

Міністерство освіти і науки України
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ



**III МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ**
**«Інноваційні технології та перспективи
розвитку м'ясопереробної галузі»**

ПРОГРАМА ТА ТЕЗИ МАТЕРІАЛІВ

18 жовтня 2022р.

КИЇВ НУХТ 2022

Інноваційні технології та перспективи розвитку м'ясопереробної галузі : Програма та тези матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції, 18 жовтня 2022 р., м.Київ.–К.:НУХТ,2022р.–169с.

ISBN978-966-612-285-1

У даному виданні представлено програма та тези матеріалів доповідей міжнародної науково-практичної конференції «Інноваційні технології та перспективи розвитку м'ясопереробної галузі», яка проводиться Національним університетом харчових технологій і присвячена 55-й річниці створення кафедри технології м'яса і м'ясних продуктів.

Проведення конференції направлене на обговорення сучасних трендів і стратегії розвитку харчової промисловості та крафтових виробництв, зокрема в м'ясопереробній галузі та переробки продуктів тваринництва, актуальних технологій та інновацій м'ясопереробної галузі, світового та регіонального ринку харчових виробництв, використання харчових добавок, інноваційних складових створення пакувального обладнання, способів консервування і зберігання сировини та продукції в харчовій галузі, їх адаптації сфері гостинності та туристичному бізнесу, визначення перспективних інновацій з харчових технологіях та продукції для HoReCa в туризмі в Україні та світі, розвитку економіки та менеджменту індустрії гостинності.

Конференція направлена на обмін думками щодо тенденцій розвитку та перспектив м'ясопереробної галузі, крафтових виробництв, налагодження шляхів співпраці наукових установ, регіональних крафтових і високопродуктивних виробництв для формування науково-практичних засад розвитку харчових виробництв, їх взаємодії з сферою гостинності та екотуризму.

В програмі та матеріалах конференції представлено світові та регіональні тенденції, інновації, перспективи м'ясопереробної галузі та харчових виробництв різної продуктивності в сфері гостинності та розроблення нішової продукції для HoReCa в туризмі в Україні та світі.

*Рекомендовано Науковою радою НУХТ
Протокол № 3 від «27» жовтня 2022р.*

Друкується в авторській редакції

ISBN978-966-612-285-1

© НУХТ, 2022

3. ЯК ТУРИЗМ СПІВПРАЦЮЄ

З УКРАЇНСЬКИМИ КРАФТОВИМИ ВИРОБНИКАМИ : ДОСВІД І ПЕРСПЕКТИВИ

Гаврилова Я.Ю., Мірзодаєва Т.В., к.е.н.

Громадська спілка «Всеукраїнська асоціація гастрономічного туризму» (ВАГТ), м. Київ, Україна

Вступ. Пандемія COVID-19 та війна в Україні стали причиною максимального сповільнення динаміки зростання туризму. Тривале падіння темпів розвитку туристичного сектору української економіки сформувала у людей ефект відкладеного очікування на відпочинок і туристичні поїздки. Разом з тим останніми роками спостерігалось зростання запиту на автентичні, крафтові пропозиції з боку виробників туристичних послуг.

Такий запит формувався як з боку вітчизняного туриста, так і від в'їзних туристів. Так туристи почали стимулювати розвиток крафтового виробництва по всій Україні та спонукали виробників шукати колаборацію з іншими суб'єктами туристичного ринку.

Як відмічають дослідники, крафтове виробництво (гастро-, ремісниче) в усьому світі більше локалізоване у сільській місцевості. Тому з-поміж різних видів туризму найбільш дотичним до сільського ландшафту є такі як гастротуризм, сільський зелений, екологічний.

Український турист спраглий до відпочинку в екосадибах, подалі від міського динамічного простору та інтернет-мереж, хоче отримати не тільки певний рівень сервісу, інфраструктури, але й емоцію, причому смачну, до прикладу, від куштування крафтових продуктів та хорошого вина. Туристи готові підніматися в гори, щоб подивитися на процес виробництва бринзи. Хочуть порибалити на фермерських господарствах і самостійно приготувати рибу. Мріють просто влаштувати тихий відпочинок у єднанні з природою[1] Отже, в привабленні туристів до села може зіграти саме сільськогосподарський бізнес, зокрема виробництво смачних крафтових продуктів.

Щоб підняти авторитет крафтових продуктів необхідно створювати громадські спілки з числа представників бізнесу (винороби, виробники м'яса та молочних продуктів, сировари і ресторатори), які популяризують локальну кухню і відроджують кулінарну культуру окремих дестинацій. Об'єднуючись, вони притягують до себе виробників різних потужностей, мотивують та спонукають дрібних виробників отримувати ліцензії і виробляти сертифіковані продукти, якими можна безпечно частувати туристів, прокладати еногастрономічні маршрути і комплексно розвивати територію.

Наприклад, успішними стали проекти «Дорога вина та смаку Закарпаття», «Дорога вина та смаку Української Бессарабії», реалізовані в рамках проекту Європейського Союзу «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні». Наприкінці початку 2021 року до цього проекту долучились Херсонська та Миколаївська області. Також почали реалізовуватися проекти «Дорога смаку» в Прикарпатті, Кривому Розі, Чернігівській, Київській областях. У рамках цих проектів кожен регіон мав змогу перетворитися на туристичний осередок, де місцева влада вкладатиме кошти в інфраструктуру, проведення гастрофестивалів.

Однак, війна внесла свої корективи. Та крафтові виробники не зупиняються на досягнутому. В багатьох регіонах України вже почали відновлювати роботу та готуватись до повоєнного туристичного буму. Вважаємо, що для ефективного рестарту мікро та малого бізнесу (виробників крафтової продукції) їм необхідно розробити чотири рекомендовані стратегії, три з яких є маркетинговими:

1. Стратегія просування продукції. Реклама і промоція крафтових продуктів повинні бути націлені як на цільових мандрівників, які можуть проводити дні в Інтернеті, плануючи ідеальні пригоди для гурманів, так і на випадкових гастро-мандрівників, яким потрібна імпульсивна цілеспрямована реклама, щоб знайти враження поїздки, пов'язані з їжею.

2. Стратегія SSM. Дописи та фотографії гастро-туристів створюють ажіотаж навколо їхніх останніх гастро-пригод. Соціальні медіа-платформи, такі як Instagram, Facebook, Twitter, які заохочують створення користувачами коментарів, є необхідними інструментами для просування напрямків гастро-туризму на макрорівні та настійно рекомендовані для дестинацій мікрорівня та