

10. Меньор Є. На Закарпатті розробляються нові маршрути з військового туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua-reporter.com/uk/news/na-zakarpatti-rozroblyayutsya-novi-marshruty-z-viyskovogo-turyzmu>.

11. Моца А. В., Шевчук С. Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні // Економіка та суспільство. – 2022. – № 6. – С. 86–89.

12. Смирнов І. Географія ресурсної бази військового туризму США (XVIII–XIX ст.) // Вісник Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Географія. – 2017. – № 3(68). – С. 134–139.

13. Українська енциклопедистика в реаліях війни: зб. матеріалів. – Київ : Держ. наук. установа «Енциклопедичне видавництво», 2023. – 224 с.

14. Sushchenko O., Abuseridze G., Ivchenko L., Kravtsov S., Prymak T. Nostalgic tourism management based on German settlements in southern ukraine. Business Management. 3. 2024. P. 56-71. Режим доступу: <http://bm.access-bg.org/index.php/bm/article/view/66>

КРЕАТИВНІ ПРАКТИКИ В ГАСТРОНОМІЧНОМУ ТУРИЗМІ

*Скутар Т.Д., кандидат географічних наук, доцент
доцент кафедри географії та менеджменту туризму
Івануник В.О., кандидат географічних наук, доцент
доцент кафедри географії та менеджменту туризму
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

Ключові слова: гастрономічний туризм, креативні практики, інноваційність, крафт.

Створення інноваційних туристичних продуктів задля задоволення зростаючих вимог споживачів та забезпечення конкурентоспроможності підприємств туристичної індустрії потребує активного застосування успішних креативних практик.

Креативні практики в туризмі та індустрії гостинності відносяться до інноваційних й унікальних методів, стратегій, програм або підходів, які використовуються для привертання туристів, покращення туристичного досвіду та забезпечення конкурентоспроможності в галузі туризму та гостинності [1].

Гастрономічний туризм є одним із видів туризму, який набирає все більшої популярності та має значні можливості для реалізації захоплюючих креативних ініціатив. Сьогодні в гастротуризмі України використовуються такі креативні практики:

- *театралізовані дегустації, майстер-класи з виготовлення крафтових продуктів під час організованих гастротурів.* Слід зазначити, що такі ініціативи реалізуються не лише задля сприяння промоції продуктів місцевих товаровиробників, але й туризму в регіоні у цілому.

Наприклад, під час гастротуру в місті Хуст актори, піднімаючись з туристами на Замкову гору та розповідаючи про події XVII століття, в інтерактивному форматі запрошували туристів поласувати закарпатськими смаколикami та придбати крафтові продукти з собою. Такий проект мав на меті, крім власне промоції локального продукту, ще й побудувати дорогу й облаштувати інформаційний майданчик на Замковій горі [2];

- *гастрономічні квест-екскурсії*, учасники яких мають виконати задалегідь підготовлені цікаві завдання, щоб знайти тематичні об'єкти на маршруті, а на фініші проводиться дегустація або майстер-клас;

- *мистецький супровід гастрономічних фестивалів та крафтових ярмарків*, що передбачає музичні виступи, проведення традиційних українських танців, а також видовищні дегустації та кулінарні майстер-класи для відвідувачів;

- *яскраві анімаційні програми під час відвідання етнографічних музеїв*, зокрема скансенів, коли традиційні страви національної кухні готуються в присутності туристів, а іноді й за їх особистої участі, що надає стравам ще більшої колоритності;

- *театралізовані та інтерактивні заходи у гастрономічних музеях із активним залученням відвідувачів*. Це, зокрема, театралізовані дійства, що переносять гостей у світ кулінарних традицій минулих епох, розкриваючи таємниці старовинних рецептів та кулінарних звичаїв; проведення гастрономічних вікторин, кулінарних батлів, вже звичних майстер-класів тощо;

- *поєднання гастрономії, мистецтва й інтерактивних розваг у сучасних музейно-культурних комплексах* на кшталт „Львіварні” – інтерактивного музею пивоваріння та сучасного арт-центру, де відбуваються виставки, концерти та різноманітні культурні події. Завдяки інтерактивним експонатам музею кожен з відвідувачів може відчути себе справжнім пивоваром, „доторкнутися” до історії пива та „зазирнути” в процес пивоваріння, а також тут є можливість продегустувати пиво [3];

- *технологічні інновації*, зокрема застосування віртуальних технологій у гастротуризмі може бути пов'язане з креативними техніками поєднання віртуального та фізичного досвіду в одному туристичному продукті. Як приклад, туристичний продукт „Віртуальна гастрономічна подорож із реальним смаком українською Бессарабією”, у якому віртуальну компоненту складають зоом-презентації локацій, онлайн-зустрічі з власниками та дистанційні майстер-класи, а офлайн відбувається дегустація страв і вин, що містяться в отриманому поштою дегустаційному сеті [4].

Отже, використання цікавих креативних практик в організації та проведенні гастрономічних турів і подій дозволяє туристам не лише отримувати ще більше яскравих, незабутніх вражень, але й розвивати свій креативний потенціал.

Список використаних джерел

1. Городянська Л.В. Інноваційні та креативні практики у галузі туризму та гостинності: основні риси, види та можливості. *Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій*: збірник матеріалів III Всеукраїнської науково-практичної конференції / ред: М.А. Кулиняк, Д.С. Черняк. Київ : КНУТД, 2024. С.95-98.
2. Мирний М. Їжа як магніт. Як крафтовий бізнес може залучати туристів і створювати додану вартість для громад. *День*. 2020. №161-162. URL : <https://day.kyiv.ua/article/ekonomika/yizha-yak-mahnit>
3. Музейно-Культурний Комплекс Півної Історії – „Львіварня” : веб-сайт. URL: <https://lviv-tourist.info/muzej-pyvovarinnya> (дата звернення: 28.03.2025).
4. Якименко-Терещенко Н.В., Чайка Т.Ю., Маслюк Ю.В. Віртуальні гіді в гастрономічному туризмі: перспективи розробки та впровадження. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2024. №11. URL : <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-03-05>

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ МЕТОДІВ СТИМУЛЮВАННЯ ПОПИТУ В СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Соловей Р. В., здобувач вищої освіти

Київський національного університету технологій та дизайну

Ключові слова: готельно-ресторанна справа, попит, інноваційні методи.

У готельно-ресторанній справі одним з основних чинників є попит. Він визначає прибутковість підприємства та його розвиток. Однак наш світ дуже швидко розвивається, тому щоб не втратити свою конкурентоспроможність, готельно-ресторанний бізнес має шукати нові інноваційні методи залучення людей до їх послуг. Адже стійкий та високий попит гарантує постійний потік клієнтів, що в свою чергу безпосередньо впливає на рівень доходів підприємства, а також дає більше можливостей для диференціації на ринку.

Інновації у готельно-ресторанному бізнесі - це створені або вдосконалені технології та послуги, організаційно-управлінські заходи та маркетингові заходи, які покращують якість діяльності готелю, її попит та конкурентоспроможність. Є. А. Джанджугазова пропонує такі тенденції розвитку готельно-ресторанної справи: будівництво готелів у екологічно чистих регіонах; глибока персоніфікація обслуговування та повна концентрація на запитах та потребах клієнта; широке впровадження нових засобів комунікації та інформаційних технологій.

Отже, аналізуючи основні сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності, можна виділити такі, що спрямовані на вирішення ключових завдань: