОВ «М'ясоріг»

Показники	Їх зміст
Код ЄДРПОУ	45277246
Дата реєстрації	09.08.2023 (1 рік 8 місяців)
Уповноважені особи	Іллючок Антон Юрійови
Розмір статутного капіталу	100 000,00 грн
Організаційно-правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю
Види діяльності: основний	10.13 Виробництво м'ясних продуктів
Види діяльності: інші	10.85 Виробництво готової їжі та страв 46.32 Оптова торгівля м'ясом і м'ясними продуктами

Джерело: розроблено автором за даними YouControl

Засновниками та часниками ТОВ «М'ясоріг» є три особи, дані про яких вказано в табл. 2.5

Таблиця 2.5

Засновники та учасники ТОВ «М'ясоріг»

Прізвище, ім'я засновника	Частка у статутному капіталі, %
Іллючок Антон Юрійович	50
Грач Валентин Валентинович	25
Грач Сергій Валентинович	25

розроблено автором за даними YouControl

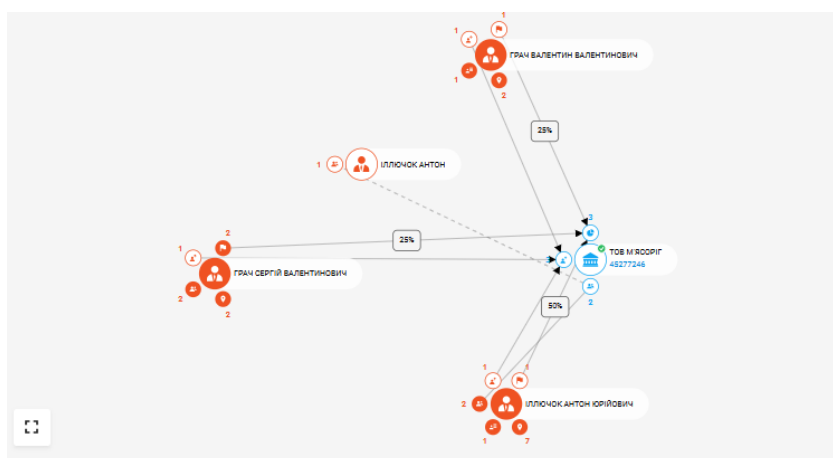


Рис. 2.3. Бізнес-зв'язки між засновниками та учасниками ТОВ «М'ясоріг»

Джерело: скрін зроблено автором

Отже, основними та допоміжними видами діяльності ТОВ «М'ясоріг» є:

- виробництво м'ясних продуктів (КВЕД 10.13);
- виробництво готової їжі та страв (КВЕД 10.85);
- оптова торгівля м'ясом і м'ясними продуктами (КВЕД 46.32);
- оптова торгівля кавою, чаєм, какао та прянощами (КВЕД 46.37);
- роздрібна торгівля м'ясом у спеціалізованих магазинах (КВЕД 47.22);
- роздрібна торгівля через Інтернет (КВЕД 47.91);
- діяльність ресторанів і надання послуг мобільного харчування (КВЕД 56.10);
- консультування з питань комерційної діяльності й керування (КВЕД 70.22).

ТОВ «М'ясоріг» спеціалізується на виробництві м'ясних делікатесів, зокрема:

- шия свиняча копчена;
- філе качине печено-копчене;
- ніжки курячі Apple BBQ;
- биток свинячий копчений;
- ребра свинячі глазуровані копчені BBQ;
- м'ясо рване (свинина, баранина, індичка, качка, яловичина) Pulled BBQ;
- шинка свиняча;
- сало копчене.

Підприємство зосереджене на наступних видах діяльності:

- виробництво м'ясної продукції: переробка свинини, яловичини та м'яса птиці;
 - оптова торгівля: реалізація м'ясної продукції для торговельних мереж, ресторанів та інших закладів громадського харчування;
 - консервне виробництво: виготовлення м'ясних консервів у різній тарі.
- Борошномельне виробництво: переробка зерна на борошно першого та вищого сортів.

2.3. Оцінка комерційної діяльності ТОВ «М'ясоріг»

Оцінка комерційної діяльності ТОВ «М'ясоріг» є важливим етапом аналізу ефективності функціонування підприємства на ринку м'ясної продукції. Дослідження дає змогу визначити ключові показники фінансових результатів, фінансової стійкості, конкурентоспроможності та перспективи подальшого розвитку компанії.

Фінансові результати за 2024 рік. У 2024 році ТОВ «М'ясоріг» досягло наступних фінансових показників: чистий дохід від реалізації продукції: 1 954,3 тис. грн.; інші операційні доходи: 14 тис. грн.; загальні доходи: 1968,3 тис. грн.; собівартість реалізованої продукції: 4513,4 тис. грн.; інші операційні витрати: 1467,5 тис. грн.; загальні витрати: 5980,9 тис. грн.; фінансовий результат до оподаткування: -4012,6 тис. грн.; чистий збиток: -4012,6 тис. грн. Негативний фінансовий результат є типовим для новостворених підприємств, які несуть значні стартові витрати на запуск виробництва, закупівлю обладнання та формування клієнтської бази.

Перспективи розвитку стосуються того, що для покращення фінансових показників ТОВ «М'ясоріг» може зосередитися на наступних аспектах:

- оптимізація витрат: зменшення виробничих та адміністративних витрат;
- розширення ринків збуту: вихід на нові регіональні та міжнародні ринки;
- підвищення якості продукції: впровадження сучасних технологій та стандартів якості;
- маркетингові стратегії: активне просування продукції та формування позитивного іміджу бренду.

З метою просування продукції ТОВ «М'ясоріг» використовує різні канали, зокрема і соціальні мережі. У сучасних умовах соціальні мережі є ефективним інструментом комунікації з цільовою аудиторією та просування продукції. ТОВ «М'ясоріг» активно використовує цифрові платформи для

підвищення впізнаваності бренду, залучення нових клієнтів і підтримання лояльності постійних споживачів.

Основний акцент компанія робить на візуальний контент – яскраві фотографії продукції, кулінарні рецепти та рекомендації щодо приготування м'ясних страв. Це дозволяє не лише інформувати, а й зацікавлювати споживачів. Через Facebook та Instagram підприємство регулярно повідомляє про новинки асортименту, спеціальні пропозиції та акційні знижки, що сприяє стимулюванню попиту.

Крім того, ТОВ «М'ясоріг» використовує соціальні мережі для збору зворотного зв'язку, що допомагає швидко реагувати на потреби ринку та покращувати якість обслуговування. Завдяки інтерактивному контенту, конкурсам і опитуванням компанія зміцнює емоційний зв'язок із клієнтами, формуючи спільноту навколо бренду.

Комплексне використання соціальних мереж дозволяє ТОВ «М'ясоріг» посилювати свою конкурентоспроможність, залишатися ближчим до споживача і оперативно реагувати на зміни ринкових тенденцій.

Сторінки ТОВ «М'ясоріг» в Facebook, Instagram, Тік Ток показані на рис.

2.4

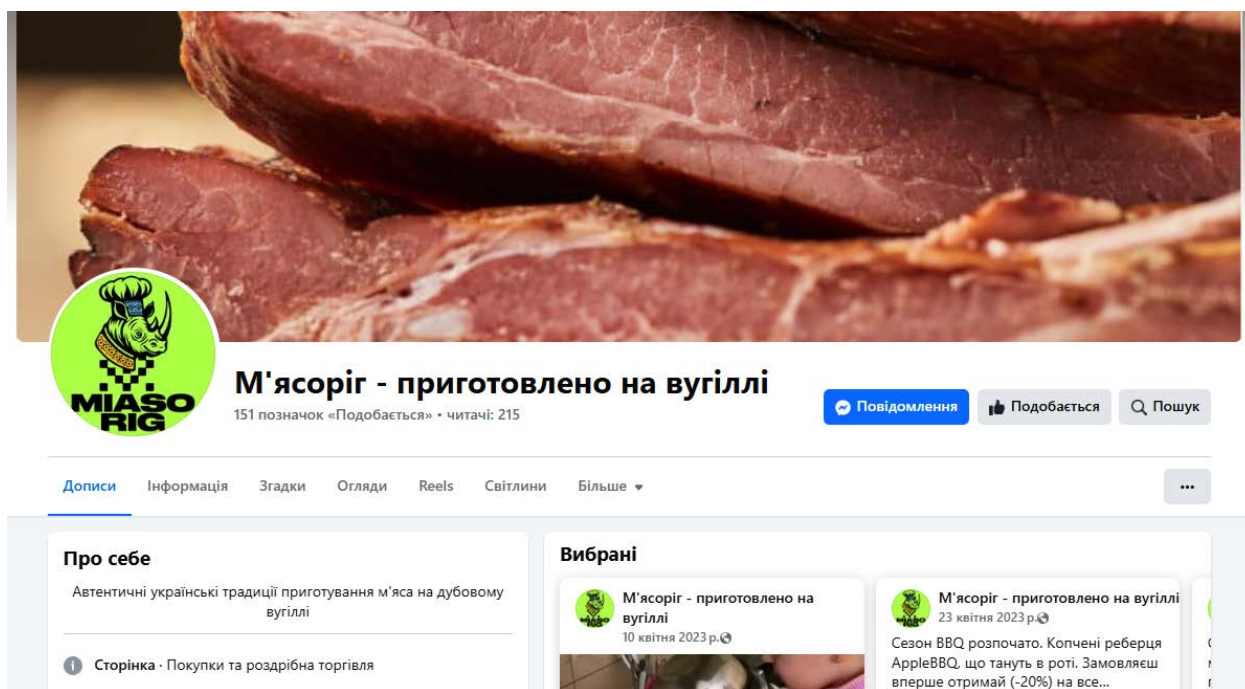


Рис. 2.4. Сторінка ТОВ «М'ясоріг» в Facebook

Джерело: скрін зроблено автором

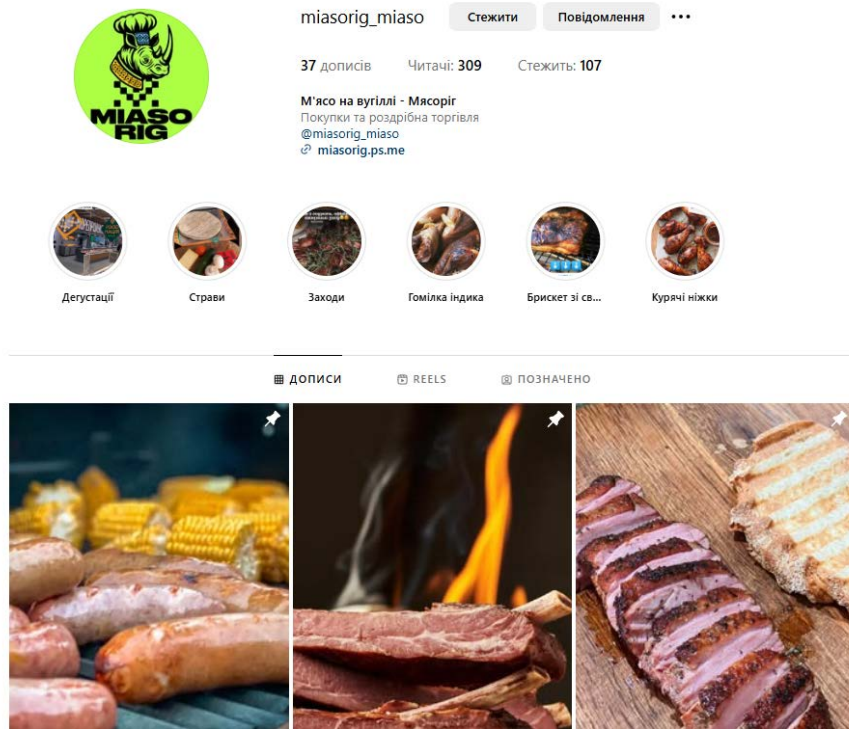


Рис. 2.5. Сторінка ТОВ «М'ясоRig» в Instagram

Джерело: скрін зроблено автором

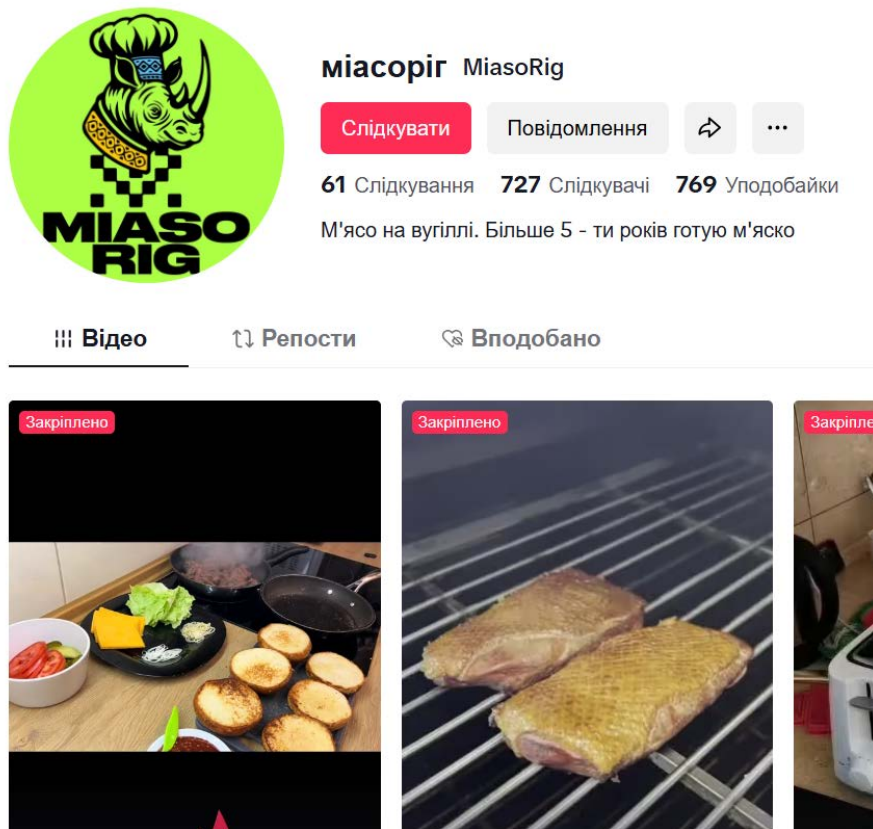


Рис. 2.6. Сторінка ТОВ «М'ясоRig» в Instagram

Джерело: скрін зроблено автором

Далі проведемо оцінку фінансових результатів ТОВ «М'ясоріг». Проте, враховуючи, що підприємство почало працювати в кінці 2023 р., тому фінансові результати розглядаємо лише за один рік – 2024 р.

Таблиця 2.6

Фінансові результати ТОВ «М'ясоріг» у 2024 р.

Показники, тис. грн.	2024 р.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	1954,3
Інші операційні доходи	14,0
Разом доходи	1968,3
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	4513,4
Інші операційні витрати	1467,5
Разом витрати	5980,9
Фінансовий результат до оподаткування	-4012,6
Податок на прибуток	-
Чистий прибуток (збиток)	-4012,6

Джерело: розроблено автором за даними підприємства та YouControl

ТОВ «М'ясоріг», засноване у серпні 2023 року, у 2024 році здійснило повноцінну господарську діяльність, результати якої свідчать про активний старт, але й водночас про значні фінансові виклики, характерні для новостворених підприємств.

Чистий дохід від реалізації продукції, товарів, робіт і послуг за 2024 рік склав 1954,3 тис. грн. Додаткові інші операційні доходи становили 14 тис. грн, що разом формує загальний дохід на рівні 1968,3 тис. грн.

Водночас витратна частина суттєво перевищує доходи. Зокрема, собівартість реалізованої продукції склала 4513,4 тис. грн, а інші операційні витрати — ще 1467,5 тис. грн. Загальна сума витрат підприємства за рік становила 5 980,9 тис. грн.

Таким чином, за підсумками 2024 року ТОВ «М'ясоріг» зафіксувало збиток до оподаткування в розмірі 4012,6 тис. грн. Оскільки податок на прибуток не нараховувався, чистий фінансовий результат також становить збиток у розмірі 4012,6 тис. грн.

Негативний фінансовий результат є типовим для підприємств на етапі становлення, особливо в перший рік повноцінної діяльності. Основними чинниками такого результату можуть бути великі стартові витрати на запуск виробництва, закупівлю обладнання, маркетинг, а також ще недостатньо сформована клієнтська база. Надалі підприємству доцільно зосередитися на оптимізації витрат, нарощуванні обсягів реалізації та підвищенні маржинальності продукції.

Конкурентоспроможність підприємства є визначальним чинником його стабільного функціонування на ринку та досягнення довгострокових стратегічних цілей. ТОВ «М'ясоріг», яке спеціалізується на виробництві та реалізації м'ясної продукції, активно працює на українському ринку м'ясопереробної галузі.

Для об'єктивної оцінки конкурентних позицій підприємства варто враховувати як внутрішні ресурси та можливості компанії, так і зовнішнє ринкове середовище.

У сегменті м'ясопереробної промисловості основними конкурентами ТОВ «М'ясоріг» виступають такі компанії:

- ТОВ «Ювілейний м'ясокомбінат» — один із лідерів регіонального ринку, спеціалізується на широкому асортименті ковбасних виробів і делікатесів;
- ПрАТ «Миронівський м'ясокомбінат» (МНР) — велика національна компанія з розгалуженою мережею збуту, орієнтована на виробництво м'яса птиці та напівфабрикатів;
- ТОВ «Алан» — відомий виробник ковбасних виробів і м'ясних делікатесів, має сильні позиції у сфері маркетингу та впізнаваний бренд;
- ТОВ «Інтерм'ясо» — компанія, яка пропонує конкурентоспроможні ціни на продукцію середнього цінового сегмента.

Бальна оцінка конкурентоспроможності ТОВ «М'ясоріг» показана в табл. 2.7.

Бальна оцінка конкурентоспроможності ТОВ «М'ясоріг»

Критерій	ТОВ «М'ясоріг»	ТОВ «Ювілейний м'ясокомбінат»	ПрАТ «Миронівський м'ясокомбінат» (МНР)	ТОВ «Алан»
Якість продукції	5	4	5	5
Асортимент продукції	4	5	5	5
Цінова політика	4	4	3	3
Впізнаваність бренду	3	4	5	5
Канали збуту / Ринок охоплення	3	4	5	4
Інновації та технології	4	4	5	5
Лояльність клієнтів	4	4	5	4
Разом	27	29	33	31

Джерело: розроблено автором

У підсумку можемо вважати, що отримано такі показники:

- ТОВ «М'ясоріг» – 27 балів – підприємство має високу якість продукції, хорошу цінову політику та гнучкий асортимент, проте поступається за впізнаваністю бренду і широтою ринку;
- ТОВ «Ювілейний м'ясокомбінат» – 29 балів – сильний асортимент і розвинені канали збуту, але менш гнучкий у ціноутворенні;
- ПрАТ «Миронівський м'ясокомбінат» (МНР) – 33 бали – національний лідер із потужними брендом і технологіями, але продукція дорожча;
- ТОВ «Алан» – 31 бал – дуже сильний бренд, широкий асортимент, проте ціни вищі за середні.

Отже, ТОВ «М'ясоріг» займає гідну позицію серед малих і середніх конкурентів, проте для посилення конкурентоспроможності варто працювати над впізнаваністю бренду і розширенням ринку збуту.

Порівняльний аналіз конкурентоспроможності ТОВ «М'ясоріг» свідчить про те, що основними конкурентними перевагами ТОВ «М'ясоріг» є:

- висока якість продукції завдяки застосуванню сучасних технологій переробки та контролю якості на всіх етапах виробництва;
- гнучкість у формуванні асортименту – підприємство оперативно реагує на зміни споживчих вподобань та адаптує лінійку продукції;
- розвинена мережа локальних партнерств – це дозволяє оперативно забезпечувати торгові точки у регіоні свіжою продукцією.

Водночас серед викликів варто виділити обмежені маркетингові ресурси порівняно з національними гравцями, а також високий рівень цінової конкуренції на ринку.

Загалом ТОВ «М'ясоріг» займає стійкі позиції серед малих та середніх підприємств м'ясопереробної галузі, завдяки чому має потенціал для подальшого розвитку за умови посилення бренду, розширення ринку збуту та впровадження інноваційних підходів до ведення бізнесу.

Висновки до розділу 2

Ринок крафтових м'ясопродуктів із м'яса дичини в Україні поступово набирає обертів, формуючи нішу для споживачів, які цінують якість, натуральність і унікальний смак продукції. Для ТОВ «М'ясоріг» це відкриває нові можливості для диверсифікації асортименту та зміцнення позицій на ринку. Перевагою виходу на цей сегмент є зростаючий попит серед споживачів, які орієнтуються на здорове харчування та шукають альтернативу традиційним м'ясним виробам. М'ясо дичини має високі харчові властивості, меншу калорійність і неповторний смак, що дозволяє створювати преміальні продукти — ковбаси, паштети, в'ялене м'ясо та делікатеси.

Товариство з обмеженою відповідальністю «М'ясоріг» – українське підприємство, засноване у серпні 2023 року в місті Києві. Компанія спеціалізується на виробництві м'ясних делікатесів, включаючи копчену свинину, качку, яловичину та інші продукти преміум-сегменту. З перших місяців свого існування «М'ясоріг» активно формував власну продукційну базу, впроваджував інноваційні методи копчення та глазурування м'яса, орієнтуючись на сучасні кулінарні тренди та попит серед гурманів. Асортимент включає страви, готові до вживання, які поєднують традиційні рецептури з новітніми технологіями виробництва. Компанія здійснює торгівлю як через власні канали, так і за допомогою онлайн-платформ, що дозволяє ефективно охоплювати ринок та розширювати клієнтську базу. За перший рік діяльності підприємство досягло впізнаваності у вузькоспеціалізованому сегменті гастрономії, що стало основою для подальшого розвитку та масштабування.

Для ТОВ «М'ясоріг» ключовими перспективами є: 1) розширення клієнтської бази, залучення нових сегментів – гурманів, шеф-кухарів, ресторанів і поціновувачів крафтової продукції; 2) посилення бренду як виробника інноваційних і високоякісних м'ясних виробів; 3) можливість виходу на зовнішні ринки, адже продукція з м'яса дичини має експортний

потенціал, особливо до країн ЄС; 4) створення партнерських програм із мисливськими господарствами, фермерськими господарствами та ресторанами для забезпечення стабільного постачання сировини; 5) розвиток гастрономічного туризму. Водночас підприємству варто враховувати потребу в дотриманні суворих стандартів якості, отриманні спеціальних дозволів на переробку дичини та інвестуванні у маркетинг, щоб популяризувати новий продукт серед українських споживачів. Загалом, вихід на ринок крафтових м'ясопродуктів із м'яса дичини є перспективним стратегічним напрямом, який дозволить ТОВ «М'ясоріг» зайняти унікальну нішу, підвищити додану вартість продукції та зміцнити конкурентоспроможність.

РОЗДІЛ 3. НАУКОВО-ДОСЛІДНА ЧАСТИНА

3.1. Схема проведення наукових дослідження

Метою роботи є наукове обґрунтування та удосконалення технології виготовлення паштетів з нетрадиційної сировини з покращеними якісними показниками.

До складу рецептури розроблених паштетів входить печінка, курятина, цибуля, морква, масло вершкове, яйця. В плані досліджень здійснювали часткову заміну м'ясної сировини у класичній рецептурі на нетрадиційну сировину.

З метою досягнення високої харчової і біологічної цінності розроблених продуктів були підібрані інгредієнти, які дозволили комплексно підійти до оптимізації харчової цінності та технологічних характеристик паштетів.

В процесі досліджень вивчено органолептичні, фізико-хімічні, структурно-механічні та технологічні показники розроблених паштетів.

За результатами досліджень були відібрані оптимальні за харчовою і біологічною цінністю рецептури паштетів.

Методологія проведення дослідження передбачала комплексний підхід, який включав фізико-хімічні, органолептичні, аналітичні, мікробіологічні, а також застосування статистично-математичних інструментів для обробки отриманих даних.

Проведення експериментальних досліджень здійснювалося за схемою 3.1. в лабораторних умовах університету.

До фізико-хімічних методів належало зокрема визначення водозв'язуючої здатності м'ясної сировини шляхом пресування, при якому рівень пластичності зразків оцінювався на підставі кількості вологи, утримуваної продуктом під тиском. Вміст вологи визначався через контроль втрати маси при висушуванні проб до постійної ваги.



Рис. 3.1. План проведення науково-дослідної роботи за темою кваліфікаційної роботи

Визначення кислотності продукту здійснювали з використанням рН-метра. Жироутримуючу здатність фаршевої системи аналізували із залученням рефрактометрії та подальшої обробки результатів математичними методами. Стабільність емульсії перевіряли шляхом термічного

навантаження, подальшого центрифугування зразків і розрахунку втрачених фракцій.

Органолептичний аналіз проводився за п'ятибальною шкалою, що охоплювала візуальні характеристики (зовнішній вигляд, колір, структура на розрізі), смак, аромат і консистенцію зразків.

Для обробки експериментальних результатів застосовували методи статистики з використанням сучасних цифрових технологій і програмного забезпечення, що дозволило забезпечити надійність, точність та об'єктивність аналізу результатів досліджень.

3.2. Удосконалення технології паштетів з використанням нетрадиційної сировини.

До складу рецептури розроблених паштетів входить печінка, курятина, цибуля, морква, масло вершкове, яйця, клітковина, а також нетрадиційна м'ясна сировина (м'ясо оленя, фазана, нутрії та дикої кози).

Технологічна схема виробництва паштетів включає наступні операції: підготовку сировини та допоміжних матеріалів, обвалювання і знежилування, подрібнення, складання фаршу, формування, запікання, контроль якості та зберігання [17].

За результатами досліджень були відібрані оптимальні за харчовою і біологічною цінністю рецептури паштетів. Рецептури розроблених паштетів наведені в таблиці 3.1.

Сировина, що входить до складу рецептури попередньо піддавалася термічній обробці, а м'ясо диких тварин маринували у суміші спецій, до складу яких входить: кардамон, лавровий лист, імбир, сіль, пом'якшувач м'яса та суміш прованських трав. Посол м'яса в першу чергу слугує для надання продукту стійкості продукту в процесі зберігання. При посолі тканини набухають, збільшуються у об'ємі, підвищується вологозв'язувальна здатність, змінюється рН середовища в кислу сторону. Після посолу м'ясо диких тварин

набуває ніжної консистенції, стає більш смачним і краще засвоюється організмом. Фізико-хімічні перетворювання, які відбуваються в білках в процесі посолу, впливають на їх розчинність, ступінь гідратації, тим самим змінюючи вологоутримуючу здатність і структурно-механічні властивості.

Таблиця 3.1.

Рецептура паштетів.

Сировина	Рецептури паштетів									
	№1	№2	№3	№4	№5	№6	№7	№8	№9	№10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Кількість основної сировини, % на 1000 кг										
Печінка	25	15	15	15	15	40	30	30	30	30
М'ясо куряче	25	20	20	20	20	-	-	-	-	-
Клітковина гідрат.	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Шкурка свиняча варена	-	-	-	-	-	10	5	5	5	5
Масло 72,5 % жирності	18	18,5	18,5	18,5	18,5	17,5	17,5	17,5	17,5	17,5
Сметана 20 % жирності	-	-	-	-	-	2	2	2	2	2
Яйця курячі	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
М'ясо оленя	-	15	-	-	-	-	15	-	-	-
М'ясо кози	-	-	15	-	-	-	-	15	-	-
М'ясо фазана	-	-	-	15	-	-	-	-	15	-
М'ясо нутрії	-	-	-	-	15	-	-	-	-	15
Цибуля ріпчаста свіжа	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3
Морква варена	6	6	6	6	6	4	4	4	4	4
Спеції, % до основної сировини										
Сіль кухонна	1,5	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Перець чорний мелений	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5

З таблиці видно, що проводилась заміна у класичних рецептурах паштетів м'ясної сировини нетрадиційною у кількості 15%. Попередньо здійснювали маринування м'яса диких тварин сумішшю спецій

3.3. Визначення органолептичних показників паштетів.

До комплексу показників, які визначають якість паштетів відносять органолептичні показники. До них належать ті параметри якості продукту, які визначають її споживчі властивості, тобто ті властивості, які безпосередньо впливають на органи чуття людини (нюх, дотик, зір). Найбільш значимі з цих параметрів – смак і запах – не піддаються формальному вимірюванню, тому їх визначення проводиться експертним шляхом. Основною перевагою органолептичного аналізу, як методу оцінки якості продукції, є можливість відносно швидкого визначення придатності продукту до споживання. Такі показники як колір, смак, запах, консистенція дають загальне уявлення про продукт і вказують на правильний вибір основних інгредієнтів та їх співвідношення.

Оцінка органолептичних показників проводилася дегустаційною комісією, до складу якої входили викладачі та студенти. Показники якості готових продуктів визначали в цілому, а потім в розрізаному продукті у наступній послідовності:

- зовнішній вигляд (структуру і розподіл інгредієнтів);
- колір – візуально на щойно зробленому розрізі продуктів;
- запах (аромат), смак і соковитість – випробуванням продуктів одразу після того, як їх нарізали шматочками; визначали відсутність або наявність стороннього запаху, присмаку, ступінь вираженості аромату пряностей і солоність;
- консистенцію продукту – надавлюванням, розрізанням, розмазуванням (встановлюючи щільність, ніжність, крихність і однорідність маси).

Оцінювання паштетів здійснювали за п'ятибальною системою (5 – відмінна якість, 4 – добра, 3 – задовільна, 2 – погана, 1 – дуже погана).

Органолептична оцінка дослідних зразків паштетів наведена у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Характеристика органолептичних показників паштетів (в балах).

Рецептури паштетів	Зовнішній вигляд	Колір	Смак	Запах	Консистенція	Вигляд на розрізі	Оцінка
Класична №1	5	4,8	4,5	5	4,8	5	4,85
Паштет з м'ясом оленя	5	5	5	5	4,9	4,9	4,96
Паштет з м'ясом дикої кози	5	5	4,9	4,8	5	4,8	4,92
Паштет з м'ясом Фазана	4,9	4,9	4,8	4,8	4,9	4,9	4,86
Паштет з м'ясом Нутрії	5	5	5	4,9	5	4,8	4,95
Класична №2	4,8	4,7	5	4,6	4,9	4,8	4,8
Паштет з м'ясом оленя(№2)	4,8	5	5	4,8	4,7	4,7	4,83
Паштет з м'ясом дикої кози (№2)	4,9	4,9	5	4,9	4,7	4,9	4,88
Паштет з м'ясом фазана (№2)	4,9	4,9	5	4,8	4,9	4,9	4,9
Паштет з м'ясом нутрії (№2)	4,8	5	4,8	4,9	4,8	4,7	4,8

За даними таблиці можна зробити висновок, що всі зразки отримали досить високу органолептичну оцінку. Це свідчить про доцільність використання м'яса диких тварин у паштетах. Найвищу оцінку отримали паштети з додаванням м'яса оленя та нутрії. Дещо поступається класичній рецептурі паштети з м'ясом дикої кози. Але паштети з м'ясом нутрії не поступаються фізико-хімічними і механічними властивостями іншим розробленим рецептурам за вмістом білку, вітамінів, незамінних амінокислот, про що свідчать дані, наведені нижче.

Таблиця 3.3.

Органолептичні показники паштетів.

Основні показники	Варіанти рецептур									
	№1	№2	№3	№4	№5	№6	№7	№8	№9	№10
Зовнішній вигляд	Однорідна паштетна маса з додаванням м'яса диких тварин									
Вигляд на розрізі	Рівномірно перемішана маса. Допустима наявність видимих включень спецій і компонентів у відповідності з рецептурою									
Консистенція	Соковита, не крихка	Крихка	Крихка	Крихка	Крихка	Ніжна, Соковита	Крихка	Крихка	Крихка	Крихка
Колір	Властивий даному виду продукту									
Смак	Властивий доброякісному м'ясу з цибулею і спеціями, без стороннього присмаку									
Запах	Властивий даному виду продукту									
Оцінка	4,85	4,96	4,92	4,86	4,95	4,80	4,83	4,88	4,9	4,8

В результаті проведеної дегустації на кафедрі паштети отримали досить високу органолептичну оцінку. Було виявлено, що часткова заміна м'ясної сировини м'ясом диких тварин не знижує органолептичних показників продуктів, майже у всіх випадках вони вищі, ніж у контрольних зразках, що засвідчує ефективність використання нетрадиційної сировини у паштетах. Таким чином, маринована нетрадиційна сировина може успішно застосовуватись для підвищення ніжності, скорочення втрат при тепловій обробці та підвищенні ВЗЗ готових виробів.

3.4. Аналіз фізико-хімічних показників.

Однією з найважливіших технологічних функцій білка в м'ясних системах є формування водопоглинаючої та водозв'язуючої здатності м'яса [28, 29]. На характер взаємодій в системі білок – вода впливають такі фактори:

- вид і структура білка;
- концентрація білка;
- рН;
- наявність і концентрація солей в системі.

Білкова система здатна зв'язувати і утримувати вологу. Існує велика кількість різноманітних добавок рослинного і тваринного походження, основною або побічною функцією яких є підвищення водозв'язуючої здатності продукту. Однак деякі добавки (компоненти) при термічній обробці не утримують і віддають вологу, що негативно впливає на якість готового продукту, зокрема зменшує пластичність, соковитість продукту, збільшує втрати.

Важливим показником при дослідженні м'ясних продуктів мають зміни рН середовища. Багато хімічних процесів по-різному протікають при різних значеннях рН середовища, що впливає не лише на органолептичні показники, але й на інтенсивність розвитку мікрофлори. Гнильна мікрофлора здатна розмножуватись та розвиватись лише при рН середовища близько 7 або вище в певних умовах, а зміна рН в кислий бік спричиняє зміну поверхневих структур клітини, що призводить до утворення умов несприятливих для її розвитку, а інколи і до руйнування та відмирання [14].

Тому при розробці нових видів харчових продуктів, у нашому випадку паштетів, важливо дослідити вплив поєднання м'ясної традиційної сировини з нетрадиційною в заданому співвідношенні на фізико-хімічні та технологічні показники продукту, встановити залежність змін тих чи інших показників на якість готового продукту.

Фізико-хімічні та технологічні показники розроблених паштетів наведені у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4.

Фізико-хімічні показники паштетів.

Варіант рецептури	Білки г/ 100 г продукту	Жири,% на 100 г продукту	Вуглеводи,% на 100 г продукту	Зола,% на 100 г продукту
Класична №1	16,2	21,9	10,0	1,7
Паштет з м'ясом оленя	17,8	21,3	11,4	1,71
Паштет з м'ясом дикої кози	18,4	20,4	11,9	1,72
Паштет з м'ясом фазана	19,3	21,2	12,2	1,76
Паштет з м'ясом нутрії	18,1	21,5	12,6	1,77
Класична №2	17,6	19,8	10,6	1,68
Паштет з м'ясом оленя(№2)	18,6	18,9	12,1	1,72
Паштет з м'ясом дикої кози (№2)	19,1	18,3	11,9	1,73
Паштет з м'ясом фазана (№2)	18,9	18,8	12,2	1,74
Паштет з м'ясом нутрії (№2)	18,6	19,2	11,3	1,71

Згідно проведених досліджень, було встановлено, що значно зменшився вміст жиру, що впливає на подовження терміну зберігання, а також дозволяє використовувати ці продукти у якості дієтичних. Вміст жиру у нових рецептурах складає 18,3 – 21,9. Спостерігається значний відсоток вуглеводів за рахунок введення у рецептури клітковин. Найбільший вміст білку у паштеті з додаванням м'яса фазана та оленя, що говорить про високу біологічну цінність доданої нетрадиційної сировини.

Підвищення вологоутримуючої здатності м'яса як наслідок, вміст вологи в продуктах його переробки є сьогодні однією з актуальних задач галузі. Отримані дані проведених досліджень по вмісту зв'язаної вологи наведені у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Технологічні показники паштетів.

Варіант рецептури	Вміст зв'язаної вологи, % до м'яса	Вміст зв'язаної вологи, % до загальної вологи	Пластичність, см ² /г
Класична №1	61,3	90,1	8,4
Паштет з м'ясом оленя	67,3	89,9	8,6
Паштет з м'ясом дикої кози	65,6	92,4	9,2
Паштет з м'ясом Фазана	67,5	90,2	9,3
Паштет з м'ясом Нутрії	63,2	93,0	9,4
Класична №2	67,1	90,6	10,4
Паштет з м'ясом оленя(№2)	66,6	91,0	9,5
Паштет з м'ясом дикої кози (№2)	67,6	93,3	8,0
Паштет з м'ясом фазана (№2)	66,7	99,6	8,9
Паштет з м'ясом нутрії (№2)	60,1	98,4	8,1

З вище приведених даних спостерігається підвищення вологоутримуючої здатності м'яса, а також пластичності розроблених рецептур паштетів.

Вихід готових паштетів в залежності від рецептури та показник рН середовища паштетів.

Варіант рецептури	рН середовище	Вихід, %
Класична №1	6,2	90
Паштет з м'ясом оленя	6,61	98
Паштет з м'ясом дикої кози	6,60	102
Паштет з м'ясом фазана	6,71	105
Паштет з м'ясом нутрії	6,23	104
Класична №2	6,25	86
Паштет з м'ясом оленя(№2)	6,82	99
Паштет з м'ясом дикої кози (№2)	6,71	109
Паштет з м'ясом фазана (№2)	6,63	115
Паштет з м'ясом нутрії (№2)	6,38	120

При зміщенні рН в лужну сторону ВЗЗ готових виробів збільшується у зв'язку зі збільшенням кількості негативно заряджених груп м'ясних білків, які здатні утримувати вологу.

Результати досліджень доводять, що часткова заміна м'ясної сировини нетрадиційною не погіршує фізико-хімічні показники напівфабрикатів, а навпвки і вихід готового продукту збільшується. Наші дослідження показали, що при додаванні в класичну рецептуру нетрадиційної сировини, збільшується значення рН середовища у лужно-нейтральний бік.

В залежності від виду доданої сировини рН коливається в межах 6,16 – 6,74, відповідно кількість зв'язаної вологи

Згідно досліджень Кудряшова Л.С. [25] зміна рН середовища у лужний бік від ізоелектричної точки призводить до збільшення гідратації білків (рН до 7,2). Після значення рН 7,2 водопоглинаюча здатність різко знижується.

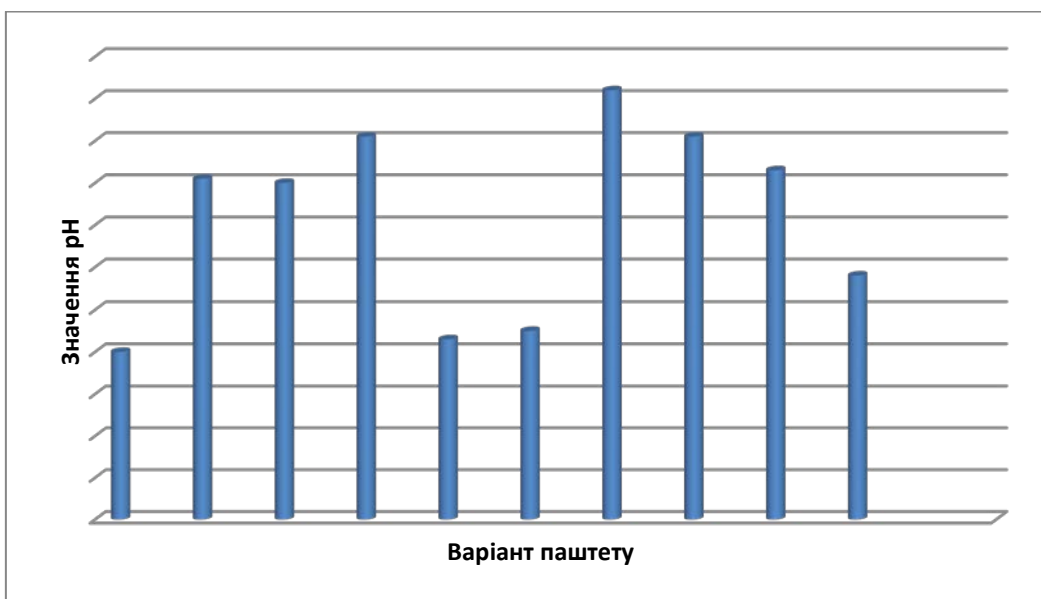


Рис. 3.2. Зміна рН середовища розроблених рецептур паштетів в залежності від варіанту рецептури.

Як показує діаграма, значно підвищилося значення рН у паштетах з додаванням м'яса диких тварин, що говорить про підвищення терміну зберігання розроблених зразків паштетів.

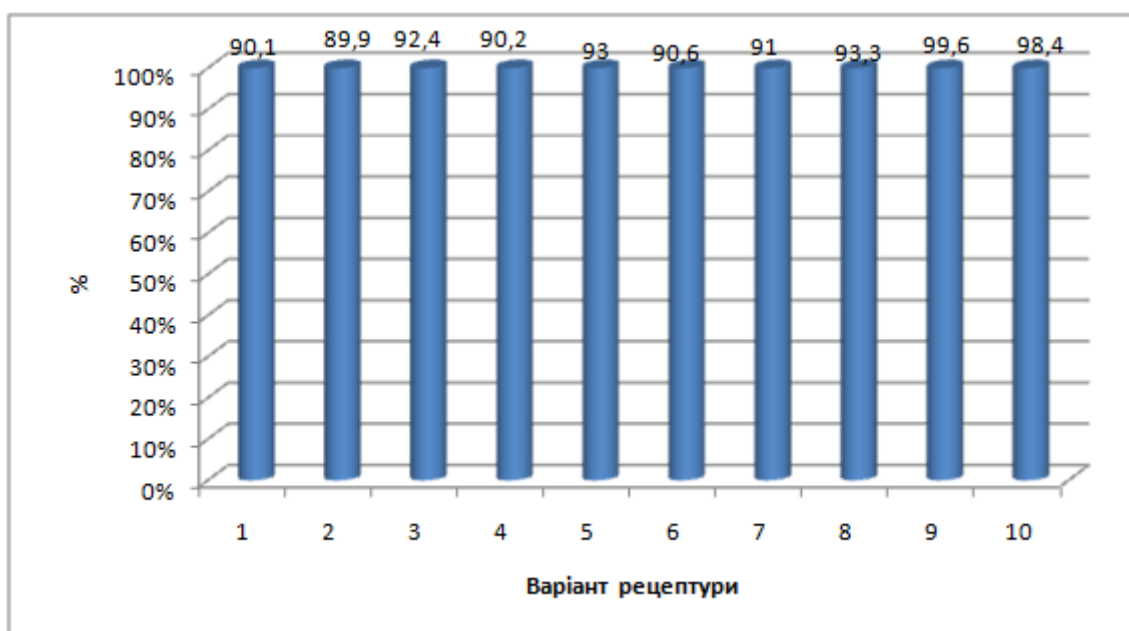


Рис. 3.3. Вміст зв'язаної вологи, % до загальної вологи розроблених рецептур у порівнянні з класичними.

З наведеної вище діаграми можемо зробити висновок, що вміст зв'язаної вологи у розроблених рецептурах підвищився, що говорить про доцільність введення нетрадиційної сировини.

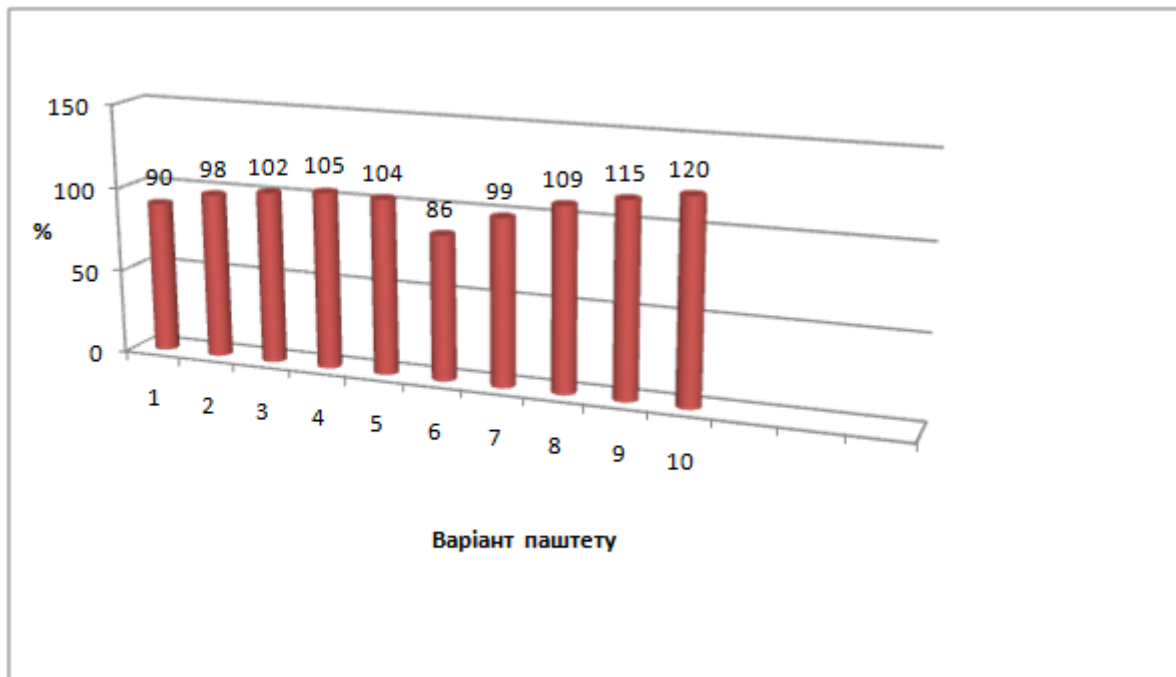


Рис. 3.4. Вихід паштету в залежності від рецептури.

Зміни хімічного складу паштетів з використанням нетрадиційної сировини по відношенню до паштетів, приготованих за традиційною рецептурою є незначними. За рахунок введення маринованого м'яса диких тварин значно підвищується вихід готових виробів.

Висновки до розділу 3

Розроблено десять рецептур паштетів з частковою заміною м'ясної сировини нетрадиційною сировиною.

Результати проведених досліджень свідчать, що розроблені продукти мають високу харчову цінність та сприяють оптимізації хімічного складу раціону харчування (за рахунок вмісту білків, мікроелементів, вітамінів). Часткова заміна м'ясної сировини нетрадиційною в цілому не знижує органолептичних показників продуктів, а у деяких випадках вони навіть вищі, ніж у контрольних зразках. Не знижуються також фізико-хімічні показники паштетів, а вихід готового продукту збільшується. Часткова заміна м'ясної сировини нетрадиційною дозволяє збільшити термін зберігання продуктів за рахунок зниження інтенсивності обнасінення паштетів мезофільними та факультативними анаеробними мікроорганізмами.

За результатами проведеної дегустації, комісія вважає, що на розроблені рецептури паштетів необхідно розробити проект нормативно – технічної документації, з метою розширення асортименту м'ясопродуктів.

Підібране вітчизняне обладнання для комплектації технологічних ліній дозволяє виробляти розроблені продукти з дотриманням високого рівня санітарії виробництва і якості продуктів.

РОЗДІЛ 4

ЗАЛУЧЕННЯ ТОВ «М'ЯСОРИГ», М. КИЇВ ДО РИНКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

4.1. Перспективи розвитку гастрономічного туризму на основі крафтових м'ясопродуктів

Гастрономічний туризм, як форма пізнавально-культурного туризму, набирає популярності в Україні, і одним із перспективних його напрямків є організація турів, орієнтованих на дегустацію та ознайомлення з крафтовими м'ясопродуктами. Такий підхід поєднує локальні кулінарні традиції, підприємницькі ініціативи малих виробників і туристичну привабливість регіонів.

На рис. 4.1. зображено основні чинники для розвитку гастрономічного туризму на основі крафтових м'ясопродуктів.



Рис. 4.1. Чинники розвитку гастрономічного туризму на основі крафтових м'ясопродуктів

Джерело: розроблено автором

Розглянемо зазначені чинники для розвитку гастрономічного туризму на основі крафтових м'ясопродуктів.

Зростаючий попит на натуральну продукцію. Сучасні споживачі все більше цінують якісні натуральні продукти, виготовлені за традиційними рецептами без штучних добавок. Крафтові м'ясопродукти – ковбаси, копченості, паштети, м'ясні делікатеси – відповідають цим критеріям і мають високу гастрономічну цінність. Організація турів із дегустаціями та відвідуванням виробництв задовольняє попит на автентичні гастрономічні враження.

Розвиток локальних брендів. Гастрономічний туризм створює умови для формування регіональних брендів крафтових м'ясопродуктів. Виробники отримують можливість не лише продавати продукцію, а й розповідати історію її створення, демонструвати технології виробництва, що підвищує лояльність споживачів і створює додану вартість.

Синергія з іншими видами туризму. Тури на основі крафтових м'ясопродуктів органічно поєднуються із зеленим туризмом, культурно-історичними маршрутами та фестивальними заходами. Це дозволяє створювати комплексні туристичні продукти, що підвищує тривалість перебування туристів у регіоні та їхні витрати.

Соціально-економічні вигоди для громад. Розвиток гастрономічного туризму на основі м'ясних крафтових виробів стимулює зайнятість, підтримує дрібних фермерів, сприяє розвитку сільської місцевості та збереженню культурної спадщини. Це відповідає концепції сталого розвитку і підтримує місцеву економіку.

Перспективи експорту гастрономічних турів. Окрім внутрішнього туризму, такі тури можуть бути привабливими і для іноземних туристів, особливо з країн, де є інтерес до української кухні та традицій. Це відкриває нові можливості для міжнародної співпраці та брендування України як гастрономічної дестинації.

ТОВ «М'ясоріг» активно працює в сегменті крафтових м'ясних виробів, пропонуючи продукти, що відповідають сучасним гастрономічним трендам.

Компанія орієнтується на поєднання традиційних методів обробки м'яса з сучасними смаками, такими як BBQ та копчені делікатеси.

Потенціал у сегменті м'яса дичини. Хоча наразі в асортименті «М'ясоріг» відсутні продукти з м'яса дичини, підприємство має потенціал для розширення в цьому напрямку. Зважаючи на їхній досвід у виробництві крафтових м'ясних виробів, компанія могла б успішно інтегрувати м'ясо дичини, таке як оленина чи м'ясо дикого кабана, у свій асортимент. Це дозволило б задовольнити зростаючий попит на ексклюзивні та натуральні м'ясні продукти серед споживачів.

Якщо «М'ясоріг» вирішить розширити свій асортимент, включивши м'ясо дичини, це може зміцнити їхню позицію на ринку крафтових м'ясопродуктів та привернути нову аудиторію, зацікавлену в унікальних гастрономічних пропозиціях.

На рис. 4.2. зображено основні чинники доцільності виходу ТОВ «М'ясоріг» на ринок гастрономічного туризму на основі крафтових м'ясопродуктів.

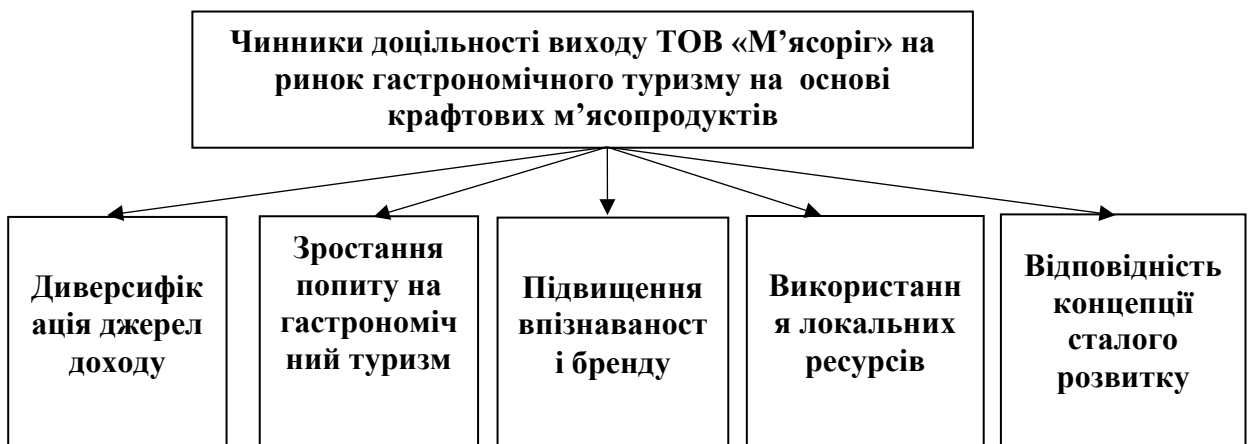


Рис. 4.2. Чинники доцільності виходу ТОВ «М'ясоріг» на ринок гастрономічного туризму на основі крафтових м'ясопродуктів

Джерело: розроблено автором

Проведемо обґрунтування доцільності виходу ТОВ «М'ясоріг» на ринок гастрономічного туризму. Вихід ТОВ «М'ясоріг» на ринок гастрономічного

туризму є стратегічно обґрунтованим кроком, який поєднує можливості диверсифікації бізнесу та популяризації власної продукції. Основні аргументи на користь цього рішення такі:

Диверсифікація джерел доходу. ТОВ «М'ясоріг» наразі спеціалізується на виробництві та реалізації м'ясної продукції. Вихід на суміжний ринок гастрономічних послуг дозволяє підприємству мінімізувати ризики, пов'язані із сезонними коливаннями попиту на основну продукцію, та забезпечити стабільний грошовий потік від додаткової діяльності.

Зростання попиту на гастрономічний туризм. В Україні спостерігається позитивна динаміка розвитку гастрономічного туризму, що є частиною світового тренду на досвідове споживання («experience economy»). Все більше туристів прагнуть не лише побачити нові місця, а й скуштувати автентичні страви, дізнатися про культуру харчування, навчитися приготуванню локальних продуктів. Тур «Шлях Дичини» відповідає цим запитам.

Підвищення впізнаваності бренду. Організація гастрономічних турів стане ефективним маркетинговим інструментом для просування продукції ТОВ «М'ясоріг». Прямий контакт зі споживачами, дегустація продукції та демонстрація технологій виробництва формують лояльність клієнтів та сприяють розширенню ринку збуту.

Використання локальних ресурсів та стимулювання розвитку регіону. Підприємство має доступ до якісної сировини, мисливських угідь та власної м'ясної продукції, що дозволяє створити унікальний туристичний продукт із високою доданою вартістю при відносно низьких витратах. Розвиток гастрономічного туризму сприятиме залученню туристів у регіон, створенню нових робочих місць, підтримці місцевих виробників та ремісників. Це дозволить ТОВ «М'ясоріг» позиціонувати себе як соціально відповідальне підприємство.

Відповідність концепції сталого розвитку. Тур «Шлях Дичини» акцентує увагу на використанні натуральних продуктів, екологічно чистих технологій

та традиційних методів приготування їжі. Це відповідає сучасним тенденціям сталого туризму та екологічної відповідальності.

Отже, вихід ТОВ «М'ясоріг» на ринок гастрономічного туризму – це не лише можливість збільшити прибуток, а й ефективний інструмент для посилення конкурентних позицій підприємства на ринку м'ясної продукції, формування позитивного іміджу та сталого розвитку регіону.

Загалом гастрономічний туризм в Україні набуває все більшої популярності, і Київська, Хмельницька та Житомирська області мають значний потенціал для розвитку цього напрямку. Розглянемо перспективи кожного регіону окремо.

Київська область: інновації та державна підтримка. Київщина активно розвиває гастрономічний туризм завдяки проєкту «Дороги вина та смаку України», який об'єднує понад 50 локацій, включаючи виноробні, сироварні, ферми та ресторани. Проєкт реалізується за підтримки Київської обласної державної адміністрації та відповідає європейським стандартам. Це сприяє збереженню культурної спадщини та розвитку сільських територій.

Хмельницька область: унікальні фермерські ініціативи. У Хмельницькій області гастрономічний туризм розвивається завдяки унікальним фермерським проєктам, таким як равликова ферма «Епіравлик» у селі Нижні Вовківці. Ферма пропонує туристам ознайомлення з процесом вирощування равликів та дегустацію страв з них, що сприяє відродженню кулінарних традицій регіону та залученню туристів.

Житомирська область: зелений туризм та екологічні маршрути. Житомирщина має великий потенціал для розвитку зеленого туризму, що включає гастрономічний компонент. Регіон пропонує туристам екологічні маршрути, які поєднують природні ландшафти з можливістю ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями. Це сприяє збереженню довкілля та розвитку сільських територій.

Кожна з розглянутих областей має свої унікальні переваги для розвитку гастрономічного туризму: Київська область: розвинена інфраструктура та

державна підтримка. Хмельницька область: унікальні фермерські проєкти та кулінарні традиції. Житомирська область: екологічні маршрути та зелений туризм. Розвиток гастрономічного туризму в цих регіонах сприятиме економічному зростанню, **збереженню культурної спадщини та залученню туристів.**

4.2. Формування туристичного продукту для ТОВ «М'ясоріг»

Для ТОВ «М'ясоріг» можна запропонувати концепцію туризму «Дичина & Делікатеси», метою якого є створення гастрономічного маршруту або туристичного продукту, який поєднує:

- дегустації страв із дичини;
- екскурсії на виробництво («М'ясоріг»);
- знайомство з технологією переробки дичини;
- елементи культурної спадщини (мисливські традиції, кухня, легенди);
- локальні ферми/господарства/екоферми з утриманням дичини.

Основними компонентами цього туристичного продукту буде:

1. Гастровізит на виробництво «М'ясоріг»:

- тур по цехах, майстер-клас з копчення або BBQ (у форматі «show kitchen»);
- дегустація різних видів м'яса, у т.ч. з потенційною лінійкою з дичини (як лімітований продукт);
- презентація технологій, традицій, історій про м'ясо і дичину.

2. Візит до мисливського або фермерського господарства:

- екскурсія на територію, де розводять оленів, кабанів, фазанів (у форматі «етносафари»);
- розповіді про етику полювання, екологічний баланс, охорону тварин;
- фототури або дегустація просто на природі.

3. Кулінарна майстерня / гастрофестиваль:

– проведення майстер-класів із приготування страв з дичини: ковбаса з оленини, паштет з фазана, мисливський куліш тощо.

– запрошення місцевих шефів, презентація регіональних страв.

4. Маркетингова складова:

– розробка туристичного бренду (наприклад, «Шлях дичини», «ГастроСафарі»);

– включення в гастрономічні маршрути області або країни;

– пропозиція турів для іноземців через гастрофестивалі або бізнес-туризм.

Перевагами такого підходу у діяльності ТОВ «М'ясоріг» є:

– розширення аудиторії для «М'ясоріг» (туристи, шефи, гурмани);

– вихід на нові ринки – гастрономічні подарунки, дегустаційні набори;

– формування нового гастротуристичного кластера;

– популяризація української дичини як унікального національного продукту.

Узагальнено концепція туристичного продукту – гастрономічний туристичний продукт: «Шлях Дичини» показано в табл. 4.1

Таблиця 4.1

Концепція гастрономічного турпродукту «Шлях Дичини»

Загальна ідея	Цільова аудиторія	Тривалість туру
Авторський гастротур із відвідуванням крафтового виробництва «М'ясоріг», знайомством з м'ясом дичини, традиційною кухнею та локальними фермерськими / мисливськими господарствами	<ul style="list-style-type: none">• Туристи з України та Європи, зацікавлені в гастрономії та етнокulturі• Представники HoReCa (шефи, ресторатори)• Фудблогери, гастрономічні журналісти• Мисливці, гурмани, еко-туристи	1–3 дні (міні-тур або вікенд)

Джерело: розроблено автором

Загальною ідеєю гастрономічного турпродукту «Шлях Дичини» є те, що це авторський гастротур із відвідуванням крафтового виробництва

«М'ясоріг», знайомством з м'ясом дичини, традиційною кухнею та локальними фермерськими / мисливськими господарствами. Цільовою аудиторією є: туристи з України та Європи, зацікавлені в гастрономії та етнокультурі, представники HoReCa (шефи, ресторатори), фудблогери, гастрономічні журналісти, мисливці, гурмани, еко-туристи. Тривалість туру: 1–3 дні (міні-тур або вікенд).

Орієнтовний маршрут та програма гастрономічного турпродукту «Шлях Дичини» показано в табл. 4.2

Таблиця 4.2

**Орієнтовний маршрут та програма
гастрономічного турпродукту «Шлях Дичини»**

День	Програма
День 1:	<ul style="list-style-type: none"> • Зустріч у місті (наприклад, Київ, залежно від локації «М'ясоріг») • Екскурсія на виробництво «М'ясоріг»: знайомство з цехом, копчення, BBQ-лінії • Дегустація продуктів (включно з дичиною: кабан, олень, качка — за наявності) • Майстер-клас з приготування ковбаси або мисливських делікатесів • Тематична вечеря: «Мисливський бенкет» із локальними винами
День 2:	<ul style="list-style-type: none"> • Переїзд до мисливського господарства або ферми з оленями (етносафарі) • Екскурсія, спостереження за тваринами, розповідь про дичину • Обід на природі: куліш, дичина на грилі • Народні легенди та традиції мисливців • Участь у приготуванні традиційної страви (наприклад, тушковане м'ясо кабана)
День 3 (за потреби):	<ul style="list-style-type: none"> • Візит до локального ринку / фудкорту / гастрофестивалю • Презентація продуктів «М'ясоріг» як сувенірів • Кулінарний конкурс або дегустація «Найкраща страва з дичини»

Джерело: розроблено автором

В рамках даного туру партнерами ТОВ «М'ясоріг» можуть виступати:

- мисливське господарство (можна обрати регіонально – Волинь, Поділля, Полісся);
- туроператори;
- готелі / агросадиби;

- шеф-кухарі, фудблогери;
- органи місцевого самоврядування (туристичні відділи).

Також можна цей тур розглядати у різних форматах:

- назва: «Шлях Дичини», «BBQ & Wild», «Дичина без меж»;
- тури у форматі «під ключ»;
- варіанти для корпоративів, індивідуальних груп, іноземців;
- сувенірні набори: м'ясо дичини в вакуумі, соуси, рецепти.

Запропонуємо два варіанти дестинацій для проведення 2-го і 3-го дня гастрономічного туру «Шлях Дичини» в Україні. Оскільки перший день – це перебування в місті Києві і ознайомлення із виробництвом. Обидва варіанти мають природний ландшафт, традиції полювання, наявність господарств і туристичний потенціал.

Отже, можна запропонувати два варіанти: 1: Поділля – Хмельницька область, Кам'янець-Подільський район. Чому саме тут: 1) регіон має мисливські традиції та господарства, де утримують кабанів, оленів, козуль; 2) поблизу – Кам'янець-Подільський, історичне місто з розвиненою інфраструктурою; 3) є локації для outdoor-гастрономії, фотосафарі, екоекскурсій; 4) можна поєднати гастротур з історико-культурним туризмом (фортеця, каньйон, печери). Пропоновані локації: мисливське господарство «Поділля» або «Дністровські плавні», приватні ферми біля с. Устя або с. Колодіївка – потенційно можна організувати дегустації просто на природі, садиби з дегустаційною залою та кухнею: етносадиби Кам'яниччини – ідеальні для приготування мисливських страв.

Варіант 2: Полісся – Житомирська область, Овруцький або Олевський район. Чому саме тут: чисті ліси, багаті на дичину (кабани, олені, зайці, птахи), регіон з автентичною кухнею, пов'язаний з поліськими традиціями мисливства, тут збереглася природність, що приваблює туристів, які шукають «дикі» враження. Пропоновані локації: мисливські господарства: «Поліське» або «Селезівка» – організовують спостереження за тваринами, дегустації, екоферма з оленями поблизу Коростеня чи Овруча – для фотоетносафарі,

гастросадиби з відкритими майданчиками для приготування кулішу, тушкованої дичини тощо.

Таблиця 4.3

**Варіанти проведення 2-го і 3-го днів
гастрономічного туру «Шлях Дичини»**

Дестинація	Хмельницька область, Кам'янець-Подільський район	Житомирська область, Овруцький або Олевський район
Її переваги	<ul style="list-style-type: none"> • Регіон має мисливські традиції та господарства, де утримують кабанів, оленів, козуль. • Поблизу – Кам'янець-Подільський, історичне місто з розвиненою інфраструктурою. • Є локації для outdoor-гастрономії, фотосафарі, екоекскурсій. • Можна поєднати гастротур з історико-культурним туризмом (фортеця, каньйон, печери). 	<ul style="list-style-type: none"> • Чисті ліси, багаті на дичину (кабани, олені, зайці, птахи). • Регіон з автентичною кухнею, пов'язаний з поліськими традиціями мисливства. • Тут збереглася природність, що приваблює туристів, які шукають «дикі» враження.
Пропоновані локації	<ul style="list-style-type: none"> • Мисливське господарство «Поділля» або «Дністровські плавні» • Приватні ферми біля с. Устя або с. Колодіївка – потенційно можна організувати дегустації просто на природі. • Садиби з дегустаційною залою та кухнею: етносадиби Кам'яниччини – ідеальні для приготування мисливських страв. 	<ul style="list-style-type: none"> • Мисливські господарства: «Поліське» або «Селезівка» – організовують спостереження за тваринами, дегустації. • Екоферма з оленями поблизу Коростеня чи Овруча – для фотоетносафарі. • Гастросадиби з відкритими майданчиками для приготування кулішу, тушкованої дичини тощо.

Джерело: розроблено автором

Зробимо порівняльну характеристику дестинацій для гастрономічного туру «Шлях Дичини» для проведення 2-го і 3-го, з акцентом на використання м'яса дичини як екскурсійного та гастрономічного об'єкта (табл.).

**Порівняння потенційних дестинацій для проведення 2-го і 3-го дня
гастрономічного туру «Шлях Дичини»**

Критерій	Поділля (Кам'янець-Подільський район)	Полісся (Житомирська область)
Природні ресурси	Каньйони, ліси, Дністер, мисливські угіддя	Ліси, болота, річки, дикі популяції дичини
Історико-культурна база	Кам'янецька фортеця, старе місто, етносадиби	Поліські легенди, етнографія, дерев'яні храми
Інфраструктура	Розвинена туристична інфраструктура, готелі, садиби	Менш розвинена, але доступні садиби та екоферми
Доступність	Зручне сполучення з Хмельницького та Києва	Віддаленість, але добра логістика з Житомира
Гастрономічна база	Місцева кухня, мисливські страви, крафтове м'ясо	Поліська кухня, дичина, традиційні методи готування
Потенціал для фотосафарі	Ферми з оленями, відкриті простори для фототурів	Лісові маршрути, натуральна дика природа
Атмосфера	Історико-гастрономічна з етноакцентом	Екологічно-автентична, «дика» природа

Джерело: розроблено автором

Обидві дестинації мають високий потенціал для розвитку гастрономічного туризму з використанням м'яса дичини. Вибір залежить від акценту: або на поєднанні гастрономії з історією (Поділля), або на природному, «дикому» досвіді (Полісся).

Обидва варіанти можуть включати:

- проживання в етно-садибах або готелях 2–3*;
- кулінарні шоу просто неба або в дегустаційних залах;
- майстер-класи з місцевими кухарями;
- фуд-інсталяції для фотографій і соціальних мереж;
- участь у локальному гастрономічному святі (можна створити штучно як подію).

Далі зробимо обґрунтування плану впровадження туристичної складової у ТОВ «М'ясоріг». Вихідними передумовами є те, що ТОВ «М'ясоріг» – підприємство, яке спеціалізується на переробці м'яса, включно з крафтовими

м'ясопродуктами. Компанія має потенціал виробництва м'яса дичини, що є унікальним продуктом на українському ринку. Гастрономічний туризм в Україні набирає обертів, а продукти локального походження – тренд для туристів з України та з-за кордону (у поствоєнний період).

Мета впровадження. Формування доданої вартості продукції через залучення туристів до процесу виробництва, дегустацій, майстер-класів і створення унікального досвіду споживання дичини.

План впровадження гастрономічного туру «Шлях Дичини» для ТОВ «М'ясоріг» показано в табл. 4.5

Таблиця 4.5

**План впровадження гастрономічного туру «Шлях Дичини»
для ТОВ «М'ясоріг»**

Назва етапу	Основні складові
Етап I. Аналітичний та підготовчий (1–2 місяці)	<ul style="list-style-type: none"> • Оцінка інфраструктурної готовності (територія, санітарні норми, умови безпеки). • Аналіз цільових ринків (туристи з міст, ресторатори, іноземці). • Формування команди проекту.
Етап II. Розробка турпродукту (2–3 місяці)	<ul style="list-style-type: none"> • Створення сценарію візиту: екскурсія – дегустація – майстер-клас – сувенір. • Узгодження з місцевими партнерами: фермери, садиби, мисливські господарства. • Підготовка рекламних матеріалів, фото/відеоконтенту, буклетів.
Етап III. Створення інфраструктури (3–4 місяці)	<ul style="list-style-type: none"> • Облаштування дегустаційної зали (або літнього павільйону). • Встановлення зони для приготування м'яса (гриль, коптільня). • Обладнання сувенірної точки (продукція в упаковці: ковбаси з дичини, паштети, соуси).
Етап IV. Запуск пілотного туру (1 місяць)	<ul style="list-style-type: none"> • Проведення пробного туру для місцевих гідів, журналістів, туроператорів. • Збір зворотного зв'язку, доопрацювання маршруту.
Етап V. Масштабування (постійно)	<ul style="list-style-type: none"> • Участь у гастрофестивалях, агровиставках. • Продаж турів через партнерські сайти, бронювання онлайн. • Запрошення шеф-кухарів, інфлюенсерів, гостротуристів з Європи.

Джерело: розроблено автором

Стратегічні завдання впровадження гастрономічного туру «Шлях Дичини» для ТОВ «М'ясоріг»:

1. Розробити туристичну програму на базі виробництва.
2. Створити дегустаційний простір для групових візитів.

3. Налагодити партнерства з туристичними операторами та агросадибами.

4. Промоція бренду «М'ясоріг» через тури, фестивалі, кулінарні події.

Таким чином, очікуваними діями для впровадження гастрономічного туру «Шлях Дичини» для ТОВ «М'ясоріг»:

- розробити туристичну програму на базі виробництва;
- створити дегустаційний простір для групових візитів;
- налагодити партнерства з туристичними операторами та агросадибами.

Також можна запропонувати промоцію бренду «М'ясоріг» через тури, фестивалі, кулінарні події. Це сприятиме збільшенню впізнаваності бренду «М'ясоріг», розширенню каналів реалізації продукції, формуванню нового ринку: туризм + м'ясо дичини, появі іміджевого туристичного об'єкта в регіоні.

Окрім того, на майбутнє можна передбачити можливості грантової підтримки. Зокрема це можуть бути: 1) програми підтримки агротуризму (ДАР, U-LEAD, KSE, Ukrainian Startup Fund); 2) гранти на розвиток підприємництва в сільських громадах; 3) партнерство з громадами та туризм-офісами для спільних ініціатив.

Отже, гастрономічний тур «Шлях Дичини» для ТОВ «М'ясоріг» – це триденний тур для груп до 15 осіб, що включає:

- екскурсію мисливськими угіддями;
- майстер-класи з приготування страв із дичини;
- дегустацію м'ясних делікатесів ТОВ «М'ясоріг»;
- культурно-розважальні заходи (стрільба з лука, ярмарок місцевих продуктів).

4.3. Ефективність впровадження гастрономічного туру «Шлях Дичини» для ТОВ «М'ясоріг»

З метою визначення економічної ефективності впровадження гастрономічного туру «Шлях Дичини» для ТОВ «М'ясоріг» проведемо визначення його калькуляції, і, відповідно витрат, а також доходів і прибутку.

Таблиця 4.6

Калькуляція гастрономічного туру «Шлях Дичини» для ТОВ «М'ясоріг»

Стаття	Розрахунок	Сума, тис. грн.
Доходи		
Вартість туру з особи (2 дні)	3500 грн × 15 осіб	53,0
Дохід з одного туру		53,0
Річний дохід (24 тури)	53 × 12	630,0
Витрати (на 1 тур)		
Розміщення (2 ночі / агросадиби × 15 осіб)	1000 грн × 15 осіб	15,0
Оренда транспорту, логістика		10,0
Оренда локації (мисливські угіддя)		5,0
Винагорода екскурсоводів, майстрів		5,0
Реклама і маркетинг (в місяць)		2,0
Інші витрати (страхування, сувеніри)		1,0
Витрати на 1 тур		38,0
Річні витрати (24 тури)	38 × 12 турів	455,0

Джерело: розроблено автором

Отже, гастрономічний тур «Шлях Дичини» є новим напрямом діяльності ТОВ «М'ясоріг», що поєднує просування м'ясної продукції підприємства з розвитком гастрономічного туризму. Основна мета проекту – популяризація м'ясних делікатесів з дичини серед споживачів та диверсифікація джерел доходу підприємства.

Тур розрахований на 15 осіб, триває три дні, включає дегустацію м'ясних страв, майстер-класи, екскурсію мисливськими угіддями, розваги. Планується проведення 1 тур щомісячно (12 тури на рік).

Розрахунок доходів полягає у наступному. Вартість туру з особи – 5000 грн. Виходячи з групи 15 осіб:

- дохід з одного туру = $3500 \times 15 = 53000$ грн
- річний дохід = $53000 \times 12 = 630000$ грн

Розрахунок витрат. Основні витрати на 1 тур:

- розміщення = 15000 грн
- оренда транспорту і логістика = 5000 грн
- оренда мисливських угідь = 5000 грн
- винагорода персоналу = 5000 грн
- реклама (на тур) = 2000 грн
- інші витрати (страхування, сувеніри) = 1000 грн
- витрати на 1 тур = 38000 грн
- річні витрати = $38000 \times 12 = 455000$ грн

На основі цього можна визначити фінансовий результат першого року:

- доходи: 630000 грн
- витрати: 455000 грн

Фінансовий результат до оподаткування: 175000 грн (прибуток)

Також на основі цього можемо зробити прогноз на другий рік за умови збільшення турів до 24 на рік (2 тури на місяць):

- дохід на тур = $3500 \times 15 = 530000$ грн
- річний дохід = $530000 \times 24 = 1260000$ грн
- річні витрати = $38000 \times 24 = 911000$ грн
- фінансовий результат до оподаткування 349000 грн.

Також для оптимізації прибутку необхідно: знижувати витрати, збільшувати кількість учасників до 20 осіб.

Узагальнення планових фінансових результатів ТОВ «М'ясоріг» при впровадженні гастрономічного туру «Шлях Дичини» показано в табл. 4.7.

Отже, провівши аналіз планових фінансових результатів впровадження гастрономічного туру «Шлях Дичини» ТОВ «М'ясоріг» за двома сценаріями впровадження гастрономічного туру «Шлях Дичини»: при організації 12 та 24 турів на рік. У кожному турі планується участь 15 осіб, при вартості туру на особу 3 500 грн. Це забезпечує дохід від одного туру на рівні 53,0 тис. грн. При проведенні 12 турів на рік загальний річний дохід становитиме 630,0 тис. грн, а при 24 турах – подвоюється до 1 260,0 тис. грн.

**Узагальнення планових фінансових результатів ТОВ «М'ясоріг» при
впровадженні гастрономічного туру «Шлях Дичини»**

Показники, тис. грн.	12 турів в рік	24 тури в рік
Ціна на особу, грн.	3500	3500
Кількість осіб в 1 турі	15	15
Дохід від 1 туру, тис. грн.	53,0	53,0
Витрати від 1 туру, тис. грн.	38,0	38,0
Фінансовий результат від 1 туру, тис. грн.	15,0	15,0
Дохід за рік, тис. грн.	630,0	1260,0
Витрати за рік, тис. грн.	455,0	911,0
Фінансовий результат за рік, тис. грн.	175,0	349,0
Рентабельність реалізації, %	28,0	28,0

Джерело: розроблено автором

Витрати на один тур оцінюються у 38,0 тис. грн, що включає витрати на харчування, оренду локацій, логістику, винагороду персоналу та супутні витрати. Річні витрати за сценаріями становлять відповідно 455,0 тис. грн (12 турів) і 911,0 тис. грн (24 тури). При кожному варіанті проведення турів фінансовий результат з одного туру становить 15,0 тис. грн. За рік прогнозується отримання чистого фінансового результату в розмірі 175,0 тис. грн (12 турів) або 349,0 тис. грн (24 тури). Це свідчить про пряму залежність прибутковості проєкту від кількості організованих турів. Ключовий показник ефективності проєкту — рентабельність реалізації — становить стабільно 28% у обох сценаріях. Це є достатньо високим показником для туристичних проєктів і свідчить про хорошу маржинальність бізнесу.

Аналіз планових фінансових результатів свідчить про економічну доцільність впровадження гастрономічного туру «Шлях Дичини». В обох сценаріях проєкт забезпечує прибутковість, однак збільшення кількості турів до 24 на рік дозволяє істотно підвищити абсолютний обсяг прибутку

підприємства без зниження рівня рентабельності. Це підтверджує перспективність масштабування проєкту на другий рік реалізації.

Також можна обґрунтувати ефективність гастрономічного туризму на базі ТОВ «М'ясоріг».

Економічна ефективність: 1) диверсифікація доходів – туристична діяльність дозволяє підприємству отримувати не лише прибуток від продажу продукції, а й від проведення екскурсій, дегустацій, майстер-класів, продажу сувенірної продукції (упаковані ковбаси, джеми, соуси з дикою ягодою, рецептурні буклети тощо); 2) підвищення середньої вартості одиниці продукту – продукт, представлений у форматі гастрономічного досвіду, має вищу цінність, наприклад, дегустаційний сет або обід із дичини коштує в рази більше, ніж просто ковбаса на полиці; 3) зростання впізнаваності бренду «М'ясоріг» сприятиме розширенню клієнтської бази – і туристичної, і торгової.

Маркетингова ефективність: 1) гастротуризм – ефективний інструмент просування крафтового бренду, турист бачить виробництво, дегустує продукт, купує – і потім стає лояльним клієнтом, це «емоційна залученість» споживача; 2) формування унікальної торгової пропозиції (УТП): «М'ясоріг» – це не просто ковбаса, а подорож у світ дикої природи та справжнього смаку»; 3) органічний PR: участь у фестивалях, публікації в гастромедіа, рекомендації блогерів та кулінарів.

Соціальна ефективність: 1) залучення місцевого населення: гіді, кухарі, водії, виробники локальних продуктів – все це створює додаткові робочі місця; 2) підтримка локального мисливського, фермерського та гастрономічного середовища; 3) популяризація української культури, традицій і натуральних продуктів.

Туристичний потенціал: 1) гастрономічний туризм є глобальним трендом, який активно розвивається в Європі, і Україна має унікальну нішу – дичина; 2) місцева екзотика (дичина, копченості, авторські рецепти) викликає інтерес не лише в українських мандрівників, а й у туристів із ЄС, Польщі, Чехії,

Німеччини; 3) можливість проведення турів у міжсезоння, коли традиційний туризм менш активний (осінь-зима).

Екологічна ефективність: 1) використання локального ресурсу (м'ясо дичини) без надмірної індустріалізації; 2) акцент на стале споживання – популяризація етичного полювання, переробки без відходів, сезонного харчування.

Впровадження гастрономічного туризму в рамках діяльності ТОВ «М'ясоріг» – це не лише ефективне розширення бізнесу, а й інструмент сталого розвитку сільської території, брендування регіону, підвищення туристичної привабливості України та популяризація крафтового продукту на національному і міжнародному рівнях.

Висновок до розділу 4

Гастрономічний туризм на основі крафтових м'ясопродуктів має значні перспективи розвитку в Україні завдяки поєднанню попиту на якісну продукцію, можливості розвитку місцевих виробників і інтеграції з іншими видами туризму. Для реалізації цього потенціалу необхідна підтримка місцевих громад, маркетингова стратегія та державне сприяння.

Вихід ТОВ «М'ясоріг» на ринок гастрономічного туризму – це не лише можливість збільшити прибуток, а й ефективний інструмент для посилення конкурентних позицій підприємства на ринку м'ясної продукції, формування позитивного іміджу та сталого розвитку регіону. З метою виходу на цей ринок для ТОВ «М'ясоріг» запропоновано концепцію туризму, метою якого є створення гастрономічного маршруту або туристичного продукту, який поєднує: дегустації страв із дичини; екскурсії на виробництво («М'ясоріг»); знайомство з технологією переробки дичини; елементи культурної спадщини (мисливські традиції, кухня, легенди); локальні ферми/господарства/екоферми з утриманням дичини.

Проект «Шлях Дичини» є перспективним напрямом для ТОВ «М'ясоріг». За умови оптимізації витрат, нарощування клієнтської бази та підвищення вартості послуг він може стати додатковим джерелом прибутку підприємства. Тур розрахований на 15 осіб, триває три дні, включає дегустацію м'ясних страв, майстер-класи, екскурсію мисливськими угіддями, розваги.

ВИСНОВКИ

За результатами науково-дослідної роботи можна зробити ряд висновків:

1. На основі комплексних досліджень:

- розроблено рецептури паштетів делікатесного та дієтичного харчування з додаванням м'яса диких тварин;

- виявлено, що вміст жиру у розроблених рецептурах значно зменшився, у порівнянні з паштетами виготовленими за традиційною рецептурою за рахунок додавання м'яса диких тварин. Це дозволяє використовувати ці продукти у якості дієтичних та делікатесних; та введення у рецептури пророщених зерно продуктів дозволяє збільшився відсоток вуглеводів;

- досліджено фізико-хімічні та технологічні показники у розроблених виробках та порівняно їх з класичними рецептурами;

- встановлено, що вологоутримуюча здатність у розроблених зразків вища, ніж у зразків по класичних рецептах.

2. Розроблені продукти можуть бути рекомендовані для виробництва на підприємствах м'ясопереробної промисловості та у закладах харчування для використання широких верств населення, оскільки носять дієтичний та делікатесний характер.

3. Ринок крафтових м'ясопродуктів із м'яса дичини в Україні поступово набирає обертів, формуючи нішу для споживачів, які цінують якість, натуральність і унікальний смак продукції. Для ТОВ «М'ясоріг» це відкриває нові можливості для диверсифікації асортименту та зміцнення позицій на ринку. Перевагою виходу на цей сегмент є зростаючий попит серед споживачів, які орієнтуються на здорове харчування та шукають альтернативу традиційним м'ясним виробам. М'ясо дичини має високі харчові властивості, меншу калорійність і неповторний смак, що дозволяє створювати преміальні продукти – ковбаси, паштети, в'ялене м'ясо та делікатеси.

4. Товариство з обмеженою відповідальністю «М'ясоріг» – українське підприємство, засноване у серпні 2023 року в місті Києві. Компанія спеціалізується на виробництві м'ясних делікатесів, включаючи копчену свинину, качку, яловичину та інші продукти преміум-сегменту. З перших місяців свого існування «М'ясоріг» активно формував власну продукційну базу, впроваджував інноваційні методи копчення та глазурування м'яса, орієнтуючись на сучасні кулінарні тренди та попит серед гурманів. Асортимент включає страви, готові до вживання, які поєднують традиційні рецептури з новітніми технологіями виробництва. Компанія здійснює торгівлю як через власні канали, так і за допомогою онлайн-платформ, що дозволяє ефективно охоплювати ринок та розширювати клієнтську базу. За перший рік діяльності підприємство досягло впізнаваності у вузькоспеціалізованому сегменті гастрономії, що стало основою для подальшого розвитку та масштабування.

5. Для ТОВ «М'ясоріг» ключовими перспективами є: 1) розширення клієнтської бази, залучення нових сегментів – гурманів, шеф-кухарів, ресторанів і поціновувачів крафтової продукції; 2) посилення бренду як виробника інноваційних і високоякісних м'ясних виробів; 3) можливість виходу на зовнішні ринки, адже продукція з м'яса дичини має експортний потенціал, особливо до країн ЄС; 4) створення партнерських програм із мисливськими господарствами, фермерськими господарствами та ресторанами для забезпечення стабільного постачання сировини; 5) розвиток гастрономічного туризму. Водночас підприємству варто враховувати потребу в дотриманні суворих стандартів якості, отриманні спеціальних дозволів на переробку дичини та інвестуванні у маркетинг, щоб популяризувати новий продукт серед українських споживачів. Загалом, вихід на ринок крафтових м'ясопродуктів із м'яса дичини є перспективним стратегічним напрямом, який дозволить ТОВ «М'ясоріг» зайняти унікальну нішу, підвищити додану вартість продукції та зміцнити конкурентоспроможність.

6. Гастрономічний туризм на основі крафтових м'ясопродуктів має значні перспективи розвитку в Україні завдяки поєднанню попиту на якісну продукцію, можливості розвитку місцевих виробників і інтеграції з іншими видами туризму. Для реалізації цього потенціалу необхідна підтримка місцевих громад, маркетингова стратегія. Розкрито основні чинники для розвитку гастрономічного туризму на основі крафтових м'ясопродуктів та чинники доцільності виходу ТОВ «М'ясоріг» на ринок гастрономічного туризму на основі крафтових м'ясопродуктів.

7. З метою виходу на цей ринок для ТОВ «М'ясоріг» запропоновано гастрономічний турпродукт «Шлях Дичини», загальною ідеєю якого є те, що це авторський гастротур із відвідуванням крафтового виробництва «М'ясоріг», знайомством з м'ясом дичини, традиційною кухнею та локальними фермерськими / мисливськими господарствами. Цільовою аудиторією є: туристи з України та Європи, зацікавлені в гастрономії та етнокультурі, представники HoReCa (шефи, ресторатори), фудблогери, гастрономічні журналісти, мисливці, гурмани, еко-туристи. Тривалість туру: 1–3 дні (міні-тур або вікенд). Запропоновано два варіанти дестинацій для проведення 2-го і 3-го дня гастрономічного туру «Шлях Дичини» (оскільки перший день – це перебування в місті Києві і ознайомлення із виробництвом: Поділля – Хмельницька область, Кам'янець-Подільський район або Полісся – Житомирська область, Овруцький або Олевський район. Розроблено план впровадження гастрономічного туру «Шлях Дичини» для ТОВ «М'ясоріг». Гастрономічний тур «Шлях Дичини» що включає: екскурсію мисливськими угіддями; майстер-класи з приготування страв із дичини; дегустацію м'ясних делікатесів ТОВ «М'ясоріг»; культурно-розважальні заходи (стрільба з лука, ярмарок місцевих продуктів).

8. Проведено узагальнення планових фінансових результатів ТОВ «М'ясоріг» при впровадженні гастрономічного туру «Шлях Дичини». Можливі два сценарії при організації 12 та 24 турів на рік. У кожному турі планується участь 15 осіб, при вартості туру на особу 3 500 грн. Це забезпечує

дохід від одного туру на рівні 53,0 тис. грн. При проведенні 12 турів на рік загальний річний дохід становитиме 630,0 тис. грн, а при 24 турах – подвоюється до 1260,0 тис. грн. Аналіз планових фінансових результатів свідчить про економічну доцільність впровадження гастрономічного туру «Шлях Дичини». В обох сценаріях проєкт забезпечує прибутковість, однак збільшення кількості турів до 24 на рік дозволяє істотно підвищити абсолютний обсяг прибутку підприємства без зниження рівня рентабельності. Це підтверджує перспективність масштабування проєкту на другий рік реалізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня «Магістр» спеціальностей 181 «Харчові технології», 242 «Туризм» міждисциплінарної освітньо-наукової програми «Промислові та крафтові технології для HoReCa в туризмі» денної форми здобуття освіти [Електронний ресурс] / уклад. О.А. Топчій, В.М. Пасічний, О.А. Чернюшок, І.Я. Антоненко, І.Л. Мельник. – К.: НУХТ, 2023. – 57с.
2. Давидова О. Б., Зозульов О. В. Сучасний стан ринку ковбасних виробів України: ключові тенденції та драйвери розвитку //Актуальні проблеми економіки та управління. – 2021. – №. 15.
3. Rigdon M. et al. Texture and quality of chicken sausage formulated with woody breast meat //Poultry Science. – 2021. – Т. 100. – №. 3. – С. 100915.
4. Nair M. S. et al. Use of food preservatives and additives in meat and their detection techniques //Meat quality analysis. – Academic Press, 2020. – С. 187-213.
5. Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення: Постанова Каб. Міністрів України від 11.10.2016 р. № 780 : станом на 25 квіт. 2018 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/780-2016-п#Text>
6. Аналіз ринку ковбасних виробів в Україні. *Інвестиції в Україне - сайт про інвестиції | InVenture.* URL: <https://inventure.com.ua/uk/analytics/investments/analiz-rinku-kovbasnih-virobiv-v-ukrayini>
7. Карп'як М. О. Особливості функціонування ринку м'яса в Україні та його вплив на розвиток економіки регіонів //Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2018. – №. 1. – С. 77-80.
8. Варченко О. О. Теоретичні основи розвитку агропродовольчих систем в умовах глобальних змін. – 2022.
9. Боровик Ю. Т. Економіка природокористування. – 2020.

10. Мельник В. Наше птахівництво Світовий ринок м'яса птиці. 3(75). 2021.
11. Сітковська А. О. Проблеми розвитку виробництва сільськогосподарської продукції в Україні //Агросвіт. – 2019. – №. 1-2. – С. 10-
12. Кручаниця М. І. и др. Основи харчування. – 2019.
13. Хомич В. Т. и др. Мікроструктурний аналіз м'яса і м'ясних продуктів. – 2022.
14. Cherevko O. I. et al. Innovatsiini tekhnolohii kharchovoi produktsii funktsionalnoho pryznachennia [Innovative technologies of food products of functional purpose][Monograph] //Kharkiv: KhDUKhT [in Ukrainian]. – 2017.
15. Barbin,D.F.,Badaro,A.T.,Honorato,D.C.,Ida,E.Y.,&Shimokomaki,M.(2020).Identification of turkey meat and processed products using near infrared spectroscopy. Food Control, 107, 10616. doi:10.1016/j.foodcont.2019.10616.
16. 7. Okuskhanova,E.,Rebezov, M., Yessimbekov, Z.,Suychinov, A., Semenova, N., Rebezov, Y.,& Zinina, O. (2017).Studyofwaterbindingcapacity,pH,chemicalcompositionandmicrostructureof livestockmeatandpoultry.AnnualResearch&ReviewinBiology,1-7.doi:10.9734/ARRB/2017/34413.
17. Gálvez,F.,Domínguez,R.,Pateiro,M.,Carballo,J.,Tomasevic,I.,&Lorenzo,J.M.(201).Effectofgender on breast and thigh turkey meat quality. British poultry science, 9(4), 40-41. doi:10.100/0007166.201.146177
18. Lytvynchuk, S., Galenko, O., Cavicchi, A., Ceccanti, C., Mignani, C., Guidi, L., Shevchenko, A. (2022). Conformational changes in the structure of dough and bread enriched with pumpkin seed flour. Plants, 11. 2762.
19. Galenko O., Shevchenko, A., Ceccanti, C., Mignani, C., Litvynchuk, S. (2024). Transformative shifts in dough and bread structure with pumpkin seed protein concentrate enrichment. European Food Research and Technology, 250. 1177—1188.
20. Гипський Є. Вибір цільового сегменту для магазину і позиціонування на ринку харчових продуктів. – 2021.

21. Волхова Т. В. Харчова цінність варених ковбасних виробів з додаванням овочевої сировини. – 2021.
22. Григоренко О. В., Григоренко Е. В., Важенкова В. К. Удосконалення технології варених ковбас з використанням горохової пасти. – 2018.
23. Пасічний, В. М., Мороз, О. О., & Захандревич, О. А. (2008). Дослідження характеристик м'ясних фаршів з використанням в процесі посолу молочної сироватки та сухого молока. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені СЗ Гжицького, 10(2-5 (37)), 101-104.
24. Віннікова Л.Г., Теорія і практика переробки м'яса., — Ізмаїл: СМІЛ, 2000. — 172 с.
25. Пасічний, В. М. Характеристики основної м'ясної сировини та субпродуктів для виробництва ковбасних виробів вареної групи / В. М. Пасічний, О. А. Захандревич // Мясное дело. – 2008. - № 1. – С. 39-41.
26. Bozhko, N. V., Tischenko, V. I., Pasichnyi, V. M., Yuschko, M. I., Zhukova, Y., & Porova, E. (2018). Вивчення функціонально-технологічних показників м'ясомістких хлібів з м'ясом качки мускусної та білого товстолобика. Scientific Messenger of LNU of Veterinary Medicine and Biotechnologies. Series: Food Technologies, 20(85), 19-23.
27. Баль-Прилипко Л., Крижова Ю., Гармаш О. Використання ферментних препаратів при виробництві варених ковбас //Продовольча індустрія АПК. – 2017. – №. 5. – С. 11-15.
28. Choi S. M. et al. Effects of kimchi powder on the quality properties of emulsion type sausage made with irradiated pork meat //Food Science of Animal Resources. – 2011. – Т. 31. – №. 5. – С. 649-657.
29. Álvarez García C., Marcet Manrique I. Meat proteins as a potential source of bioactive ingredients for food and pharmaceutical use //Novel Proteins for Food, Pharmaceuticals and Agriculture: Sources, Applications and Advances. – 2018. – С. 29-49.

30. Mora L., Gallego M., Toldrá F. ACEI-inhibitory peptides naturally generated in meat and meat products and their health relevance //Nutrients. – 2018. – Т. 10. – №. 9. – С. 1259.

31. 1. Fursik O., Strashynskiy I., Pasichnyi V., Svyatnenko R. (2019) Biological efficiency of cooked sausages protein, Scientific Messenger of LNU of Veterinary Medicine and Biotechnologies. Series: Food Technologies, 21 (91), 48-53.

32. Gorbach O., Peshuk L., Galenko O. (2018) Improving the technology of cooked sausages using protein-mineral-hydrocarbon additive, Ukrainian Journal of Food Science, 6 (1), 38-45.

33. Пасичный, В. Н., & Сабадаш, П. Н. (2007). Пищевые добавки в производстве продуктов питания. Продукты и ингредиенты, 4, 27-29.

34. Bozhko, N. V., Pasichniy, V. M., & Bordunova, V. V. (2016). М'ясомісткі варені ковбаси з використанням м'яса качки. Scientific Messenger of LNU of Veterinary Medicine and Biotechnologies. Series: Food Technologies, 18(2), 143-146.

35. ТОВ Фудреформ.- Режим доступу: <https://foodreform.com.ua/product/>

36. ТОВ Савин продукт.- Режим доступу: <https://savinproduct.com.ua/>

37. ДСТУ 4436:2005 Ковбаси варені, сосиски, сардельки, хліби м'ясні.
Загальні технічні умови

38. ДСТУ ISO 1442:2005 М'ясо та м'ясні продукти. Метод визначення вмісту вологи (контрольний метод) (ISO 1442:1997, IDT).

39. ДСТУ ISO 2917-2001 М'ясо та м'ясні продукти. Визначення рН (контрольний метод) (ISO 2917:1974, IDT)

40. Продукція м'ясопереробної галузі Чернігівщини.- Режим доступу: <https://apk.cg.gov.ua/index.php?id=39033&tp=1&pg>

41. Антоненко І.Я., Котюх Ю. М. Історико-культурна спадщина Чернігівської області: стан та перспективи розвитку // Ефективна економіка.- Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5854>

42. Барабанова В. В., Богатирьова Г. А., Попова Ю. С., МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТОВАРУ НА РИНКУ УКРАЇНИ, Вісник ДонНУЕТ «Економічні науки»: № 2(75) (2021): Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Серія «Економічні науки»

43. Богатирьова Г. А., Горіна Г. О., КРИЗОВІ ЯВИЩА ТА БЕЗПЕКОВІ ФАКТОРИ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ, Вісник ДонНУЕТ «Економічні науки»: № 1(76) (2022): Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Серія «Економічні науки»

44. Житомирщина туристична: що подивитись в Житомирській області. <https://sunkissed.com.ua/zytomurska-oblast/>

45. Київщина туристична. <https://tourbaza.com.ua/kyuivshchynaturystychna/>

46. Мандруй Київщиною. <https://kyivregiontours.gov.ua/>

47. Мисливські господарства Житомирської області. <https://www.prohunting.com.ua/%D0%BC%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96>

48. Мисливські господарства Хмельницької області. <https://www.prohunting.com.ua/%D0%BC%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96>

49. М'ясоріг. <https://miasorig.ps.me/>

50. Тури у Хмельницьку область. <https://author-tour.com.ua/ua/tour?areaid=khmelnitskaya-oblast>

51. Туризм. Хмельницька область. https://www.adm-km.gov.ua/?page_id=1562

52. Хмельниччина, яку ви не знали: 10 цікавих локацій для вікенду! <https://discover.ua/inspiration/hmelniccina-aku-vi-ne-znali-10-cikavih-lokacij-dla-vikendu>

53. YouControl. <https://youcontrol.com.ua>