

кухарі експериментують з поєднанням традиційних інгредієнтів з сучасними кулінарними техніками, що збагачує кулінарний ландшафт країни і привертає увагу як місцевих жителів, так і туристів.

Щодо перспектив розвитку гастрономії України, можна очікувати подальшого зростання інтересу до національної кухні, її популяризації на міжнародній арені та розвитку кулінарного туризму. Продовження інноваційних підходів до готування, поєднання традиційних рецептів з сучасними технологіями, а також залучення українських продуктів високої якості сприятимуть зміцненню позицій української гастрономії на світовій арені. Таким чином, гастрономічна сфера України має потенціал для подальшого розширення і вдосконалення, що відкриває нові можливості для розвитку кулінарної культури країни.

З метою подальшого розвитку гастрономічної сфери України можливо варто звернути увагу на розвиток інфраструктури та підтримку малих та середніх підприємств у галузі гастрономії.

Інвестиції у навчання та підтримку молодих талановитих шеф-кухарів, створення інноваційних кулінарних проєктів, таких як кулінарне шоу «Майстер-Шеф», сприяє розвитку місцевих продовольчих ринків та збільшенню конкурентоспроможності української гастрономії як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні. Такі заходи допоможуть зберегти та вдосконалити культурну спадщину країни та зробити її гастрономічну сцену ще більш привабливою для туристів та інвесторів.

Список використаних джерел

1. Туризм гастрономічний: улюблені страви 5 регіонів України. URL: <https://doba.ua/ukr/blog/turizm-gastronomichnij-ulyubleni-stravi-5-regionivukrayini.html> (дата звернення: 20.02.2024).
2. Журнал «Ефективна економіка» - наукове фахове видання з питань економіки. URL: <http://surl.li/hfbjk> (дата звернення: 22.05.2023).
3. Бойко О. В. Перспективи ресторанного бізнесу в житті сучасного суспільства. Все про туризм: туристична бібліотека. URL: <http://surl.li/hezvg> (дата звернення: 18.05.2023).
4. Українська кухня: Вікіпедія. URL: <http://surl.li/hfbud> (дата звернення: 18.05.2023).
5. Бородіна К. Д. Стратегічні проблеми розвитку гастрономічного туризму: науково-практичні конференції кафедри ПТЛ (Економіка підприємства: теорія та практика: Всеукр. Студент. Наук.-практ. Інтернет-конф. Та Підприємництво та торгівля: сучасний стан і перспективи розвитку: Міжнар. Наук.-практ. Конф.). 2023. С. 84-86.

МІСЦЕ І РОЛЬ ЕТНОФЕСТИВАЛІВ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

О. В. Борисова, кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу

Ю.К. Соснович, бакалавр

Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: етнофестивалі, імідж території, самоідентифікація, культура, конкурентноспроможність, регіони.

Україна має величезний потенціал у сфері подієвого туризму, особливо фестивального. Фестивальний рух збагачує туристичну діяльність у різних напрямках: розширює асортимент туристичних продуктів у контексті подієвого туризму, підвищує привабливість регіону, сприяє підвищенню культурного рівня туристів, поповненню їх інтелектуального багажу та розширенню кругозору. Проведення фестивалів має велике значення для збереження єдиного культурного простору країни. У процесі їх підготовки та проведення культурне життя помітно пожвавлюється, зростає кількість учасників, вдосконалюється організація дозвілля, проводиться цілеспрямована та предметна естетична освіта, впроваджуються культурні цінності. Фестивалі існують як разові акції, так і традиційні зі своїми символами, вони поділяються, відповідно до їх конкретної спрямованості на музичні, театральні, багатопрофільні тощо.

За останнє десятиліття в Україні суттєво збільшилась кількість етнографічних фестивалів, що пов'язано з потребою у відчутті приналежності до конкретної історичної спільноти, утвердженням у власній етнічній самоідентифікації, зростанням інтересу до спадщини предків, прагненням до духовного відродження. Саме етнофестивалі презентують фольклорне багатство територій, духовно-матеріальні цінності народу, його культурно-мистецький спадок.

За формами організації етнофестивалі поділяються на фестивалі-ярмарки, презентації народних ремесл та промислів, концерти, фольклорні свят, релігійно-обрядові фестини, фестивалі-змагання, майстер-класи народних мистецтв, історичні реконструкції давньої культури, фестивалі-видовища, фестивалі автентичної культури, дегустації національної кухні, національно-патріотичні дійства, народні гуляння тощо. Перші етнографічні фестивалі почали з'являтися в Україні у 1991 році, серед яких слід згадати Міжнародний фестиваль українського фольклору «Берегиня», що відбувся у м.Луцьку, Перший Міжнародний гуцульський фестиваль у с.Верховина

Івано-Франківської області [3]. Саме ці фестивалі започаткували фольклорно-фестивальний рух в Незалежній Україні, зробили її ще більш відомою у світі.

Сучасні етнофестивалі країни представлені широким спектром подій, серед яких безумовним лідером є фестиваль «Країна мрій» - міжнародний фестиваль етнічної музики, який започатковано у 2004 році. Перший фестиваль відбувся на Співочому полі у Києві. Час проведення літнього фестивалю збігається з народним святом Івана Купала, існує і зимовий варіант фестивалю - «Зимова Країна Мрій» який припадає на Різдвяні свята і проводиться в різних містах України.

Ініціатором фестивалю є Олег Скрипка. Фестиваль має вигляд народного гуляння-ярмарку. Окрім музичних виступів, фестивальна програма включає в себе також ярмарок виробів народного мистецтва, книжковий ярмарок, майстер-класи ремесел, виставку народного малярства, дитячу галявину, етнічні кухні тощо. Вже 20 років команда «Країни Мрій» популяризує українську національну самобутність, презентує кращі взірці української й світової музики, народні ремесла, особливо серед молоді. Фестиваль виступає провідником свободи мислення та творчої думки, сприяє формуванню національного самоусвідомлення сучасного українця.

Серед етно-фестивалів слід відмітити також Міжнародні бойківські фестини, «Бойківську ватру», «Лемківську ватру», «Коломийку», «На Синевір трембіти кличуть», «Поліське літо з фольклором», «Сорочинський ярмарок», «Обжинки», святкування Різдва та Купайла, «Маланка-фест», «Берегфест», «Карпатія», «Карпатський вернісаж», Всесвітні бойківські фестини «З чистих джерел» та інші, що відбуваються у містах, містечках та селах України.

Одним із важливих та нагальних завдань у розвитку етно-фестивального руху є необхідність формування власного іміджу для кожного регіону та підвищення визнання українських територій громадянами інших країн [2]. Це допомагає привернути додаткову увагу до регіону, дає змогу ефективніше лобювати їх інтереси, покращувати інвестиційний клімат та отримувати додаткові ресурси для розвитку регіональної економіки та інфраструктури. Більше того, це сприяє іміджу регіонів і є перспективним способом подолання труднощів у формуванні іміджу України в цілому.

Етнофестивалі – це публічна акція, готовий рекламний продукт, який можна використовувати для формування та просування торгової марки; залучення туристів до місць проведення фестивалів; реклами товарів та комерційних фірм; формування іміджу громадських рухів, організацій; формування образу регіону, міста, трансформування міського середовища; привернення уваги до проблем суспільства, екології; формування культурних потреб відвідувачів фестивалю [1]. Тому важливість етно-фестивального туризму важко переоцінити. При належному проведеному заході та

фінансуванні, фестивалі можуть стати рушійною силою економіки регіону та, саме важливе, вони здатні змінювати мислення людей та їх стереотипи, виступати ретрансляторами національної ідентичності, популяризаторами місцевих національних традицій, творчого розвитку, що в кінцевому результаті сприяє напливу туристів та робить територію конкурентноспроможною на ринку туристичних послуг.

Список використаних джерел

1. Кілінська К. Й. Теоретичні та прикладні аспекти рекреаційного природокористування в Україні : монографія / за ред. К. Й. Кілінська, Н.П.Аніпко, Н.С. Андрусак. Чернівці : Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2010. 239–249 с.

2. Парфіненко А. Ю. Туристичний імідж регіону : монографія / А. Ю. Парфіненко. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. 312 с.

3. Пискач А. А. Фестивальний рух у культурному житті України кінця ХХ – початку ХХІ ст. : нефольклорні тенденції / Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку : Зб. Наук. Праць / За ред. Рівненського державного гуманітарного університету. Рівне : РДГУ, 2011 56–61с.

УДК338.48

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У ТУРФІРМАХ І ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ

Л. Л. Семенюк, кандидат географічних наук, доцент
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу,
Д. А. Зайченко, здобувачка вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: якість обслуговування споживачів, туристичні фірми, туристичні послуги.

Якість обслуговування є однією з найважливіших конкурентних переваг для підприємств у сфері туризму. З поступом та ускладненням туристичних послуг, турфірми відчують проблеми зі створенням ефективної презентації свого продукту перед покупцями. Проте, високий рівень обслуговування сприяє розширенню клієнтської бази та формуванню позитивного іміджу туристичного підприємства, що, в свою чергу, поліпшує фінансові показники його діяльності. Це підкреслює необхідність постійно працювати над підвищенням якості продукції порівняно з конкурентами. Проблема забезпечення необхідного рівня якості особливо актуальна для