

Список використаних джерел

1. Ковальова, А. (2017). Українська гастрономія: історико-культурні аспекти. Журнал туризму, культурної спадщини та маркетингу послуг, 3(1), 16-22.
2. Левченко, Н., & Щедров, О. (2016). Традиційна українська кухня як відображення культурної ідентичності. Кулінарні науки і дослідження гостинності, 2(1), 1-8.
3. Лисенко, І. (2018). Особливості гастрономії Київської області. Наукові дослідження і розробки сфери послуг, 4(1), 69-74.
4. Мельник, І., & Ушкалова, О. (2021). Розвиток гастрономічного туризму в Київській області. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія, 2(90), 49-56.
5. Пилипенко, О., & Костриця, Н. (2019). Гастрономічні традиції Київської області як засіб просування туризму. Туризм та туристичні дослідження, 17, 97-105.
6. Подолянчук, Л., & Галушка, О. (2020). Українська кухня та гастрономія: історичні аспекти та сучасні тенденції. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Історія, 1(5), 54-64.
7. Ніколенко В. Українська гастрономічна культура як соціальний феномен. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. - 2016. - Вип. 36. - С. 75-81.

УДК 338.488.2:640.4-022.51(477.41)

МАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА КИЇВСЬКОГО РЕГІОНУ

А.М. Вергун, кандидат економічних наук, доцент

Л. Л. Падій, студентка

Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: готельно-ресторанне господарство, готельно-ресторанна сфера, сфера гостинності, малі підприємства

Сьогодні готельно-ресторанне господарство стало невід'ємною частиною національних економік більшості країн світу. Ця галузь привертає увагу як самостійна складова структури національної економіки, виступає локомотивом економічного розвитку національної економіки та здатна забезпечити значний технічний, комерційний і соціальний ефект. Очевидно, що потенціал готельно-ресторанної сфери потребує підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств цієї галузі. У зв'язку з цим першочергового значення набуває питання визначення сучасних тенденцій розвитку готельно-ресторанного господарства, що є важливим з огляду на постановку нових соціальних завдань.

За останні роки проблемам розвитку малого бізнесу у сфері гостинності було присвячено чимало праць. Зокрема, Л. Агафонова [1], С. Галасюк [3].

Малі підприємства у сфері готельно-ресторанного господарства Київського регіону зростають гравцями на ринку харчування та туризму в регіоні. Вони забезпечують різноманітність харчових послуг та для проживання

туристів та місцевих жителів. Діяльність малих підприємств у цій галузі фактично зосереджена в центральних районах Києва та околицях міста.

Малі готелі та гостьові будинки пропонують зручне та доступне проживання для туристів з різних країн, а також для місцевих жителів. Вони зазвичай мають невелику кількість номерів та надають персональний підхід кожному гостю. Також вони можуть співпрацювати з туроператорами та агентами, щоб разом із ними залучати нових клієнтів.

Малі ресторани та кав'ярні пропонують різноманітність харчових послуг для місцевих жителів та туристів. Вони звичайно пропонують страви з національної та європейської кухні, а також власні авторські рецепти. Багато з них знають свою атмосферу та дизайн інтер'єру, що робить їх популярними.

Однак діяльність малих підприємств у цій сфері також пов'язана з великою конкуренцією та високими вимогами до якості послуг. Ви повинні постійно підвищувати якість своїх послуг та забезпечувати комфортний сервіс для своїх клієнтів, щоб зберегти свої позиції на ринку.[2]

Крім покращення якості послуг та забезпечення зручного сервісу для клієнтів, малі підприємства у сфері готельно-ресторанного господарства Київського регіону повинні мати такі аспекти:

1. Законодавчі вимоги: підприємство повинно підтримувати всі закони та нормативні документи, пов'язані з охороною праці, безпекою продуктів харчування, оподаткуванням тощо.
2. Кадри: успішна діяльність малого готельно-ресторанного бізнесу залежить від високої кваліфікації та ефективності персоналу. Підприємці повинні працювати над підвищенням кваліфікації своїх співробітників та забезпечувати комфортні умови праці.
3. Маркетинг та реклама: для залучення клієнтів необхідно розробити ефективну маркетингову стратегію, включаючи рекламні кампанії в соціальних мережах та на місцевих порталах туристичної інформації.
4. Фінансовий менеджмент: малі підприємства повинні бути фінансово стабільними та ефективно керувати своїми фінансами, управляти запасами, оптимізувати витрати та забезпечити стабільний потік доходів.
5. Інновації та розвиток: успішні підприємства повинні бути готові до змін та використовувати нові технології та інноваційні рішення для покращення своєї діяльності та підвищення конкурентоспроможності.
6. Конкуренція: готельно-ресторанний бізнес є дуже конкурентним, тому малі підприємства повинні бути готові до конкуренції та розробляти унікальні пропозиції, які відрізняються від інших гравців на ринку[4].

Врахування цих аспектів може допомогти малим готельно-ресторанним підприємствам у Київському регіоні досягти успіху та збільшити свою конкурентоспроможність. Крім того, вони повинні мати гнучкість та готовність до адаптації до змін ринку та потреб споживачів[5].

Зазначимо, що готельно-ресторанна галузь Києва та його околиць є дуже розвиненою та має великий потенціал для розвитку. Малі підприємства можуть успішно конкурувати зі своїми більшими колегами, якщо підтримувати сучасні стандарти та залучати до своєї роботи талановитих фахівців. Таким чином, малі готельно-ресторанні підприємства можуть стати прибутком гравців на ринку туристичних послуг Київського регіону та забезпечити стабільний дохід.

Список використаних джерел

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навчальний посібник. Київ : Знання України, 2016. 352 с.
2. Бондаренко О. Конкурентоспроможність готельного бізнесу на ринку готельно-ресторанних послуг м. Києва. Економіка та управління, 2016. с. 78-83.
3. Галасюк С.С., Нездоймінов С.Г. Організація готельного господарства : навчально-практичний посібник. Київ : ФОП В.М. Гуляєва, 2019. 204 с.
4. Євдокимова Н., Мішалова О. Розвиток малого готельно-ресторанного бізнесу в Києві. Бізнес Інформ, 2018. 11 с.
5. Сорокіна І., Криворучко Т. Конкурентні переваги малого готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Економіка та управління, 2017. С. 10-17.

УДК 338.48

ФЕСТИВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ТА КРЕАТИВНІСТЬ

О.В. Борисова, кандидат географічних наук, доцент

К.Г. Тимошенко, студент

Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: фестивальний туризм, креативність, бренд території, інновації, креативні індустрії.

В туризмі, на сучасному етапі його розвитку зростає потреба в нестандартному креативному мисленні, що несе в собі потенціал ще більшого створення доданої вартості і робочих місць шляхом виробництва й експлуатації інтелектуальної власності, сприяє самореалізації особистості, розкриває творчий характер туризму, веде до швидкого економічного зростання та розвитку певної території, ще більшого залучення туристів та просування її іміджу на міжнародному рівні [1].

Креативність є однією з характеристик туризму, в основі якої закладено можливість самореалізації особистості, що має безліч своїх проявів. Саме креативність є джерелом продукування технологічних та комерційних інновацій. Туристична індустрія сприяє саморозвитку людини, створює креативний контент, є сферою реалізації креативних індустрій та частиною креативної економіки.

Своєрідним полем діяльності, джерелом натхнення для творчості і креативних індустрій є історико-культурна спадщина — архітектура і ландшафт, місцеві традиції, ремесла, музеї, виставки, свята і фестивалі останні є тим простором, на якому найчастіше генерується сучасний креативний контент.

Фестивалі створюють атмосферу для емоційних контактів між людьми, сприяють реалізації потреб у міжособистісному спілкуванні, передачі етно спадщини від старшого покоління до молоді, сприяють збереженню єдиного культурного простору в країні, виступають у ролі своєрідного брендингу території, є ретрансляторами національної ідентичності, творчого розвитку, популяризатора місцевих національних традицій, сприяють збільшенню