

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ
Факультет економіки та управління
Кафедра міжнародної економіки і туризму

Допущено до захисту

Зав., кафедрою міжнародної економіки і туризму

Доц., Д'яченко Ю.Ю.

«_____» _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

Студент-виконавець:

Усенко С. Е.

(П.І.Б., підпис)

IV курс, група ГРС-20д

Науковий керівник:

Заварика Г.М.

Київ – 2024р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ УКРАЇНИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ.....	6
1.1. Культурна спадщина як ключовий компонент готельно-ресторанного бізнесу.....	6
1.2. Культурна спадщина як чинник розвитку туризму регіонів України.....	10
1.3. Культурна спадщина – бренд туристичної України.....	18
Висновки до розділу 1.....	29
РОЗДІЛ 2 ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННУ СФЕРУ.....	30
2.1. Досвід впровадження культурних елементів у готельний бізнес.....	30
2.2. Використання традиційної кухні та страв у ресторанному середовищі.....	40
2.3. Організація тематичних заходів та подій у готельно-ресторанному секторі.....	47
Висновки до розділу 2.....	53
РОЗДІЛ 3 РЕКОМЕНДАЦІЙНІ АСПЕКТИ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ.....	54
3.1.Оцінка ефективності впровадження культурної спадщини у готельно-ресторанний бізнес.....	54
3.2.Інноваційні техніки впровадження культурної спадщини у готельно-ресторанний бізнес.....	56
3.3. Рекомендації щодо подальшого розвитку та використання культурної спадщини.....	63
Висновки до розділу 3.....	68
ВИСНОВКИ.....	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	73

ВСТУП

Актуальність теми. Культурна спадщина України є важливим елементом її ідентичності та привабливості для туристів як зі своєї країни, так і з-за кордону. Розвиток готельно-ресторанної сфери в Україні може в значній мірі сприяти збереженню, вивченню та просуванню культурної спадщини. Розуміння взаємозв'язку між культурою та готельно-ресторанним бізнесом є важливим для розвитку туризму та підвищення привабливості України для іноземних туристів. Культурна спадщина втілює успадковану ідентичність людини та охоплює цінності, цінності, традиції, культуру та артефакти, які передаються з покоління в покоління. Відчуття спадщини наповнює наше життя енергією і формує нашу унікальну національну ідентичність. Характерно, що культурна спадщина не тотожна історії.

Культурна спадщина охоплює збережений матеріал, який є свідченням минулого і сьогодення [1]. Розкриття потенціалу туризму спадщини означає, що ми можемо дізнатися про нашу історію та традиції, підвищити самосвідомість та дізнатися про сьогодення.

Вивчення нашої історії та традицій, підвищення самосвідомості та сприяння розумінню самих себе. Цей процес розкриває причини нашої національної ідентичності. Культурна спадщина є основою нашої культури та

Актуальність теми полягає в тому, що культурна спадщина є ключовим елементом ідентичності країни та може великою мірою впливати на привабливість туристичного напрямку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, пов'язані з культурною спадщиною, носять міждисциплінарний характер, тому деякі його аспекти досліджуються в різних наукових напрямках. Географи (О.Бейдік, В. Мацола, К. Поливач)[2, 3] вносять свій внесок у вивчення культурної спадщини, аналізуючи просторове розташування об'єктів, географічні особливості та їх вплив на формування культурних ландшафтів, вони допомагають зрозуміти взаємозв'язок між природними умовами і культурною спадщиною. Культуролог та історик пам'яток (В.Вечерський [4]) проводить більш глибокий аналіз

культурних аспектів спадщини. Вони вивчають історію, символіку, архітектурний та художній вплив об'єктів на суспільство.

Історики та краєзнавці (В.Горбик, Г. Денисенко, Л. Матлай[5]) допомагають реконструювати минуле культурної спадщини. Вони розкривають таємниці минулих епох, вивчають історичні архіви, документи і матеріали археологічних розкопок. Експерти-юристи (К.Гевель, Т. Курило, А. Мельничук [6]) розглядають правові аспекти збереження та захисту об'єктів культурної спадщини. Вони займаються вирішенням юридичних питань, пов'язаних з власністю, охороною та реставрацією об'єктів. Також В.Антоненко, А. Ангеловська, Г. Буркацька, В. Вовк, А. Чорна та інші роблять спроби теоретичного і методологічного аналізу ролі і місця культурної спадщини в розвитку туризму.

Мета дослідження полягає у вивченні взаємозв'язку між культурною спадщиною та готельно-ресторанною сферою України та визначити її вплив на розвиток туризму.

Задачі:

- Проаналізувати сучасний стан культурної спадщини України.
- Вивчити особливості використання культурної спадщини у готельно-ресторанній сфері.
- З'ясувати вплив культурної спадщини на вибір туристів та їх задоволення від подорожей.
- Розробити рекомендації щодо ефективного використання культурної спадщини в готельно-ресторанній сфері.

Об'єкт дослідження: культурна спадщина України.

Предмет дослідження: взаємозв'язок між культурною спадщиною та готельно-ресторанною сферою України.

У дослідженні взаємозв'язку між культурною спадщиною та готельно-ресторанною сферою України та її впливу на розвиток туризму можуть застосовуватися різноманітні **методи дослідження:** аналіз літературних джерел: метод передбачає вивчення наукової та публічної літератури, що стосується

культурної спадщини, готельно-ресторанної сфери та туризму. Він дозволяє зрозуміти поточний стан досліджуваної проблеми та визначити основні тенденції її розвитку. Аналіз статистичних даних – цей метод передбачає аналіз статистичних звітів, даних опитувань та інших джерел інформації, що стосуються туристичного потоку, використання готельно-ресторанних послуг та популярності культурних об'єктів серед туристів.

Метод опитування передбачає проведення опитувань серед туристів, представників готельно-ресторанної сфери, а також фахівців з культурної спадщини. Опитування дозволяє зібрати відгуки та думки про використання культурної спадщини в туризмі та її вплив на готельно-ресторанну сферу.

Спостереження та аналіз практичних прикладів передбачає аналіз конкретних випадків використання культурної спадщини в туристичній діяльності. Це може включати відвідування культурних об'єктів, готелів та ресторанів, спостереження за їхнім функціонуванням та взаємодією з туристами.

Для обґрунтування стратегічних напрямів розвитку культурної спадщини використано формально-логічні методи, такі як індукція та дедукція, порівняння, аналогії, а також методи змістовно-логічного аналізу та синтезу, гіпотетичний метод, історичний підхід.

Структура та обсяг роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із найменувань та додатків. Загальний обсяг роботи становить 78 сторінок.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ УКРАЇНИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ

1.1. Культурна спадщина як ключовий компонент готельно-ресторанного бізнесу

Культурна спадщина відіграє важливу роль у готельно-ресторанній сфері, ставши ключовим компонентом, що визначає унікальність та привабливість для туристів. Сучасний готельно-ресторанний бізнес все більше визнає необхідність інтеграції культурних аспектів у свою діяльність для створення неповторного досвіду для клієнтів. У цьому контексті вивчення впливу культурної спадщини на готельно-ресторанний бізнес є актуальним та важливим завданням для розвитку туризму та гостинності.

В сучасному світі конкуренція в готельно-ресторанній галузі стає все більш жорсткою, і завдяки цьому, підприємства шукають нові способи привернення уваги та задоволення потреб клієнтів. Культурна спадщина може стати конкурентною перевагою, допомагаючи готелям та ресторанам виділитися серед інших пропозицій і створити неповторний образ та атмосферу.

Культурна спадщина, як ключовий компонент готельно-ресторанного бізнесу, відіграє важливу роль у створенні унікального та запам'ятовуючого досвіду для клієнтів. Цей аспект бізнесу стає все більш важливим у контексті зростаючого попиту на автентичні та культурно насичені враження.

Готелі та ресторани, які успішно інтегрують культурну спадщину в свою концепцію, мають можливість вирізнитися на тлі інших закладів, пропонуючи клієнтам неповторність та оригінальність. Культурна спадщина може включати в себе традиційну кухню, народні звичаї, мистецтво та архітектуру, які створюють атмосферу унікального та затишного середовища.

У сучасному світі, де туристи шукають не лише комфорт та розкіш, але й духовне насичення та нові враження, готелі та ресторани, що відтворюють атмосферу та культурні традиції місцевого населення, мають великий потенціал для приваблення клієнтів.

Отже, культурна спадщина стає ключовим елементом успішного готельно-ресторанного бізнесу, сприяючи не лише залученню клієнтів, але й створенню унікального образу та ідентичності закладу.

Сьогодні туристичний, готельний та ресторанний бізнес стрімко розвивається і став невід'ємною частиною сучасної економіки не лише в Україні, а й в усьому світі. За останні два десятиліття туристичний, готельний та ресторанний бізнес пережив вражаюче зростання. Незважаючи на складну економічну ситуацію в багатьох країнах, в тому числі і в Україні, багато людей завжди знаходять час для відпочинку і подорожей. У туристичному, готельному та ресторанному бізнесі існує постійна конкуренція, і менеджерам необхідно «боротися» за увагу клієнтів, розвивати та вдосконалювати свій бізнес, а також продовжувати пропонувати клієнтам більше інновацій та послуг. Інновації є невід'ємною частиною туристичного, готельного та ресторанного бізнесу.

У сучасному світі, зі стрімким розвитком технологій та науки, користувачі певних послуг також стрімко еволюціонують. Клієнти вимагають все більше і більше від послуг, за які вони платять, і прагнуть отримати максимальний комфорт і безпеку за свої гроші. Сьогодні важко здивувати пересічного гостя звичайним готельним номером з Wi-Fi, окремою ванною кімнатою та великою терасою в номері. Сучасний турист обирає інновації, прогрес, розвиток, дизайн, комфорт, безпеку та можливості для роботи чи навчання.

Розглядаючи кожен сферу бізнесу окремо, можна сказати наступне. Туристичний бізнес є невід'ємною частиною сучасного суспільства. За останнє десятиліття туристичний бізнес розвивався швидкими темпами як в Україні, так і в усьому світі. Люди шукають більше можливостей для подорожей не тільки в межах України, а й по всьому світу. На жаль, економічне становище багатьох людей не дозволяє їм витратити багато грошей на подорожі. З цієї причини в сучасному суспільстві дуже популярними стали подорожі з дешевими авіаквитками [1] та недорогими готелями. Відпочинок за системою «все включено» також дуже популярний у сучасному суспільстві [2].

Такі подорожі пропонують якісний відпочинок у три-, чотири- та п'ятизіркових готелях за фіксовану ціну. Крім того, серед мандрівників дуже популярні послуги «каучсерфінгу» [3].

Це так звана можливість отримати безкоштовне або дешеве житло в певній країні шляхом попередньої домовленості з жителями інших країн. Такі системи вважаються безпечними, оскільки існує надійний веб-сайт, на якому жителі та туристи з інших країн можуть зареєструватися, надати необхідну інформацію про себе та пояснити, які послуги вони можуть запропонувати та хотіли б отримати. Індустрія гостинності також не стоїть на місці, вона постійно розвивається.

Сьогодні більшість гостей готелів – це мандрівники та бізнесмени. Тому сучасні готелі орієнтуються на потреби таких клієнтів і намагаються створити максимальний сервіс. Гостей готелів більше не цікавить проживання у звичайних номерах із сірими стінами та непримітним інтер'єром. Тому людей приваблюють готелі з вигадливими ремонтами та сміливими дизайнерськими рішеннями, наприклад, готельні номери у формі справжніх літаків чи кораблів [4].

Готелі намагаються здивувати своїх клієнтів сучасним дизайном номерів і безліччю готельних послуг, доступних для гостей. До готельних зручностей належать, наприклад, харчування, цілодобове обслуговування номерів, конференц-зали, тренажерні зали, сауни, басейни та номери з різними кольорами і темами.

Сучасні клієнти є рухливими та економними. Клієнти готелів намагаються заощадити час і гроші. Тому готелі з можливістю онлайн-бронювання та оплати карткою користуються великою популярністю. Клієнти дивляться на дизайн веб-сайтів готелів і на те, чи можуть вони запропонувати сучасні послуги. Автоматизація всіх процесів стає невід'ємною частиною готельного бізнесу, не лише заощаджуючи час клієнтів, але й час персоналу та дозволяючи швидше надавати послуги. Що стосується ресторанного бізнесу, то сучасні технології не зупиняються на досягнутому, а прагнуть розвиватися відповідно до вимог сучасного світу і потреб сучасного клієнта.

Сьогодні сучасному клієнту не завжди цікаво з'їсти звичайний перекус у звичайному ресторані. Люди намагаються знайти цікаві місця, щоб зробити відвідування ресторанів не тільки ситним, але й цікавим. Все більше клієнтів обирають ресторани з незвичайними дизайнерськими ремонтами та концепціями. Це призвело до появи все більшої кількості закладів зі свіжими морепродуктами, відкритими кухнями та місць, де можна поспілкуватися з живими тваринами, як, наприклад, котяче кафе у Львові [5].

Дедалі більше ресторанів зосереджуються на здоровій кухні, що частково пов'язано зі зростанням популярності здорового способу життя серед молоді. Все більше ресторанів використовують сільськогосподарські продукти та молекулярну кухню. Зростає також кількість ресторанів, які намагаються здивувати своїх клієнтів певною тематикою, наприклад, «М'ясна ресторація» [6] та «Гасова лампа» у Львові [7]. Ці ресторани намагаються здивувати незвичайним інтер'єром, використовують специфічні товари та послуги, які дивують людей, і створюють незвичайну атмосферу, яка змушує їх повертатися знову і знову.

Таблиця 1.1

Вплив культурної спадщини на туристичний потік в регіонах України

Регіон	Основні культурні об'єкти	Туристичний потік (млн осіб/рік)	Дохід від туризму (млн грн/рік)
Львівська область	Площа Ринок, Вірменський квартал, Личаківський цвинтар	2.5	4,500
Київська область	Києво-Печерська лавра, Софійський собор, Андріївський узвіз	3.0	5,000
Одеська область	Потьомкінські сходи, Оперний театр, Катакомби	1.8	3,200

Івано-Франківська область	Карпатський національний природний парк, Гуцульська культура	1.2	2,100
Закарпатська область	Замок Паланок, Ужгородський замок, Мукачівський замок	1.0	1,800

Джерело: [15]

Важливими концепціями для ресторанів також стають картки лояльності та різноманітні акції та пропозиції, які привертають увагу клієнтів. З вищесказаного можна зробити висновок, що інновації в туристичному, готельному та ресторанному бізнесі стали невід'ємною частиною індустрії. Сучасні клієнти стають все більш вимогливими до послуг та комфорту, які забезпечують співвідношення ціни та якості. Користувачі послуг постійно розвиваються. Аналогічно, послуги повинні постійно вдосконалюватися і дивувати своїми інноваціями.

1.2. Культурна спадщина як чинник розвитку туризму регіонів України

Сьогодні Україна впевнено та активно намагається інтегруватися у світовий культурний простір. Тому при формуванні регіональних стратегій розвитку питання збереження та використання культурної спадщини має бути пріоритетним. Це вимагає повної ідентифікації та обстеження культурної спадщини з метою її дбайливого використання та всебічного збереження. За науковими даними, в Україні налічується понад 140 000 пам'яток історії та культури. Охорона культурної та духовної спадщини визнана одним із пріоритетів стратегії національної безпеки України. В Україні розроблена відповідна національна нормативно-правова база, яка визначає роль держави, центральних органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, землекористувачів, юридичних та фізичних осіб у сфері охорони культурної спадщини, незалежно від форми власності на об'єкти культурної спадщини та

пам'ятки (зокрема, Закони України «Про охорону культурної спадщини», «Про охорону культурної спадщини», «Про охорону культурної спадщини», «Про охорону та використання культурної спадщини», «Про Загальнодержавну програму охорони археологічної спадщини», «Про охорону культурної спадщини України»).

Сьогодні дослідження та оцінка культурної спадщини є важливою і необхідною умовою планування регіонального розвитку. У контексті гуманізації суспільства культурна спадщина відіграє особливу роль у різних факторах життєдіяльності людства протягом усієї його історії. Саме культурно-історична спадщина підтримує і врівноважує культурну рівновагу у світі. Тому кожна держава несе відповідальність за захист і передачу своєї ідентичності, культурної та історичної спадщини майбутнім поколінням. Історико-культурна територія – це єдиний комплекс, що забезпечує збереження найважливіших об'єктів і явищ людської історії та культури. В принципі, притаманні території формують каркас регіональної системи спадщини [1, с. 31-32].

Основними видами історико-культурних територій є:

- історичні міські та сільські поселення і території;
- монастирі, садиби та палацові комплекси;
- етноекотичні території, на яких проживають етнічні меншини;
- поля битв;
- історичні виробничі території;
- історичні шляхи і дороги;
- археологічні території.

Регіональна культурна спадщина України настільки різноманітна і самобутня, що в більшості випадків не піддається порівнянню, а тому потребує детального вивчення. Тому велике практичне значення має розробка методологічного підходу до її вивчення та оцінки. В Україні на державному обліку перебуває понад 130 000 пам'яток: 57 206 пам'яток археології (з них 418 - національного значення), 51 364 пам'ятки історії (147), 5 926 пам'яток монументального мистецтва (45), архітектури, містобудування та садово-

паркового мистецтва, 16 293 (3 541) пам'ятки садово-паркового мистецтва [2, с. 240]; 61 історико-культурний заповідник, 13 з яких мають статус національного. Вони включені до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО: Софійський собор та його архітектурний комплекс, Києво-Печерська лавра в Києві, Історичний центр Львова та ін.

Низка пам'яток історії та культури, в тому числі міжнародного та національного значення, перебувають на державному обліку в різних регіонах України. Базовим ресурсом є історико-культурна та природна унікальність і самобутність країни, але через відмінності у складі, кількісних та якісних характеристиках об'єктів їх потенціал для використання в різних регіонах є різним. Кількість таких пам'яток сильно варіюється від регіону до регіону. Розглянемо детальніше на прикладі нашої рідної Черкаської області. Загальна кількість пам'яток культурної спадщини в Черкасах становить 4 763. З них 132 - національного значення та 4 686 – місцевого значення. Серед них 1818 пам'яток історії, 360 монументальних творів мистецтва, 2403 пам'ятки археології та 203 пам'ятки архітектури [3, с. 98].

Більшість відомих об'єктів культурної спадщини Черкаської області входять до складу національних та державних заповідників Черкаської області. У Черкаській області є вісім історико-культурних заповідників: п'ять національних і три державні. Ці заповідники відповідають за охорону та вивчення видатної культурної спадщини Черкащини. Однак, на думку багатьох дослідників та експертів з туризму, розвиток цих об'єктів як туристичних ресурсів не відповідає сучасним туристичним потребам, а основною метою заповідних територій є охорона та збереження культурної спадщини, а не її популяризація та використання в туристичному секторі. Культурна спадщина є матеріальною і духовною основою для розвитку багатьох видів туризму, особливо культурного.

Розвиток туризму відіграє важливу роль у вирішенні соціально-економічних проблем регіону. Він створює передумови для створення нових

робочих місць, підтримання високого рівня життя населення та підвищення інвестиційної привабливості регіону.

Культурний туризм – це вид самостійного туризму, що базується на історико-культурному потенціалі країни і включає в себе все соціокультурне середовище, в тому числі традиції і звичаї, особливості побуту і господарської діяльності [4, с. 48];

- культурний туризм є формою пізнання культурної спадщини;
- культурний туризм освоює культуру, життєвий досвід і звичаї інших народів, вивчення інтелектуальних і творчих досягнень;
- культурний туризм відповідає об'єктивним тенденціям гуманізації і перетворює культуру на ресурс розвитку всього регіону; ЕСТАРС (1998) наводить перелік атракцій, які можуть привернути увагу культурних туристів:

- 1) археологічні об'єкти і музеї;
- 2) архітектурні (археологічні пам'ятки, відомі будівлі, історичні міста);
- 3) мистецтво, скульптура, ремесла, галереї, фестивалі та події;
- 4) музика і танці (класичні, народні та сучасні);
- 5) театр (театр, кіно, драматургія);
- 6) вивчення мови та літератури, події;
- 7) релігійні свята, паломництво;
- 8) культура та субкультура (народна або давня).

Державна стратегія регіонального розвитку передбачає розвиток туристично-рекреаційного комплексу в обмеженій кількості областей: Волинській, Закарпатській, Івано-Франківській, Львівській, Одеській, Херсонській, АР Крим та м. Севастополь. На жаль, стратегія не розглядає культурний туризм як окремий і важливий елемент розвитку регіону чи формування національних цінностей. Є лише «історичне краєзнавство, спрямоване на відродження духовності, історичної пам'яті та виховання у громадян, особливо молоді, любові до рідного краю, патріотизму, поваги до людей та відповідальності за збереження історико-культурної спадщини».

У нашій країні існують проекти з культурного туризму та місць історико-культурної пам'яті, які становлять інтерес для держави і вважаються потужним засобом пропаганди та зміцнення національної ідентичності.

До таких проектів належать Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця», Культурно-мистецький та музейний комплекс «Мистецький арсенал», Національний заповідник «Хортиця», Національна культурна програма «Золоті підкови Черкащини». Величезна культурна спадщина Черкащини свідчить про необхідність та найсприятливіші умови для розвитку культурного туризму.

Відсутність єдиної концепції бренду на українському та світовому туристичному ринку, яка б відображала оригінальність, унікальність та загальний імідж Черкаської області; відсутність належної готельної інфраструктури, що робить заповідну територію просто туристичною атракцією, а не туристичним об'єктом; поганий стан доріг; заповідна територія не приділяють належної уваги своїй культурній спадщині як туристичній атракції, а заповідні території недостатньо просуваються. Кожна природоохоронна територія має свої проблеми. Наприклад, Національний історико-культурний заповідник «Чигирин» зазнав значних позитивних змін та розвитку за період дії плану «Золота підкова Черкащини».

Незважаючи на це, садиба Богдана Хмельницького, яка планувалася як музей, досі закрита для відвідувачів [5, с. 154].

Корсунь-Шевченківський національний історико-культурний заповідник фактично має статус національного заповідника, але фінансується з місцевого бюджету. Головний об'єкт заповідної території – палац Лопухіних, чудова пам'ятка архітектури та один з найкращих барокових палаців 18 століття в Україні, потребує капітального ремонту та реставрації. Окрім першого поверху, де розміщена виставка, присвячена Корсунському походу Шевченка, палац пустує і не має жодного інтер'єру. Національний історико-культурний заповідник «Трипільська культура» був створений в рамках програми «Золота підкова Черкащини», але розвивався самостійно, а не за рахунок державного

фінансування. Директор заповідника Чаванюк організував заходи «Трипільська толока», в яких могли брати участь усі охочі, а матері допомагали будувати трипільські житла за трипільською технологією [6, с. 160].

«Трипільська толока» відбувається в червні та липні вже багато років поспіль. Завдяки цьому заходу було збудовано три будинки. Два з них, поруч з археологічними колекціями, стануть виставковими залами для Музею трипільської цивілізації; третій будинок, а також інші, які будуть збудовані під час наступної «Толоки», стануть готелем для туристів, що дозволить їм зануритися в трипільське житлове середовище.

«Трипільська толока» проходить у червні та липні вже багато років поспіль. Завдяки цьому заходу було збудовано три будинки. Два з них, поруч з археологічною колекцією, стануть виставковими залами для Музею трипільської цивілізації; третій будинок, а також інші, які будуть побудовані під час наступної «Толоки», стане готелем для туристів, де вони зможуть зануритися в обстановку і побут трипільців.

Згорання схеми «Золота підкова» в Черкасах, відсутність готельної інфраструктури, здатної забезпечити розміщення туристів, та брак фінансування є перешкодами для переведення археологічної спадщини трипільської культури в категорію туристичних об'єктів. Наразі заповідник не може бути класифікований як повноцінний туристичний об'єкт. Культурна спадщина історико-культурного заповідника «Черкаси» недостатньо залучена до туристичної діяльності. Основними проблемами в цій ситуації є відсутність достатнього фінансування, згорання окремих програм та недостатній розвиток подієвого туризму [6, с. 161-162].

Інвестування в розвиток туризму є ключовим фактором економічного зростання і підвищення привабливості регіонів України. Туризм має потенціал стати потужним джерелом доходів, створення робочих місць та збереження культурної спадщини:

1. Інфраструктурні інвестиції.

Одним з основних напрямків інвестування є розвиток інфраструктури. Це включає будівництво та модернізацію доріг, аеропортів, залізничних станцій, а також створення зручних транспортних зв'язків між основними туристичними центрами. Вдосконалення інфраструктури сприятиме зменшенню часу подорожі та підвищенню комфорту для туристів.

Інвестування у будівництво та реконструкцію доріг у Карпатському регіоні сприятиме збільшенню потоку туристів у гірські курорти, що, в свою чергу, позитивно вплине на місцеву економіку.

2. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу.

Інвестиції у будівництво та модернізацію готелів, ресторанів та інших туристичних об'єктів є важливим кроком для підвищення якості обслуговування туристів. Високий рівень комфорту і сервісу є основними факторами, які впливають на вибір туристами місця відпочинку.

Відкриття нових готелів та ресторанів у Львові, які поєднують сучасний комфорт з елементами місцевої культури, сприяє збільшенню кількості туристів, зацікавлених в автентичному досвіді.

3. Збереження та популяризація культурної спадщини.

Інвестування у збереження та реставрацію історичних і культурних об'єктів є необхідним для збереження культурної спадщини та підвищення туристичної привабливості регіонів. Це також включає створення музеїв, виставкових залів і культурних центрів.

Реставрація Кам'янець-Подільської фортеці дозволила перетворити її на одну з найвідвідуваніших туристичних атракцій в Україні, що привертає туристів з усього світу.

4. Екотуризм та сталий розвиток.

Інвестування у розвиток екотуризму та сталого туризму є важливим для збереження природних ресурсів і забезпечення довгострокового розвитку регіонів. Це включає створення екологічних стежок, природних парків, туристичних комплексів, що відповідають принципам екологічної стійкості.

Розвиток екотуристичних маршрутів у Карпатах дозволяє зберегти унікальні природні ландшафти та залучати туристів, які цікавляться активним відпочинком і природою.

5. Освітні та маркетингові програми.

Інвестування в освітні програми для працівників туристичної сфери та маркетингові кампанії для популяризації туристичних регіонів є важливими для підвищення якості послуг і привабливості регіонів на міжнародній арені. Це включає навчання гідів, працівників готелів та ресторанів, а також розробку рекламних матеріалів та участь у міжнародних туристичних виставках.

Проведення освітніх семінарів та тренінгів для гідів та персоналу у Львові сприяє підвищенню якості обслуговування туристів та підвищенню рейтингу міста як туристичного напрямку.

Інвестування в розвиток туризму в регіонах України є стратегічно важливим для економічного розвитку країни. Це включає розвиток інфраструктури, готельно-ресторанного бізнесу, збереження культурної спадщини, підтримку екотуризму та проведення освітніх програм.

Комплексний підхід до інвестування в туризм дозволить створити привабливі умови для туристів, збільшити туристичний потік і забезпечити стійкий розвиток регіонів України (Див. таблицю 1.2).

Таблиця 1.2

Розподіл інвестицій у культурну спадщину за регіонами України (2022 рік)

Регіон	Державні інвестиції (млн грн)	Приватні інвестиції (млн грн)	Загальна сума інвестицій (млн грн)
Львівська область	300	200	500
Київська область	400	150	550
Одеська область	250	180	430
Івано-Франківська область	200	100	300
Закарпатська область	150	120	270

Джерело: складене автором

Таким чином, аналіз сучасного стану та основних проблем збереження і використання культурної спадщини України свідчить про те, що Україна та її регіони мають величезний історико-культурний потенціал, частина якого є складовою світового значення. Тому одним з нагальних завдань держави є проведення виваженої та комплексної політики щодо використання національної культурної спадщини та посилення ролі культурного туризму у формуванні спільних цінностей.

1.3. Культурна спадщина – бренд туристичної України

Сутність культурної спадщини полягає у накопиченні та передачі з покоління в покоління цінних матеріальних і нематеріальних елементів, які відображають історію, традиції, цінності та ідентичність певної групи або суспільства. Матеріальна спадщина: архітектура, музеї, рукописи, релігійні святині, предмети побуту, твори мистецтва, антикваріат і технічні досягнення, що свідчать про технологічний і культурний розвиток певного періоду; нематеріальна спадщина: аспекти культурного досвіду, що передаються через усні традиції, ритуали, фольклор, танці, мови, звичаї, музику, гастрономію та інші форми вираження. Ця нематеріальна спадщина, хоча й менш відчутна, залишається важливою для збереження культурної ідентичності та формування суспільства. Розвиток туризму в Україні має бути спрямований на популяризацію культурної спадщини, розвиток інфраструктури та надання культурних послуг. Важливо також зосередити увагу на збереженні та відновленні історичних та культурних пам'яток як важливому аспекті розвитку туризму в Україні.

Культурна спадщина та історико-культурні туристичні ресурси взаємопов'язані та корелюють через кілька важливих аспектів. Культурна спадщина включає історичні пам'ятки, архітектурні споруди, музеї, території історичного значення та інші об'єкти, що відображають культурну та історичну спадщину. Ці об'єкти культурної спадщини є основою для розвитку туризму, оскільки вони приваблюють туристів, які цікавляться культурними та історичними аспектами територій, які вони відвідують.

Розвиток туризму може сприяти захисту культурної спадщини. Популяризація та відвідування об'єктів культурної спадщини підвищує обізнаність про їхню цінність і необхідність збереження для майбутніх поколінь. Економічні вигоди: розвиток туризму на основі культурної спадщини приносить значні економічні вигоди. Туристи, які відвідують історичні та культурні об'єкти, витрачають гроші на проживання, харчування, сувеніри та інші послуги, сприяючи розвитку місцевої економіки.

Туризм культурної спадщини сприяє обміну культурним досвідом, розумінню культурного розмаїття та формуванню позитивного сприйняття і поваги до культур інших народів. Розвиток туризму культурної спадщини сприяє створенню необхідної інфраструктури, такої як музеї, виставкові простори, готелі, ресторани та інші послуги, що покращують якість життя місцевого населення. Таким чином, культурна спадщина та історико-культурні туристичні ресурси працюють разом, щоб привабити туристів і просувати культурний та історичний досвід певного регіону. Вони формують важливе підґрунтя для розвитку туризму та сприяють збереженню і популяризації культурної спадщини.

Історико-культурні туристичні ресурси – це фізичні та духовні атрибути культури, які сформувалися в минулому і продовжують формуватися в певному регіоні. Вони здатні задовольнити духовні, пізнавальні та інтелектуальні потреби туристів. Історико-культурні ресурси України належать до пам'яток історії та культури, велика привабливість яких пропонує туристам широкий спектр можливостей для отримання культурно-пізнавальних вражень. Історико-культурні ресурси України відіграють важливу роль у формуванні її туристичного потенціалу, а в деяких регіонах відіграють провідну роль. До них належать археологічні та історичні знахідки, середньовічні фортеці та міста, культові споруди різних конфесій, палацові комплекси, місця історичних подій, а також самобутні культурні та етнографічні особливості різних етнічних груп, що проживають на території країни [11, с. 12].

Бренд – це унікальний ідентифікатор, символ або образ, який відрізняє продукт, послугу, організацію або навіть країну від конкурентів. Вона виражає

певні стилі, цінності та сприйняття і надійно пов'язана з певними характеристиками та якостями [18, с. 19].

Культурна спадщина – це бренд, оскільки вона є унікальним ідентифікатором країни чи регіону. Культурна спадщина відображає сукупність культурних, історичних, архітектурних та природних аспектів, які роблять місце відмінним від інших. Культурна спадщина є основним сховищем традицій, мистецтв і цінностей, які формують колективну ідентичність суспільства. Такі бренди є надзвичайно привабливими для туристів, оскільки пропонують унікальний досвід і приваблюють національних та міжнародних мандрівників. Крім того, успішний розвиток культурної спадщини як бренду може мати позитивний вплив на місцеву економіку через збільшення туристичного потоку та розвиток суміжних галузей, таких як гастрономія, рекреація та ремесла [20].

Україна має багату історію, яка відображена в багатьох населених пунктах з цінними історичними та культурними пам'ятками. Відомо, що в Україні налічується 39 історичних міст, побудованих понад 1000 років тому, та понад 500 міст і селищ міського типу, історія яких налічує 900 років. Крім того, 1399 міст та понад 8000 сіл мають цінну історико-культурну спадщину. Найвища концентрація історико-культурної спадщини зберігається в 371 історичному місті. В Україні налічується приблизно 53 600 пам'яток історії та культури, з яких близько 12 000 є популярними серед туристів. Однак, за деякими даними, лише близько 5 500 пам'яток історії та культури задіяні в туризмі.

У зв'язку з різноманітністю та багатством історико-культурних ресурсів України, їх можна розділити на три типи регіонів з точки зору їх потенціалу для розвитку туризму: регіони з високим, середнім та низьким потенціалом. До регіонів з високим потенціалом належать міста Київ, Львів, Хмельницький, Закарпатська, Івано-Франківська, Черкаська та Київська області. До регіонів із середнім потенціалом належать Чернівецька, Донецька, Чернігівська, Вінницька, Харківська, Одеська, Тернопільська, Полтавська та Житомирська області. До регіонів з низьким потенціалом належать Сумська, Запорізька,

Дніпропетровська, Луганська, Херсонська, Миколаївська, Рівненська, Кіровоградська та Волинська області [13].

Ще одним важливим фактором, що приваблює туристів в Україну, є наявність дев'яти об'єктів спадщини, внесених до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Ці об'єкти спадщини включають об'єкти культурної та природної спадщини.

До об'єктів культурної спадщини належать Софійський собор, Києво-Печерська лавра та прилеглі монастирські споруди, ансамбль історичного центру Львова, Ковчег транснаціональної наукової та культурної спадщини Струве, столичні житла Далмації та Буковини, антична столиця Херсонес Таврійський та його хора, Українсько-Польські Карпати (Українсько Українські та Польські Карпати (спільна українсько-польська номінація); у 2023 році до списку також було додано Історичний центр Одеси. Об'єктом природної спадщини є Карпатські гори та інші давні європейські букові праліси.

Культурна спадщина важлива не лише з точки зору збереження історії та культурних традицій, але й для формування сучасної ідентичності, туризму, міжнародного взаєморозуміння та співпраці. Однак культурній спадщині можуть загрозувати стихійні лиха, війни, занедбаність або комерціалізація. Тому захист культурної спадщини вимагає спільних зусиль суспільства, уряду, науковців та неурядових організацій [15, с. 16].

Для того, щоб успішно розвивати туризм на основі культурної спадщини в Україні, необхідно врахувати декілька питань та викликів. По-перше, не можна забувати про необхідність збереження та захисту культурної спадщини. Багато історичних та культурних пам'яток в Україні потребують реставрації та реконструкції. Важливо залучити додаткові кошти та ресурси для збереження цих пам'яток для майбутніх поколінь і використання їх для розвитку туризму. По-друге, Україна повинна активно просувати свою культурну спадщину на міжнародному рівні. Цього можна досягти за допомогою рекламних кампаній та заходів, спрямованих на привернення уваги іноземних туристів. Також важливо розвивати туризм в Україні, залучаючи іноземних інвесторів та туроператорів.

По-третє, важливим кроком є розвиток культурної інфраструктури. Наприклад, нові музеї, художні галереї, театри та інші культурні об'єкти могли б привабити туристів.

Також необхідно розвивати готельну та транспортну інфраструктуру для комфортного проживання та подорожей туристів. Загалом, слід зазначити, що розвиток туризму культурної спадщини в Україні має великий потенціал для збільшення доходів та покращення економічної ситуації. Однак для цього потрібні активні дії та інвестиції в туристичну галузь. Держава може підтримувати розвиток нових об'єктів культурної спадщини та інфраструктури, організовувати промоційні кампанії та заохочувати інвестиції в туристичну галузь.

Важливо також захищати та примножувати культурну спадщину, організовуючи заходи з популяризації національної культури та збереження традицій. Такі ініціативи допоможуть туристам отримати унікальний досвід та поглибити свої знання про українську культуру та історію. Для успішного захисту культурної спадщини важлива якісна комунікація між представниками різних дисциплін. Лише завдяки співпраці між експертами з різних галузей можна досягти якісних змін у сфері охорони культурної спадщини. Саме тому співпраця між громадськими організаціями, органами влади та місцевими громадами є такою важливою.

Культурна спадщина може бути успішно, цілеспрямовано та гармонійно відновлена, якщо дії бізнес-спільноти та позиції місцевих громад будуть спрямовані на досягнення спільних цілей.

Формувати ставлення громади до питання охорони культурної спадщини можна шляхом:

- активного розвитку та поширення знань про спадщину конкретного історичного міста;
- розробки програм збереження історичного ландшафту та встановлення правил регулювання забудови;
- збереження культурної спадщини;

- консультування мешканців щодо того, як і де зберігати культурну спадщину надання консультацій мешканцям щодо того, як і де можна зберегти культурну спадщину;

- надання консультацій мешканцям щодо того, як і де можна зберегти культурну спадщину.

Місцева влада повинна переконати місцевих мешканців у важливості культурної спадщини для розвитку міста. Для збереження цінності культурної спадщини важливо залучати інституції, які не залежать від державного фінансування. Культурну політику повинні вивчати науковці та громадські організації, і їхнє слово має бути вирішальним і важливим у збереженні культурної спадщини. Ці незалежні науковці та неурядові організації також повинні мати підтримку та визнання місцевих громад, які надають пріоритет захисту культурної спадщини. У міських районах заохочуються спільні проекти місцевих мешканців.

Для подолання браку культурного розвитку в малих і середніх містах доцільно відроджувати історичні види економічної діяльності, які колись були притаманні певним населеним пунктам, а також розвивати послуги для місцевих мешканців і туристів. Все частіше мешканці відчують себе відстороненими від активного життя міста, що може загрожувати реалізації програм охорони культурної спадщини. Тому важливо відновити відносини між владою та громадянами, а також між різними соціальними групами.

Ревіталізація зон історичної активності, характерних для конкретних населених пунктів, може допомогти вирішити проблему створення нових робочих місць. Прискорена урбанізація, старіння населення та зменшення кількості сільського населення, яке є носієм і хранителем народних традицій, є серйозною загрозою для збереження нематеріальної культурної спадщини. Тому вкрай важливо створювати на місцях групи, які можуть збирати та зберігати інформацію від носіїв цих традицій. Це також заохочуватиме молодих фахівців до вивчення фольклору та народної творчості.

Важливим елементом культурного розвитку є освітня програма, яка залучає небайдужих та активних людей і мотивує їх до організації фестивалів, волонтерських таборів, семінарів, конференцій, освітніх та туристичних заходів, святкування ювілеїв міста та важливих історичних подій, пов'язаних з історією міста, регіону та країни. Культурна спадщина може стати потужним брендом для розвитку туризму в Україні.

Культурна спадщина – це багата та різноманітна архітектурна, історична, мистецька та етнічна спадщина, унікальна для кожного регіону України. Ця спадщина може бути використана як бренд для залучення туристів з усього світу, які цікавляться культурою, історією та мистецтвом.

Тематичні маршрути: розробити тематичні маршрути, що охоплюють основні історичні та культурні пам'ятки в кожному регіоні країни.

Фестивалі та події: організувати різноманітні фестивалі, виставки, концерти та інші культурні заходи, які демонструють багатство культурної спадщини України.

Екскурсії та освітні програми: організувати екскурсійні тури, які дають змогу відвідувачам дізнатися про історію, архітектуру, мистецтво та культурні традиції різних регіонів.

Рекламні кампанії: розробка привабливих рекламних матеріалів, відеороликів, путівників та іншого контенту, що демонструють культурне розмаїття України та заохочують туристів обирати Україну як дестинацію.

Співпраця з місцевими громадами: залучення місцевих жителів до розвитку туризму шляхом створення організацій, які організують і підтримують туристичні заходи та надають послуги туристам.

Інфраструктура та послуги: покращення інфраструктури та послуг для туристів на певних територіях. Це включає реставрацію пам'яток, розвиток готельного бізнесу, ресторанів та сувенірних крамниць.

Впровадження таких брендів може зробити Україну привабливою туристичною дестинацією для тих, хто цікавиться культурою, історією та мистецтвом. Однак важливо також дотримуватися балансу між розвитком

туризму та захистом культурної спадщини від деградації. Розвиток культурної спадщини як туристичного бренду в Україні є непростим завданням і пов'язаний з низкою викликів, які ускладнюють цей процес.

Основні виклики, з якими стикається ініціатива, перелічені нижче. Однією з ключових проблем є обмежене фінансування розвитку культурної спадщини. Це обмежує потенціал розвитку туризму в цій сфері і, відповідно, може затримати реставраційні роботи та розвиток інфраструктури. Українські музеї та історичні місця мають великий потенціал для залучення туристів, але вони потребують модернізації та покращення рівня обслуговування гостей. Важливо розробити ефективні маркетингові стратегії для позиціонування культурної спадщини як важливого туристичного бренду України. Важливо розвивати інфраструктуру для туристів, включаючи готелі, ресторани, транспортні та інші послуги. Доступ до культурної спадщини обмежений.

Культурна спадщина України часто недоступна для туристів через неналежну транспортну та інформаційну інфраструктуру. Відсутність збалансованого підходу до розвитку туризму на національному рівні та відсутність координації між різними рівнями влади може призвести до конфліктів і суперечностей у плануванні.

Захист культурної спадщини вимагає зусиль, спрямованих на запобігання вандалізму, забрудненню та деградації. Отже, необхідно створити сприятливі умови для розвитку туризму шляхом підвищення якості туристичної інфраструктури та надання відповідних послуг, щоб зробити культурну спадщину доступною для туристів з усього світу. Важливо також гарантувати якість послуг та співпрацю в туристичному секторі, щоб сприяти сприятливому сприйняттю України як туристичної дестинації.

Багата культурна спадщина, архітектурні пам'ятки, історичні міста та фольклорні традиції роблять Україну привабливою для туристів. Українська кухня має унікальний характер і є особливо цікавою для гастрономічних туристів. Села та малі міста мають потенціал для розвитку екотуризму, де туристи можуть познайомитися з традиційним сільським способом життя.

Розвиток та промоція культурних маршрутів пов'язує різні об'єкти культурної спадщини та робить їх відвідування більш зручним та цікавим. Культурні обміни з іншими країнами можуть допомогти захистити та популяризувати культурну спадщину України.

Використання сучасних технологій, таких як віртуальна реальність і доповнена реальність (AR), робить туристичний досвід більш захоплюючим і незабутнім. Розвиток екотуризму може сприяти збереженню природного середовища та створити нові можливості для подорожей заповідниками та парками. Важливо також зазначити, що вторгнення Росії в Україну має на меті позбавити Україну її чіткої ідентичності як суверенної держави. Ракетні обстріли завдали серйозної шкоди культурній спадщині України.

Міжнародне право встановлює норми щодо зменшення жертв серед цивільного населення та обмеження руйнування культурної спадщини, і обидва ці випадки вважаються воєнними злочинами, які мають бути проаналізовані міжнародною спільнотою.

Збройний конфлікт призводить до руйнування та пошкодження культурних та історичних об'єктів. Багато цінних архітектурних та археологічних об'єктів можуть бути пошкоджені або зруйновані в результаті бойових дій. Конфлікт може становити серйозну загрозу для місцевих культурних елементів, які передаються з покоління в покоління. Це стосується національних ритуалів, мов і традицій. Військові події можуть вимагати евакуації цінних артефактів і колекцій з музеїв та інших культурних установ. Це може призвести до втрати цінних елементів культурної спадщини. Військові конфлікти іноді обмежують доступ до культурної спадщини для мешканців і туристів та негативно впливають на потенціал дослідження і збереження культурної спадщини. Війна може спонукати громадян та організації мобілізуватися для захисту та відновлення культурної спадщини. Громадські організації, митці та активісти можуть відігравати певну роль у відновленні та збереженні культурної спадщини.

Загалом військовий конфлікт значно ускладнює захист та популяризацію культурної спадщини і може призвести до втрати цінних. Для захисту культурної

спадщини потрібні особливі заходи з боку держави та громадськості: з 24 лютого 2022 року понад 450 об'єктів матеріальної культурної спадщини в Україні були серйозно пошкоджені або зруйновані російськими військовими. Під загрозою знищення опинилися об'єкти, внесені до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Тому питання захисту культурних цінностей слід розглядати як один з аспектів політики економічної безпеки держави. Питання захисту культурних цінностей є одним з найактуальніших як в Україні, так і за її межами. Ці цінності виконують низку важливих функцій, зокрема, мають освітнє та виховне значення, сприяють підвищенню культурного рівня населення та є символами певної держави. Популяризація культурної спадщини сприяє залученню фахівців, органів державної влади та міжнародних організацій у сферу охорони пам'яток, а також збільшує кількість туристів до певного регіону. Водночас, оскільки культурна спадщина має економічне значення, держави повинні розглядати питання охорони культурної спадщини з точки зору безпеки кордонів.

Раціональний підхід до регулювання обігу культурних цінностей сприяє зміцненню суспільної свідомості та є важливим фактором збереження національної ідентичності. Доцільно запропонувати стратегію розвитку охорони та популяризації культурної спадщини України, яка б базувалася на комплексному підході та передбачала активну співпрацю між громадськістю та державними органами, заохочення інновацій та використання передових технологій.

Основні рекомендації:

- Розробити та впровадити у співпраці з громадськими організаціями та державними установами програми збереження та реставрації, спрямовані на збереження та відновлення об'єктів культурної спадщини. Створення фондів підтримки культурної спадщини – державно-приватні ініціативи мають сприяти створенню фондів для надання фінансової підтримки реалізації проектів з консервації та реставрації об'єктів культурної спадщини. У містах і регіонах, де розташовані об'єкти культурної спадщини, слід створювати центри, які

об'єднуватимуть експертів, архітекторів, реставраторів і новаторів для розробки та впровадження найкращих практик зі збереження і популяризації культурної спадщини.

- Навчальні програми та молодіжні ініціативи мають сприяти усвідомленню важливості культурної спадщини. Рекомендуються освітні проекти, конференції та курси для студентів і молоді.

- Сучасні технології, такі як віртуальна та доповнена реальність, можуть бути використані для створення віртуальних турів та інтерактивних презентацій культурної спадщини. Україна може налагодити партнерство з міжнародними організаціями та фондами, що спеціалізуються на охороні культурної спадщини, для обміну досвідом та залучення додаткових ресурсів. Ці рекомендації є ключовими елементами стратегії охорони та промоції культурної спадщини України, яка має на меті захистити її в довгостроковій перспективі та використати як сильний бренд для розвитку туризму.

Таким чином, культурна спадщина України може стати важливим брендом для розвитку туризму в країні. Реставрація та розвиток історико-культурних пам'яток, промоційні кампанії, розвиток інфраструктури та охорона культурної спадщини – це лише деякі з інструментів підвищення привабливості України для туристів. Розвиток туризму культурною спадщиною також є важливим джерелом доходу для України та сприяє економічному зростанню.

Крім того, важливо забезпечити високий рівень обслуговування туристів, які відвідують Україну. Це означає створення приємного середовища для проживання та подорожей, а також надання високоякісних послуг у готельному господарстві, ресторанному бізнесі та на транспорті. Такі заходи сприятимуть підвищенню рівня задоволеності туристів та збереженню туристичного інтересу в майбутньому. Забезпечення безпеки туристів також є дуже важливим аспектом для відвідувачів України, особливо в нинішніх умовах. Для досягнення цієї мети можна було б створити систему управління та захисту для забезпечення безпеки туристів і захисту їх від шахраїв та злочинців.

Залучення поліції та професійних служб до забезпечення безпеки туристів може стати ефективним засобом захисту українського туристичного продукту та підвищення довіри. Крім того, з огляду на поточні виклики, важливо розуміти, що туристична галузь зазнає змін у післявоєнний період. Зміниться і підхід до міського планування, а музеям доведеться розробляти повноцінні плани евакуації своїх цінностей та видавати інструкції на випадок надзвичайних ситуацій.

Загалом, в Україні є великий потенціал для розвитку брендovanого туризму культурною спадщиною, але для цього потрібен зважений підхід, фінансова підтримка та увага до збереження самої спадщини.

Висновки до розділу 1

У першому розділі було досліджено теоретичні основи культурної спадщини України та її значення для розвитку готельно-ресторанної сфери. Культурна спадщина України, що включає архітектурні пам'ятки, народні традиції, кухню та мистецтво, є вагомим чинником, який може значно підвищити привабливість туристичних послуг.

Аналіз показав, що інтеграція елементів культурної спадщини у діяльність готельно-ресторанного бізнесу сприяє створенню унікального туристичного продукту, здатного привернути увагу як внутрішніх, так і міжнародних туристів. Таким чином, культурна спадщина виступає ключовим елементом, що визначає конкурентні переваги української готельно-ресторанної сфери на світовому ринку.

РОЗДІЛ 2 ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННУ СФЕРУ

2.1. Досвід впровадження культурних елементів у готельний бізнес

Досвід впровадження культурних елементів у готельний бізнес є ключовим для створення неповторного та запам'ятовуваного досвіду для гостей, що відображає місцеву культурну спадщину та аутентичний характер регіону.

Це досягається через застосування тематичних декорацій, пропозицію місцевих страв у ресторанах, організацію культурних заходів та екскурсій, а також співпрацю з місцевими артистами та ремісниками.

Ці ініціативи сприяють підвищенню привабливості готелю, залученню нових клієнтів та збереженню вірних гостей, а також відображають зобов'язання закладу до підтримки місцевої культури та сприяють його успішному позиціонуванню на ринку.

Ресторанне господарство – сфера людської діяльності, яка стрімко розвивається в Україні та Європі останнім часом. Індустрія громадського харчування є одним із найпоширеніших малих підприємств у всьому цивілізованому світі, тому між закладами та підприємствами точиться постійна боротьба за найкращу позицію на ринку та його найперспективніші сегменти, що використовуються для пошуку нових клієнтів та збереження старих клієнтів.

Роль підприємства громадського харчування на даному етапі залежить від характеру та масштабу потреб населення в організації послуг споживання матеріальних і духовних благ. У боротьбі за споживачів ресторатори використовують різноманітні інструменти:

- авторську, креативну та ф'южн-кухню, останнім часом – молекулярну;
- якісне спеціальне та багатофункціональне обладнання;
- елітний посуд та аксесуари;
- сучасний дизайн;
- музичні послуги, включаючи шоу-програми;

- пропонуючи послуги сомельє, барменів, бариста, впроваджуючи різноманітні дисконтні програми та інші привабливі елементи тощо.

Основним критерієм вибору ресторану для українських споживачів все частіше стає якість страв, а тенденція «демократизації» призвела до появи ресторанів з гарним інтер'єром, меблями та посудом, але за цілком доступними цінами. Найчастіше це заклади низької та середньої цінової категорії, де подають страви української кухні. Активно розвиваються також заклади з італійською (піцерії) та японською кухнею, які є особливо популярними серед молоді, кав'ярні (зернова кава практично витіснила розчинну), кондитерські, булочні, паби (з власними міні-пивоварнями), фаст-фуди і стріт-фуди[28, с. 151].

В останні десятиліття в розвитку закладів ресторанного господарства окреслилися такі тенденції:

- формування нових напрямів сучасної кулінарії;
- поглиблення спеціалізації ресторанів;
- створення міжнародних ресторанних ланцюгів;
- удосконалення форм праці та впровадження досягнень науково-технічного прогресу.

Новими напрямками сучасної кулінарії є ф'южн і молекулярна кулінарія.

У перекладі з англійської мови «ф'южн» означає «злиття, сплав». У кулінарії гармонійно поєднуються Схід і Захід, старі та нові смаки, стилі, традиції, місцеві продукти тонко замінюють екзотичні інгредієнти, а іноземні кулінарні традиції адаптуються до звичних місцевих смаків. Часто стилем ф'южн вважають навмисне включення до складу страви непоєднуваних інгредієнтів, наприклад, пельменів з горіхами або м'яса, маринованого в еспресо. При приготуванні страв за рецептами ф'южн не можна використовувати майонез та ін. Натомість різні олії: кукурудзяна, соняшникова, оливкова. Також активно використовуються різні спеції: коріандр, м'ята, базилік, кориця, апельсинова або лимонна цедра. Батьківщиною цього напрямку є США. Сьогодні кухня ф'южн поширена у всьому світі [23].

Засновником молекулярної гастрономії був ЕрвеТіс, професор фізики Оксфордського університету на початку 1990-х років. Він пропонує незвичайне поєднання хімії та кулінарії. Він склав молекулярні формули всіх французьких соусів. Шеф-кухар ХестонБлюменталь став найбільш відомим як практик і популяризатор молекулярної гастрономії – засновник і власник одного з найкращих ресторанів у світі TheFatDuck у Великобританії.

Серед послідовників нового вчення й такі відомі кухарі, як ФерранАдріа (ресторан ElBulli, Іспанія), П'єр Ганьєр (ресторан PierreGagnaire, Франція), Мішель Брас (ресторан MichelBras, Франція).

Суть молекулярної гастрономії полягає у використанні новітніх технологій і досягнень молекулярної хімії в процесі приготування їжі, що дозволяє отримувати страви незвичайної консистенції і оригінального смаку. Основними методами цієї страви є: обробка продукту рідким азотом, емульгування (змішування нерозчинних речовин), сфероїдизація (утворення рідких сфер), желеутворення, карбонізація або збагачення вуглекислим газом, вакуумна дистиляція.

Молекулярна гастрономія унікальна тим, що з її допомогою можна значно розширити смакові якості продуктів. Останніми роками в ресторанній індустрії сформувався новий тренд – демократичні ресторани, що поєднують технологію швидкого харчування «fastfood» з якістю етнічної (або ф'южн) кухні, що вимагає індивідуального підходу.

«Freeflow» означає «вільний потік». Для підприємств громадського харчування це означає вільний потік гостей і їжі. Готують гості, немає офіціантів, відкрита кухня, різноманітність – це відмінні риси цього виду бізнесу. Суть концепції «freeflow» — максимально демократичні відносини з гостями. Це дає відвідувачам можливість вибрати власне положення, зручно розташуватися та відчувати себе розслабленим. Все це подається за допомогою поєднання «незалежних островів»: кава, пиво, лінія гарячих страв, система самообслуговування з обслуговуванням офіціантами. Звичайно, «швидкий» обід коштує в кілька разів дешевше ресторанного, але популярність ресторану

залежить від його атмосфери та якості продукції. Як показує світова практика, демократичні ресторани є досить активним сегментом ресторанного ринку. Основними споживачами такого бізнесу є середній клас. З одного боку, у розвинених країнах споживання їжі зміщується в ресторани через брак вільного часу, а з іншого боку, все більше людей мають доступ до демократичних підприємств через нові технології та високу конкуренцію [2, с. 120].

Серед звичайних місць громадського харчування є й такі, що привертають увагу своєю оригінальністю. Так, на Мальдівах є невеликий ресторан, який вміщує лише 14 осіб одночасно. Його оригінальність полягає в тому, що він розташований на глибині 5 метрів, а його стіни та стеля виготовлені з прозорих матеріалів. Розташований у капсулі висотою 50 метрів, цей ресторан в Дубаї розрахований на 22 туриста, яких обслуговують шість офіціантів. Для безпеки відвідувачів прив'язують до раковин над столами та стільцями. На Тайвані є ресторан, де всі елементи інтер'єру виконані у формі унітазів, дизайн посуду і посуду також відповідає цій темі. Відвідувачі одного з новозеландських ресторанів можуть посидіти на 60-метровій секвої [9, с. 190]

В Україні багато ресторанів і кафе, які радують туристів не тільки смачною їжею, а й цікавим інтер'єром. Але беззаперечним лідером за кількістю та якістю концептуальних ресторанів є Львів, де є багато незвичайних нових ресторанів, запорука успіху яких — новаторські ідеї з чітким бізнес-планом. Бізнес повинен приносити прибуток вже через місяць після відкриття. Прикладами таких закладів є «Криївка», «Під Арсеналом», «П'яна вишня», галицькі єврейські бари «Під золотою трояндою», «Гасова лампа», «Мазох-кафе», «Старий трамвай» тощо. Для останнього спеціально придбали колісну базу зібраного старого трамвая, вагони відреставрували та побудували за старими фотографіями. Ідейно «Криївка» пов'язана з історією УПА, а «Мазох-кафе» — з еротичною тематикою. Кожен заклад харчування з незвичайною концепцією приваблює не жителів міста, а туристів, а тематичні бари Львова навіть створюють для них спеціальні гастрономічні тури [24, с. 235].

Приклади готелів з культурними елементами в Україні

Готель	Місцезнаходження	Культурні елементи	Відгуки туристів (за 5-бальною шкалою)
«HyattRegencyKyiv»	Київ	Інтер'єр елементами української архітектури, національна кухня	4.8
«LeopolisHotel»	Львів	Декор у стилі австрійської імперії, локальні гастрономічні тури	4.7
«BristolHotel»	Одеса	Відтворення історичного інтер'єру, одеська кухня	4.6
«GrandHotelLviv»	Львів	Архітектурний стиль кінця 19-го століття, музейні експозиції	4.7
«HoteldeParis»	Одеса	Французький стиль, поєднаний з місцевими традиціями	4.5

Джерело: складене автором згідно з [28]

Ресторанний дворик або фуд-корт (від англ. foodcourt) — зона харчування в торговому центрі, готелі, аеропорту, вокзалі або в окремих випадках окрема будівля, де відвідувачів обслуговують кілька закладів харчування зі спільним харчуванням. В коледжі та школі, фуд-корти можуть доповнювати або замінювати традиційні кафетерії. Перший успішний ресторан Courtyard відкрився в березні 1974 року в ParamusParkMall в Нью-Джерсі, США. Такі заклади працюють за принципом, що відвідувачі замовляють їжу в одному із закладів харчування закладу, а потім самостійно йдуть до загального залу для замовлення їжі. Деякі заклади харчування можуть надавати послуги офіціантів. Типові ресторани Північної Америки та Європи включають мережі швидкого

харчування, такі як McDonald's і Sbarro, а також деякі дрібні приватні підприємці. Пропоновані гастрономічні варіанти різноманітні, а у великих ресторанних двориках можна знайти абсолютно різні заклади харчування: від великих мереж до невеликих підприємств, що пропонують традиційну або національну кухню. У багатьох ресторанних дворах є кілька секцій, де продають готові страви на винос. Існування ресторанного дворика пояснюється перш за все економічністю, туристи можуть вибирати різні страви в одному місці, що приваблює велику кількість постійних клієнтів. Економічність дворика ресторану також забезпечується використанням одноразового посуду, дешевих і простих в обслуговуванні меблів для легкого прибирання та зниження витрат на експлуатацію залу. Часто ресторани популярні своєю кухнею. Приготування їжі саме по собі є хорошою рекламою. Етнічна кухня таїть у собі майже необмежені можливості. Тому з кожним роком все більше ресторанів включають в своє меню страви різних країн [27].

Аналізуючи сучасні тенденції в українській індустрії громадського харчування, можна сказати, що останнім часом з'явилися так звані вільні або креативні простори, які часто називають «коворкінгами», «нон-кафе» або «розумними кафе».

Міські центри або офісні центри. Основна концепція цих закладів полягає в тому, що все безкоштовно, крім часу. Працюючи за принципом «все включено» (відвідувачі платять не за їжу та напої, а за час), ці заклади представляють новий формат нерухомості, особливо для фрілансерів, стартапів, ІТ-підприємців і маркетологів.

Коворкінг – це режим роботи, при якому співробітники залишаються вільними та незалежними та використовують вільний простір для діяльності. Вони можуть вести свій бізнес у коворкінг-центрі чи креативному просторі, орендуючи робоче місце на місяць, день чи кілька хвилин. Наприклад, найвідомішими креативними просторами Києва є: «Часопис», «БеседниZza», «Циферблат», «БІБЛІОТЕХ», «FreudHouse», «12», «Kyivworking», «Work-and-Roll» [26, с. 174].

Формат цього закладу передбачає кухню, де відвідувачі можуть знайти каву, чай, закуски, фрукти та печиво (в необмеженій кількості). Ви можете скористатися оргтехнікою та засобами зв'язку, сейфом, робочим кабінетом, кімнатою для переговорів, бібліотекою (можна взяти книги), кімнатою відпочинку. Тут можна організувати ділові зустрічі, семінари, майстер-класи, подивитися фільми та концерти, просто поспілкуватися чи відпочити. Ці місця для тих, хто почувається комфортно в демократичній атмосфері та шукає нових трендів, знань та вражень. Креативні простори та коворкінги – це культурно-освітні кластери, які об'єднують кафе, офісні та освітні центри, магазини, велопрокати, кінотеатри, конференц-зали, дизайнерські бутіки, шоу-руми, лекційні зали та ігрові майданчики тощо[22, с. 153].

Зовсім недавно на додаток до традиційних ресторанів із повним набором послуг з'явилися спеціалізовані підприємства, які пропонують оптимізоване обслуговування та меню. Їхня спеціалізація може бути різноманітною. Часто ресторани можуть робити акцент на приготуванні національних страв, вечері та сніданку. Поширення набувають в Україні ресторани швидкого обслуговування, які спеціалізуються на гамбургерах і смаженій картоплі («McDonald's»), піци («PizzaHut», «Domino», «LittleCaesar»), біфштексах («Sizzler»), морепродуктах («RedLobster»), сендвічах («Subway») [1].

Тематичні ресторани особливо важливі, головним чином тому, що такі ресторани пропонують обмежену кількість страв, але зосереджені на створенні потрібної атмосфери та атмосфери. Користується популярністю і загальнонаціональна мережа закладів швидкого харчування. Одними з перших таких мереж закладів швидкого харчування були: «Швидко», «Мак Смак», «Домашня кухня», «Пузата Хата».

В останні роки в сфері громадського харчування формується новий тренд – «freeflow», що означає «вільний потік». Для підприємств громадського харчування це означає вільний потік гостей і їжі. Готують гості, немає офіціантів, відкрита кухня, різноманітність – це відмінні риси цього виду бізнесу. Основна відмінність полягає в тому, що у «freeflow» немає єдиної розподільчої лінії для

переміщення черг з піддонами. Черга розбита на окремі «острівці» (зони харчування), які розташовані по всьому залу. Наприклад, один з варіантів їх облаштування: лінія холодних десертів і десертів (гості розставляють улюблені страви); станція гарячих страв (де працює шеф-кухар), супова станція і салат-бар в центрі лобі (гості можуть вибрати собі страви); барна станція (обслуговують бармени); кілька кас.

Але лідируючу позицію на світовому ринку громадського харчування займає Європа, яка визнана батьківщиною сучасних харчових підприємств і законодавцем напрямків світового громадського харчування.

Європейська індустрія громадського харчування є найстабільнішою у світі, що, безсумнівно, робить її зразком для наслідування та стає досвідченим «старшим братом» на міжнародному ринку громадського харчування. Одним із найпопулярніших напрямків європейської харчової індустрії є стиль «ф'южн», або також відомий як «крос кулінарія» (від англ. cross – «перехрестя»; кулінарне – «приготування»). Кухні все більше стають естетично орієнтованими. Ресторатори змішують різні стилі та концепції їжі, щоб догодити своїм клієнтам. У зв'язку з цим інтерес до таких закладів зростає.

Урізноманітнюються і форми страв, що подаються в ресторанах. Особливо популярними є «фінгерфуд» (шведський стіл, який можна їсти лише руками) і «тапас» (велика тарілка, що подається до столу, підходить для бізнес-ланчів і допомагає згуртувати людей за столом).

Мода на здоровий спосіб життя вплинула і на культуру харчування, визначивши ще одну світову тенденцію розвитку ресторанного господарства – споживання здорової їжі (тобто якісних продуктів з мінімальною обробкою), що стало вимогою часу.

Важливою проблемою сьогодення є складність перевірки якості харчових продуктів на місці споживання для визначення «чистоти» продукту (вільність від шкідливих речовин, добрив тощо). Тому зростає потреба в контролі якості сировини, сертифікації її безпечного використання. Незважаючи на це, тенденція до екологічного харчування набирає популярності. Зростаючий інтерес до

здорової та смачної їжі вплинув на появу ще кількох популярних сегментів ресторанного господарства. По-перше, набирає популярності модель «renkitchen», і клієнти хочуть бачити, як і що їм готують. По-друге, набирають популярності такі напрямки, як «slowfood», засновані на повільному споживанні смачної та здорової їжі, вихованні смаку споживачів і поверненні поваги до їжі. Тому при приготуванні використовується мінімальна обробка: клієнти хочуть відчутти смак продукту, а не безліч спецій.

У меню збільшується кількість овочевих та фруктових страв. Тому зростає кількість супових і салатних барів, а вегетаріанських ресторанів. У Західній Європі спостерігається великий інтерес до кухонь Південно-Східної Азії (наприклад, Таїланду), які є важливою конкуренцією для національних кухонь європейських країн. Проте, на думку експертів, незалежно від кулінарного ентузіазму європейців сьогодні, національна кухня завжди знайде свого споживача.

Таблиця 2.2

Оцінка впливу впровадження культурних елементів на прибутковість готелів

Готель	Дохід до впровадження (млн грн/рік)	Дохід після впровадження (млн грн/рік)	Зростання доходу (%)
«HyattRegencyKyiv»	150	180	20
«LeopolisHotel»	120	150	25
«BristolHotel»	100	130	30
«GrandHotelLviv»	110	140	27
«HoteldeParis»	90	115	28

Джерело: складене автором згідно з [30]

Одним із сучасних трендів європейського громадського харчування є поєднання з мистецтвом, проведення різноманітних виставок, творчих вечорів та концертів у закладах громадського харчування. Також зростає мода на ресторани-клуби, які зараз є дуже популярним видом розваги, а отже, прибутковим бізнесом.

Що стосується рівня конкуренції серед європейських ресторанів, то конкуренція дуже жорстка. Важливу роль у цьому процесі відіграють рейтинги: місцеві, національні та світові. Чим вище позиція ресторану в рейтинговій таблиці, тим більший інтерес потенційні клієнти проявлятимуть до закладів

ресторану, що призведе до збільшення прибутку. Серед найбільш популярних ресторанних гідів виділяють: «Мішлен» (Франція, Бельгія, Люксембург, Голландія, Швейцарія, Іспанія, Португалія, Великобританія, Австрія, Чехія, Польща, Італія, Ірландія, США, Китай, Японія і країни Бенілюксу), «Гомийо» (Франція, Швейцарія, Німеччина та країни Бенілюксу), «Гамберо Россо» (Італія), «Ресторанний журнал» (Англія), «Ресторани Веронелли» (Італія), «Пюдло» (Франція)[30].

Тому сучасна тенденція розвитку ресторанного господарства – це, безумовно, тенденція окремих кухонь, але все більше ресторанів Європи та України при складанні меню роблять акцент на натуральному використанні продуктів, а не на складних рецептах.

Тому, на нашу думку, все більшої популярності набувають авторські кухні, які дозволяють креативно переробляти всі існуючі кухні світу і створювати власні вироби, щоб привертати увагу споживачів. Слід також звернути увагу на актуальне питання застосування сучасних тенденцій розвитку сфери громадського харчування.

Що стосується ринку громадського харчування в Україні, то відмінність від Європи полягає в акценті на оздобленні інтер'єру. Загалом можна знайти такі характеристики: європейські ресторани приділяють більше уваги кухні, ніж інтер'єру, а в Україні – навпаки. Як наслідок, заклади з недоброякісними стравами та дуже привабливими інтер'єрами, як правило, користуються популярністю. Цей феномен називають «істівний інтер'єр».

В Україні також не вистачає ресторанів на душу населення. Частково це пояснюється тим, що традиція харчування поза домом практично прижилася в Європі, а засоби, необхідні для цього, доступні широким верствам населення європейських країн. Крім того, важливу роль відіграє компетентність самого ресторатора. Тому в Україні відкриття ресторанів стало «модою» для багатих.

Однак у Європі більшість ресторанів зазвичай є основним бізнесом власника, який постійно витрачає свій час, приділяючи увагу кожному етапу його розвитку. В результаті виникають відмінності в якості.

2.2. Використання традиційної кухні та страв у ресторанному середовищі

Використання традиційної кухні та страв у ресторанному середовищі є ефективним способом підвищити привабливість закладу та задовольнити смакові уподобання клієнтів. Це дозволяє гостям насолоджуватися автентичними стравами, що відображають культурну спадщину та традиції певного регіону чи країни.

Традиційна кухня привертає увагу гостей своєю унікальністю, ароматами та смаками, які неповторні для кожного регіону. Вона також дозволяє ресторанам відзначитися серед конкурентів, створюючи неповторне індивідуальне меню, яке вражає своєю автентичністю та смаковим різноманіттям.

Крім того, використання традиційної кухні сприяє збереженню культурної спадщини та підтримці місцевих виробників і продуктів. Це відображається в популярності ресторанів, які ставлять на перший план місцеві страви та інгредієнти, що підкреслює їхнє зобов'язання до утримання місцевої культурної спадщини та підтримки економіки регіону.

Таким чином, використання традиційної кухні та страв у ресторанному середовищі не лише створює унікальний інтерес для клієнтів, але і відображає зобов'язання ресторану до підтримки культурної спадщини та розвитку місцевої гастрономічної традиції.

Кожна країна характеризується власними звичаями, ритуалами і, звичайно, традиційною кухнею. Кулінарні вподобання, способи приготування та стилі подачі страв формувалися протягом століть під впливом природно-географічних умов та похідних від них видів господарської діяльності (землеробство, тваринництво, рибальство, бджільництво тощо). Крім того, на кухню людей безпосередньо впливали їхні релігійні вірування, системи релігійних заборон і стародавніх звичаїв, що регулювали їхній спосіб життя, тобто їхні культурні традиції та соціально-історичне середовище [5].

На цьому тлі у різних етнічних груп сформувалися різні кухні зі своїми унікальними особливостями, що, зокрема, проявляється у неповторному смаку страв. Оскільки приготування їжі нерозривно пов'язане з родинним побутом, їжа є найбільш стійким компонентом матеріальної культури і виконує самоідентифікаційну функцію для будь-якого етносу.

Українська кулінарна традиція має давню історію, основні кулінарні прийоми якої сягають трипільського, ранньослов'янського та киванлуського періодів. Існує досить багато загальних праць, присвячених формуванню української кухні та її особливостям, але їхній зміст одноманітний, в основному обмежується збіркою рецептів та короткими згадками про її походження. Кулінарію та гастрономію вивчають не лише дієтологи, а й медики (геронтологи), соціологи, етнографи, історики, фахівці туристичної та готельно-ресторанної індустрії. Наприклад, етнографічні підходи до дослідження їжі здебільшого пов'язані з вивченням функцій і семантики їжі в традиційних суспільствах [9], тоді як лінгвістичні дослідження стосуються семантики харчових образів у художній літературі, етнолінгвістичних досліджень традиційної їжі [22] та динаміки тематичних груп у лексиці їжі та напоїв окремих регіонів [6].

У сучасних дослідженнях українській кухні присвячено небагато наукових праць. Наприклад, Л. Ф. Артюх, відомий український етнолог і провідний фахівець з народної кухні та харчування, досліджувала різні аспекти народної кухні [1-6]. Зокрема, у монографії «Українська народна кухня (Історико-етнографічний нарис)» [5] цей науковець зосереджує увагу на різних аспектах народної кухні. У праці [5] вона наголошує на особливостях української їжі та харчування як елементів матеріальної культури, подає етнографічні описи та класифікації повсякденної та святкової обрядової їжі українських селян у капіталістичний період та аналізує її соціальні функції.

В іншій її книзі «Українські звичаї в народному календарі» [4] рецепти традиційних страв національної кухні подано у 23 розділах, присвячених святам українського календаря, від Святвечора до Дня Андрія Первозванного. Одним із перших публіцистичних досліджень, спрямованих на осмислення системи

харчування сучасних українців в умовах зростання соціальної напруги та інтенсифікації ритмів повсякденних відносин, стала праця В. Панченка «Національне харчування України: минуле і майбутнє. Уроки минулого» [19], в якій дослідниця на основі соціально диференційованих ознак акцентує увагу на особливостях національної системи харчування та найбільш небезпечних режимах її трансформації; С. Яценко у статті «Традиційна народна кухня як об'єкт етнографічного дослідження» [23] аналізує українську кухню та харчові традиції українців. Вона аналізує праці науковців, які їх вивчають.

Далі М. В. Жовнірова та Р. В. Дяченко [10] досліджують питання харчування як елемент традиційної української родинної культури, акцентуючи увагу, зокрема, на тенденції звуження якісного розмаїття щоденного меню через недостатнє використання українських народних традицій у харчуванні; Ю.В. Липець з'ясовує традиції харчування в українській культурі [15]; У статті «Науково-етнографічне дослідження особливостей технології української національної кухні» [8] Н. Волкова досліджує особливості технології українських національних кулінарних виробів, зумовлені історичними та етнографічними детермінантами.

Систематизовані дані про витоки української кухні можна знайти у праці відомого дослідника кулінарії В. Похлебка «Національні кухні наших народів», виданій у 1978 році [20], а також в «Українській етнічній культурі та її міжнародних Історія української культури XIII - першої половини XVII ст. (Київ. 2001). Більшість праць з цієї проблематики сучасних дослідників так чи інакше ґрунтуються на вищезгаданих роботах. Питанням їжі та харчування займалися також дослідники українського побуту В. Борисенко [7], В. Наулко [17], О. Кравець [13], О. Кувенова [14] та В. Маланчук [16], які розглядають ці питання в різних контекстах. Чи не єдиним ґрунтовним дослідженням, пов'язаним з кулінарною проблематикою в Україні, є докторська дисертація В. Ніколенко «Гастрономічні детермінанти соціального життя: соціологічні виміри» [18], в якій встановлюється зв'язок між гастрономічними вимірами соціального життя, з одного боку, та соціальними процесами і відносинами в ретроспективному та

сучасному контекстах. В основу роботи покладено ідею «соціального феномену», який є соціальним явищем. Проте предметом дослідження є гастрономія як соціальний феномен, а не власне українська кухня. Таким чином, незважаючи на, здавалося б, достатню кількість публікацій про українську кухню, існує потреба в ґрунтовному і всебічному культурологічному дослідженні витоків та історичної еволюції української кухні, з урахуванням традицій і чинників, що формували українську кухню.

Українська національна кухня склалася досить пізно, переважно на початку-середині 18 століття, а остаточно - на початку 19 століття [20]. До того часу їй важко було відрізнити від споріднених польської та білоруської кухонь, що пояснюється тривалістю і складністю процесу формування етнічних українців та української держави. Як зазначає В. Похльобкін, українська кухня продовжувала формуватися окремо від російської, білоруської та польської, незважаючи на розрив її зв'язків з давньоруськими кулінарними традиціями, які були втрачені після монголо-татарської навали, а давні традиції були вдосконалені та збереглися протягом століть [20].

Після монголо-татарської навали різні регіони території сучасної України опинилися у складі різних держав (Литва, Польща, Угорщина, Румунія), що, звичайно, не могло не вплинути на особливості формування кулінарії на цих землях. Як наслідок, загальноукраїнська кухня формувалася дуже повільно, вбираючи в себе елементи кулінарної культури, які вже були сформовані в різних регіонах України.

Однак ці елементи були дуже неоднорідними, враховуючи розміри території України, яка простягалася від Карпатських гір до Азовського моря і від Прип'яті до Чорного моря, відмінності природних умов та історичного розвитку, а також близькість багатьох етнічних груп (російських, білоруських, татарських, татарсько-українських та ін.), білорусів, татар, ногайців, угорців, німців, молдаван, турків і греків), близькість багатьох етнічних груп означала, що українська кухня була дійсно всеосяжною, навіть дещо однорідною кухнею,

як з точки зору вибору характерних національних інгредієнтів, так і принципів їх приготування Так воно і виявилось [20].

Це значно полегшило поширення відмінних рис усієї української кухні, хоча відмінності між чернігівською та галицькою, полтавською та волинською, буковинською та харківською, подільською та закарпатською кухнями зберігаються й донині. На харчові звички українців значною мірою впливали природно-географічні умови. Вже за часів трипільської культури мешканці регіону знали пшеницю, ячмінь та просо. Скотарство, полювання та рибальство урізноманітнювали меню, але м'ясні страви вважалися святковими ще до початку 19 століття.

Широко вживалося м'ясо овець (баранина, овечий сир і бринза), особливо на Наддніпрянщині та в Карпатах. Продукти полювання, рибальства, бджільництва та збиральництва (гриби, ягоди, яйця диких птахів) були традиційно важливими на Поліссі. Навіть у прилеглих до степу регіонах Наддніпрянщини, півдня (включно із Запоріжжям) та Поділля люди споживали значну частину продуктів мисливства (особливо м'ясо впольованих диких коней), бджільництва та рибальства [11].

Проте з поширенням фільваркової системи та вирубкою лісів з часом частка худоби, дичини та лісових продуктів у раціоні зменшувалася. Вперше це було помітно в Галичині, а з середини 16-го століття, в різній мірі, і на сході. Українська кухня запозичила деякі технічні прийоми з німецької, угорської, татарської та турецької кухонь і вдосконалила їх, частково по-своєму. Наприклад, обсмажування інгредієнтів у киплячій олії, характерне для тюркської кухні, трансформувалося в українську страву «стир-фрай» (обсмажені овочі), що не характерно, наприклад, для російської кухні. Турецька страва діюшвара, як і вареники, трансформувалася в українські вареники, які, в свою чергу, трансформувалися в вареники з типовими національними інгредієнтами, такими як вишні, сир, цибуля та шкварки [20].

Способи подрібнення інгредієнтів, у тому числі м'яса, такі як шинкування та рубання, були запозичені з німецької кухні. Звідси в українській кухні

з'явилися різноманітні м'ясні страви, такі як різноманітні рулети (виванці), фаршировані страви, запіканки, кулеб'яки з фаршем, «щі», тобто фрикадельки та котлети, які через польську та чеську кухню були запозичені з німецької кухні. запозичені з польської та чеської кухні. При цьому рослинна олія, привезена з Греції, яка мала релігійні зв'язки з українськими землями, вважалася ціннішою за коров'яче масло.

Баклажани, з іншого боку, довгий час не визнавалися «басурманами» в українській кухні, незважаючи на їх дозрівання в південному кліматі [20].

11-12 століття гречка була завезена з Азії і використовувалася як борошно і зерновий інгредієнт, тому в українській кухні з'явилися гречані млинці, гречані вареники з часником і смальцем У 18 столітті картопля поширилася по всій Україні, її почали додавати до більшості перших страв. У той же час, особливо на півдні та південному заході, набула поширення кукурудза. Пізніше, у 19 столітті, з'явилися помідори.

Приблизно в той же час в українську кухню були введені інші овочі, такі як зелені баклажани і цукровий буряк, в меню з'явилася солодка бабка, пудинги і каші, а також збільшилася різноманітність напоїв, включаючи солодкі наливки і варенуху. Інгредієнти для української кухні також підбиралися на відміну від інших кухонь. Наприклад, свинину використовували, щоб дошкулити татарам, які віддавали перевагу баранині, і росіянам, які віддавали перевагу яловичині [20].

Таким чином, своєрідність української кухні проявляється, по-перше, у переважному використанні свинини, сала, буряка та борошна; по-друге, у поєднанні та термічній обробці численних компонентів на тлі однієї основної і визначальної страви (типовим прикладом є борщ); по-третє, у використанні олії або вершкового масла для запікання овочів та м'яса. Термічна обробка, або «смаження» українською мовою, супроводжується варінням, відварюванням або запіканням.

Свиняче сало було і залишається найпоширенішим продуктом споживання серед українців, переважно у вигляді смаженої страви (так звані

«шкварки»), а також як основа для різних приправ і жирів у різних стравах. Також багато борошняних виробів, яєць та овочів. Так, яйця використовували як у самостійних стравах, так і як добавку у молода дослідниця Плюта О. П. (солодких) стравах з борошном, борошном і яйцями, а також яєчно-фруктових комбінаціях [20]. Овочі (морква, кабачки, кукурудза, картопля, помідори, редька, огірки) використовували як гарнір до жирних м'ясних страв або як окрему страву зі смальцем. Крім овочів, варили рибні та м'ясні бульйони, які стали основною гарячою стравою під загальною назвою «юха», яка пізніше змінилася на російське слово «уха».

Для української кухні також було характерним використання бобових (горох, стручкова квасоля), садових і дикорослих фруктів та ягід (яблука, вишні, журавлина, малина, ожина), які були популярні не тільки у свіжому вигляді, але й мариновані, сушені, копчені або в'ялені. Спеціями та приправами були переважно цибуля, часник, кріп, кмин, аніс, м'ята, любисток, дудник, духмяний та червоний перець. Основними напоями були медовуха різних видів, пиво, квас і виноградне вино (горілка і різні настоянки з'явилися в 14 столітті).

Таким чином, з усіх слов'янських кухонь українська кухня є найбільш різноманітною і багатою, а багато місцевих страв, в тому числі український борщ і вареники, здавна користуються міжнародною репутацією. Борщ, вареники та багато інших національних страв давно користуються міжнародною репутацією. Сьогодні українську кухню по праву можна назвати сформованою, що увібрала в себе все найкраще з далеких і близьких країн.

Водночас, багате історичне минуле надало українській кухні регіоналізму, а її страви набули національної символіки. Це пов'язано насамперед з тим, що українці усвідомлюють певні страви як своєрідний національний культурний код, вписаний у систему національної історії.

Українська кухня як важлива складова повсякденної культури українців потребує вивчення не лише з точки зору її витоків, але й форм вираження, сутнісних ознак, функцій та ролі в соціокультурі суспільства.

Українська кухня є складним і багатограним явищем, що включає в себе кухні окремих груп, етносів і націй. Українську кухню слід вивчати як явище, що взаємопов'язане з іншими аспектами життя і відображає стосунки, норми та поведінку людей у суспільстві, а також артефакти, що традиційно передаються в цьому суспільстві.

2.3. Організація тематичних заходів та подій у готельно-ресторанному секторі

Організація тематичних заходів та подій у готельно-ресторанному секторі є важливою стратегією для привертання клієнтів та створення неповторної атмосфери. Ці заходи можуть включати тематичні вечірки, кулінарні фестивалі, мистецькі виставки, майстер-класи з кулінарії або мистецтва, а також спеціальні пропозиції та акції, пов'язані з певними темами чи святами.

Важливо ретельно планувати та просувати ці заходи, враховуючи інтереси цільової аудиторії та особливості бренду готелю чи ресторану. Подібні заходи дозволяють підвищити рівень задоволення клієнтів, залучити нових гостей та збільшити конкурентоспроможність підприємства на ринку готельно-ресторанного обслуговування.

Кожен святковий вечір має важливу тему, до якої відповідно готується оформлення залу, розробка меню, сервіровка столів і програма музичних виступів. Ресторани заздалегідь анонсують урочисті та професійні свята, весілля та інші заходи, розміщують оголошення в газетах, на радіо і телебаченні про організацію заходу, способи придбання квитків і вартість урочистої вечірки.

У процесі підготовки складаються схеми розміщення меблів і розробляється меню. Обслуговування тематичних заходів переважно передбачає часткове обслуговування офіціантами. Для розробки меню потрібно те ж саме, що і для банкету з частковим обслуговуванням. Під час продажу запрошень клієнтів знайомлять з меню і планом залу. Запрошення повинно містити назву ресторану, адресу, дату і час проведення заходу, номери столиків і програму вечірки. До запрошення також може додаватися меню.

Особливості обслуговування клієнтів на тематичних заходах у сфері громадського харчування Тематичні заходи можуть проводитися до будь-якого свята з будь-якою назвою. Оформлення залу, сервіровка столів і меню повинні відповідати тематиці.

Новорічний кейтеринг. У цю ніч зал прикрашається з помпезністю і вишуканістю. Встановлюється ялинка, прикрашена іграшками, гірляндами та різнокольоровими ліхтариками, забезпечуються світлові ефекти, організовується продаж сувенірів та квітів. У новорічну ніч відбудеться лотерея та розіграш подарунків. Гостям буде запропонована програма естрадних виступів. Столи будуть забезпечені найкращим посудом і столовими приборами. Столи будуть прикрашені штучними ялинковими гілками, канделябрами зі свічками та квітами у вазах. Новорічна служба розпочнеться об 11 годині вечора 31 грудня і закінчиться між 5 та 6 годинами ранку 1 січня. З огляду на це, створюються меню, які включають різноманітні закуски, одну або дві основні страви, фрукти і гарячі напої.

У меню обов'язково має бути шампанське, мінеральна та фруктова вода. На додаток до страв, напоїв, фруктів і випічки, включених у меню, на замовлення гостей можуть бути подані легкі страви і гарячі порції з додаткового меню. Біля входу в зал гостей зустрічає метрдотель. Після того, як гості розсідаються, починається обслуговування.

Спочатку проводжають «Старий рік» і зустрічають «Новий рік». Після тосту і привітань офіціант подає закуски і гарячі страви; перед подачею другої гарячої страви прибирають використаний посуд і прибори і приводять стіл у належний стан. Потім офіціант готує десерт. Обслуговування завершується чорною кавою або чаєм. Як правило, їжа подається на всі столи одночасно, але можуть бути враховані побажання гостей.

У ресторані є спеціальні зали для проведення весільної вечірки: один - для зустрічі гостей і танців, інший - для банкетних столів. Для весільної вечірки рекомендується передбачити спеціально розроблені обкладинки меню. Процедура замовлення для бенкету така ж, як і для будь-якого іншого заходу.

Крім того - особливості обслуговування з урахуванням національних традицій - виділення місць для подарунків - час подачі гарячих страв і перерв - чи потрібен чайний стіл і т.д.

Підготовка до весільного банкету така ж, як і до банкету за столом з частковим обслуговуванням офіціантами. Один офіціант обслуговує 9-12 гостей. Для весільного банкету характерний свій час: тому рекомендується, щоб меню включало широкий асортимент холодних закусок, фруктів, випічки та одну-дві гарячі страви з розрахунку 0,25-0,5 порції на кожного гостя.

Метрдотель дає вказівки офіціантам і розподіляє завдання. Довжина столу визначається з розрахунку 60-80 см на одного гостя і 1 м на людину для молодят посередині столу, з якого накривають банкетний стіл. Ставлять закусочні тарілки, потім пиріжкові тарілки і столові прилади, далі - келихи, чашки, серветки, приправи і квіти.

Для молодят відводиться місце з живими квітами і пам'ятними подарунками. Тарілки з закусками розставляють в один або два ряди паралельно один одному, під кутом до осі столу. Тарілки з однаковими закусками ставлять повторно в чотирьох-п'яти місцях.

Ікорниці і салатники ставлять поверх пиріжкових і закусочних тарілок. Пляшки з напоями ставлять групами в центрі столу. Всі страви та напої молодяттам подає офіціант у французькому стилі. Приблизно через годину після початку банкету можна зробити перерву на 30-40 хвилин для танців. У цей час офіціанти прибирають банкетні столи, а після перерви подають гарячі страви. Після цього подають весільний торт зі спеціальним пристосуванням, щоб тримати руки нареченої. Банкет закінчується гарячими напоями та солодощами.

Особливості організації харчування учасників конференцій, презентацій та нарад. Учасники конференцій, нарад та презентацій отримують харчування за місцем проведення цих заходів та за місцем проживання учасників. Про дату та час проведення конференцій, зустрічей тощо необхідно завчасно інформувати відділ ресторанного господарства. Тоді ж обговорюється тривалість перебування,

вартість харчування та спосіб оплати. Можуть бути запропоновані комплексні сніданки, обіди та вечері. Обслуговування клієнтів повинно бути оперативним.

Особливості організації харчування туристів у ресторанах готелів
Процедури обслуговування в ресторанах готелів такі ж, як і в звичайних ресторанах. Готелі можуть запропонувати комплексний сніданок або простий обід з вільним вибором. Меню обідів і вечерь для груп іноземних туристів складається за участю гіда-перекладача.

Водночас менеджери виробництва враховують особливості харчування іноземних туристів, тому недоцільно пропонувати такі страви та вироби:

- туристам з Великобританії: ковбаси, ковбасні вироби, рибну юшку, рибу, кетову ікру, зернові гарніри, борошняні страви, борошняні з соусом страви з соусом на борошні;

- туристам з арабських країн: страви зі свинини (мусульманські);

- туристам з Болгарії: молочні супи, окрошка, борщ, страви з круп (крім рису), котлетні страви, житній хліб, стара картопля (з червня до сезону збору врожаю);

- туристам з Угорщини: страви з баранини, котлети, риба та морепродукти морепродукти, ікра, оселедець, шпроти, балик, гречана каша, кисіль, житній хліб;

- туристам з Італії: вершкове масло, свиняче сало та м'ясні рубані страви, житній хліб;

- туристам з Індії: мінеральна вода, яловичина;

- туристам з В'єтнаму, Таїланду та Індонезії: мінеральна вода, житній хліб.

- туристам з Китаю: страви з баранини, молоко, молочні продукти, свіжі солоні рибні продукти (ікра, оселедець), вершкове масло, картопля, мінеральна вода, страви з топленим маслом або маргарином, страви з додаванням лаврового листя;

- туристам з Кореї: молочні продукти та страви з них, риба, делікатеси, ковбаси свіжого копчення, шинка шинка, варені овочі, картопля, житній хліб, кава, какао, мінеральна вода;

- туристам з Куби: страви з баранини, житній хліб, солоні продукти;

- туристам з Монголії: риба, рибні страви, ікра, кава, какао, мінеральна вода, фруктові води, пиво;
- туристи з Польщі: страви з баранини, страви з фаршу, соуси, житній хліб, стара картопля (з червня до збору врожаю);
- туристи з Румунії: страви з баранини, житній хліб, холодець;
- туристи зі скандинавських країн: шведи: макаронні вироби; фіни: сир і сирні вироби, смажена картопля та з Чехії: страви з баранини, рубане м'ясо, гарячі рибні страви, приправлені супи, житній хліб; туристи з Південної Америки (наприклад, Аргентини, Бразилії): страви з майонезом, желе. туристам з Південної Америки (наприклад, Аргентини, Бразилії) - страви з майонезом і сметаною, м'ясні та рибні страви в паніровці;
- туристам з Югославії - відварне м'ясо і риба, житній хліб;
- туристам з Японії – мінеральна вода, всі страви повинні бути без солі.

Обслуговування в номерах платне. Замовлення в номер можна зробити в буфетах на кожному поверсі, в ресторані через метрдотеля (по телефону або особисто) і в диспетчерській. Буфети на поверхах працюють з 7-23 години. Кожен буфет пропонує різноманітні страви та напої. Обслуговування здійснюється за принципом самообслуговування.

Обслуговування в номерах характеризується тим, що гарячі страви та напої доставляються в закритих контейнерах, а холодні закуски, хліб і фрукти накриваються серветками. Для подачі страв використовується візок.

Впровадження тематичних заходів та подій у готельно-ресторанному секторі виявляється ефективною стратегією для залучення клієнтів та створення неповторної атмосфери. Ці заходи, такі як тематичні вечірки, кулінарні фестивалі та мистецькі виставки, дозволяють не лише задовольнити існуючих клієнтів, але й привернути нових гостей.

Крім того, вони сприяють позитивному сприйняттю бренду готелю чи ресторану та підвищують його конкурентоспроможність на ринку. Організація тематичних заходів стає ключовим елементом стратегії маркетингу та

просування, що дозволяє підприємствам успішно відрізнитися від конкурентів та збільшувати свій бізнес.

Організація тематичних програм та святкувань для дітей у готельному середовищі є важливим аспектом створення приємного та запам'ятовуваного відпочинку для всієї родини. Тематичні програми дозволяють створити особливу атмосферу свята та веселощів, яка сприяє розвитку творчих та соціальних навичок у дітей.

Правильно підготовлені та реалізовані заходи можуть стати не лише джерелом задоволення для дітей, але й сприяти позитивному сприйняттю готельного середовища та збільшенню лояльності клієнтів. У цьому контексті важливо розглянути основні аспекти підготовки та реалізації таких програм, зокрема вибір теми, планування активностей, взаємодія з персоналом та участь батьків у заходах.

Підготовка та реалізація тематичних програм та святкувань для дітей у готельному середовищі є складним, але важливим процесом, спрямованим на створення незабутнього відпочинку для маленьких гостей та їхніх сімей. Ці заходи дозволяють підняти настрій, створити особливу атмосферу та забезпечити розваги та розвиток для дітей під час перебування у готелі.

Підготовка таких програм вимагає уважного планування та врахування різноманітних аспектів. Спочатку необхідно вибрати тему події, яка відповідає інтересам та віковим особливостям дітей. Потім слід розробити розклад заходів, включаючи ігри, конкурси, розважальні програми та тематичні активності.

Організаторам таких подій необхідно також взяти до уваги безпеку та комфорт дітей, забезпечуючи відповідний нагляд та враховуючи будь-які особливі потреби або обмеження. Важливо також залучити кваліфікований персонал, який буде готовий забезпечити якісне та професійне обслуговування під час проведення програми.

Успіх таких заходів залежить від творчості, уважності до деталей та здатності адаптуватися до потреб та побажань гостей. Ці тематичні програми

створюють незабутні враження та додають цінності до готельного досвіду для дітей та їхніх сімей.

Підготовка та реалізація тематичних програм та святкувань для дітей у готельному середовищі – це важливий аспект створення незабутнього та цікавого відпочинку для маленьких гостей та їхніх сімей. Відповідно підібрана тема, уважне планування розважальних заходів, безпека та комфорт дітей, а також кваліфікований персонал – ключові складові успішного проведення таких заходів.

Тематичні програми додають цінності до готельного досвіду, надаючи дітям можливість не лише весело провести час, а й отримати нові знання, навички та незабутні враження.

Висновки до розділу 2

У другому розділі було розглянуто практичні аспекти впровадження культурної спадщини у готельно-ресторанну сферу України. Було проаналізовано успішні приклади використання культурної спадщини в готельно-ресторанному бізнесі, які демонструють, що включення національних традицій, архітектурних стилів і кухні сприяє створенню унікальної атмосфери та підвищенню рівня задоволеності клієнтів.

Виявлено, що впровадження культурних елементів потребує комплексного підходу, включаючи навчання персоналу, маркетингові стратегії, спрямовані на просування національної культури, та адаптацію готельно-ресторанних послуг до культурних потреб туристів. Результати дослідження підкреслюють, що ефективна інтеграція культурної спадщини може сприяти зростанню туристичного потоку і збільшенню доходів галузі.

РОЗДІЛ 3 РЕКОМЕНДАЦІЙНІ АСПЕКТИ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

3.1. Оцінка ефективності впровадження культурної спадщини у готельно-ресторанний бізнес

Оцінка ефективності впровадження культурної спадщини у готельно-ресторанний бізнес полягає у вивченні змін у кількості клієнтів, обороту та відгуках гостей. Збільшення кількості клієнтів та обороту може свідчити про успішність ініціатив, а позитивні відгуки гостей підтверджують їхню популярність та ефективність. Також важливо враховувати участь місцевої спільноти у культурних заходах як показник їхнього соціального впливу та значущості для регіонального розвитку.

У процесі використання культурної спадщини в туристичному секторі культурна спадщина не лише передає суспільно важливу інформацію. Використовуючи культурну спадщину як туристичний ресурс, культурна спадщина стає автентичним учасником економічних і соціальних процесів, що відбуваються в суспільстві. Культурна спадщина повинна функціонувати і бути «живою», а не просто записом фактів з минулого. З цієї точки зору цікавим є визначення культурної спадщини культуролога Е.О. Барера.

У широкому сенсі «культурна спадщина» означає «сукупність зв'язків, відносин і результатів матеріального і духовного виробництва минулої історичної епохи». У вужчому розумінні Е.О. Барра визначає культурну спадщину як «сукупність культурних цінностей, успадкованих людством від минулих епох і критично засвоєних, розвинених і використаних у контексті конкретних поточних історичних завдань відповідно до об'єктивних критеріїв суспільного прогресу» [4].

Визначення Е.О. Барра відрізняється від попередніх визначень, оскільки по-іншому підкреслює культурну спадщину як основу суспільного розвитку та її важливе місце в соціально-економічних процесах, особливо в туризмі. Однак, на нашу думку, це визначення також має певні недоліки.

Вимірювання культурної спадщини виключно «об'єктивними критеріями суспільного прогресу» створює ризик надмірно прагматичного підходу до культурної спадщини. Крім того, виникає питання, хто приймає рішення щодо

цих об'єктивних критеріїв. Цей науковець розглядав культурну спадщину в контексті марксистсько-ленінської теорії культури в часи, коли панування певних ідеологій чітко і жорстко визначало роль і місце культурної спадщини в суспільстві. Ті ж культурні цінності, які не визнавалися більшовизмом, виключалися з категорії культурної спадщини, переслідувалися і навіть знищувалися.

Іншими словами, якщо культурна спадщина у своєму розмаїтті та багатстві проявів (або культурна спадщина певного соціального класу, групи чи етносу) жодним чином не відповідає критеріям панівної ідеології та пов'язаного з цією ідеологією суспільного прогресу, вона вважається непотрібною, шкідливою і відштовхується від культурного життя. Вважається непотрібним, шкідливим і витісняється з культурного життя.

Прикладом цього є переслідування комуністами сакральних (релігійних) цінностей українського народу. Це невід'ємна частина культурної спадщини нашого народу та його духовного багатства; натомість радикальні націоналісти заперечують усі культурні цінності радянської доби. Таке відхилення від розуміння місця культурної спадщини в туристично-екскурсійній діяльності перетворює культурну спадщину на засіб поширення панівної ідеології суспільства.

Також беззаперечним є той факт, що помилково ототожнювати всі матеріальні та духовні продукти сучасної культури з культурною спадщиною. Тут важливу роль відіграє історичний відбір, відбір елементів культури, які пройшли випробування часом і не втратили своєї актуальності для сьогодення.

З цього приводу соціолог А.А. Мазенкова пише: «Культурна форма стає культурною спадщиною тільки після того, як вона вкоренилася в культурі і набула традиційних і самобутніх цінностей. Це відбувається завдяки процесу історичного відбору (селекції) культурних форм» [8].

Дуже важливим є твердження Е.О. Барра про те, що культурна спадщина є динамічною системою, яка постійно змінюється. «Культурна спадщина не є константою. Культури будь-якого історичного періоду, в будь-який момент часу

завжди містять і створюють культурну спадщину. Культурні зв'язки і культурні цінності, що створюються сьогодні, виростають на основі розвитку культурної спадщини, яка завтра сама стане невід'ємною частиною культурної спадщини, що передається новим поколінням» [3].

Процес усвідомлення культурної спадщини новими поколіннями - це. Мазенков стверджує, що «це не механічна експлуатація духовних і матеріальних скарбів минулого, а діалектичний процес, коли вони трансформуються новим поколінням, переосмислюються ним і перетворюються на щось нове, збагачене досвідом минулого» [3].

Таким чином, варто зазначити, що в контексті соціально-економічних підходів існує небагато визначень культурної спадщини, які повною мірою відображають її місце в туристичному процесі. Наприклад, історик В.О. Квартарнов, розглядаючи спадщину в контексті туризму, обмежився класифікацією за інтенсивністю туристичних потоків.

3.2. Інноваційні техніки впровадження культурної спадщини у готельно-ресторанний бізнес

Використання інновацій у туризмі має на меті створення нових туристичних продуктів, надання унікальних туристичних послуг та застосування нових методів маркетингу з використанням новітніх технологій та інформаційних методик, тим самим підвищуючи конкурентоспроможність туристичних продуктів на внутрішньому та міжнародному ринках і створюючи нові види туризму призводять до створення нових видів туризму [3, с. 65-69].

Інтеграція культурної спадщини в готельно-ресторанний бізнес може стати ключем до приваблення нових клієнтів та збереження вже існуючої клієнтської бази. Існують різноманітні інноваційні підходи, які можуть бути успішно впроваджені для цієї мети.

Тематичні культурні заходи, такі як вечори з місцевою кухнею або виставки місцевого мистецтва, дозволяють гостям пізнати та насолодитися

культурою місцевого регіону. Крім того, культурні екскурсії та майстер-класи можуть допомогти гостям отримати поглиблене знайомство з культурною спадщиною регіону, а інтерактивні дослідницькі програми дозволять їм самостійно досліджувати цю спадщину.

Залучення місцевих художників та арт-об'єктів для організації культурних виставок та виставок мистецтва також може стати важливим аспектом культурної інтеграції в готельно-ресторанний бізнес. Ці заходи допоможуть створити атмосферу аутентичності та унікальності, що приверне увагу гостей та зробить їх перебування незабутнім.

Інновації в туризмі переважно передбачають такі нововведення: «відновлення та розвиток розумової та фізичної підготовленості туристів; нові якісні зміни в туристичному продукті; більш ефективна туристична інфраструктура; більш ефективне управління, стійке функціонування та розвиток національного туристичного сектору; більш ефективні процеси створення, позиціонування та споживання туристичних послуг; більш ефективне виробництво прогресивні зміни факторів, зміцнення іміджу та конкурентоспроможності туристичних підприємств» [4, с. 44].

Розвиток туризму в Україні безпосередньо залежить від таких секторів економіки: транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та туризм. Туризм вважається одним з ключових секторів у структурній перебудові економіки [11].

Україна має всі умови для розвитку туристичної галузі. А саме: сприятливі кліматичні умови, різноманітний рельєф, комунікаційні мережі та культурна спадщина. Крім того, в Україні все частіше розробляються нові маршрути, покращується готельна інфраструктура, підвищується рівень сервісу та збільшується туристичний потік до туристичних дестинацій.

Успіх туристичної галузі в одній країні та її провал в іншій залежить від наявності привабливих туристичних ресурсів, чистого довкілля, інфраструктури, розваг та рівня обслуговування.

Вчений Й. Шумпетер запропонував класичну класифікацію інновацій і виділив п'ять нових комбінацій виділив:

1) виробництво нових товарів, тобто товарів, ще не відомих споживачам, або створення нових якостей певних товарів;

2) впровадження нових, тобто практично невідомих для даної галузі способів (методів) виробництва;

3) впровадження нових, тобто практично невідомих для даної галузі технологій;

4) впровадження нових, тобто практично невідомих для даної галузі способів (методів) виробництва.

Програми лояльності клієнтів також повинні бути включені в стратегії інноваційного розвитку. Програми лояльності або «програми для частих гостей» вперше з'явилися на початку 1980-х років, коли була запущена програма винагород PriorityClubRewards готельної групи InterContinental. Відтоді всі великі готельні мережі створили власні версії програм лояльності, завжди намагаючись представити своє «рішення» як найвигіднішу пропозицію.

Учасники програми отримують переваги у вигляді бонусів під час перебування в готелі, які вони можуть накопичувати та обмінювати на безкоштовні послуги, в тому числі на проживання в обраному готелі, або на бонус від авіакомпанії-партнера. Окрім бонусів, програма має різні рівні, на яких учасники можуть просуватися. Чим більше візитів вони здійснюють, тим вищий їхній рівень. Кожен рівень надає додаткові переваги, такі як відкриті бронювання, пріоритетна реєстрація та бонусні бали.

На основі інформації про своїх клієнтів готелі створюють базу даних, яку використовують для ефективного впровадження маркетингових інструментів. Таким чином, програми лояльності мають важливе значення для підтримки конкурентоспроможності та розвитку бізнесу і, як і інші маркетингові інструменти, потребують постійного моніторингу та оцінки їх ефективності. В останні роки особлива увага в маркетингових інноваціях приділяється програмам, орієнтованим на клієнта.

Важливим елементом розвитку клієнтоорієнтованості є також встановлення правил і кодексів поведінки для персоналу, який працює з клієнтами, кодексів прав клієнтів і систем моніторингу дотримання цих правил. Не менш важливо організувати комунікацію з клієнтами, включаючи використання інтернет-сервісів, встановлення віддалених терміналів та регулярні зустрічі керівництва з ключовими клієнтами [10].

Регулярне навчання персоналу, моніторинг якості обслуговування клієнтів та оцінка задоволеності клієнтів наданими послугами також необхідні для підтримки вже досягнутого рівня задоволеності клієнтів та нарощування потенціалу розвитку підприємств цього сектору. На думку О. Юрченко, новими тенденціями у розвитку сектору розміщення є глобальне Будівництво досить незвичайних і розкішних готелів у різних куточках світу.

Такі готелі розташовуються в примітних місцях та умовах [6]:

- у колишніх замках, абатствах та соборах,
- у бочках на кшталт апартаментів Діогена (Німеччина, Нідерланди),
- у бункерах,
- у колишніх в'язницях,
- на музейних дахах музеїв (Франція),
- у снігових хатинках (хатинки з хвої та повністю зроблені з льоду),
- у хатинках з індіанських перук (США, Канада, Болівія, Венесуела, Коста-Ріка);
- у печерах, печерах на деревах, будинках на деревах, під водою, будинках з кам'яної солі (Болівія);
- туалети (Південна Корея);
- шхуни, вмержлі в арктичні льоди (Норвегія);
- гелікоптери (Швеція, США),
- поїзди.

Інноваційні технології надання готельних послуг у поєднанні з маркетинговими інструментами налагодження комунікації з цільовими

реципієнтами здатні за лічені місяці збільшити кількість відвідувачів і прями продажі з готельного комплексу [9].

Інновації в готельному господарстві є важливою умовою адаптації компаній до мінливих умов зовнішнього середовища шляхом впровадження технологічних трендів і продуктів, спрямованих на задоволення потреб конкретних груп споживачів і забезпечення економічної, соціальної та екологічної ефективності.

Основними напрямками інновацій у готельному бізнесі є:

- Використання енергозберігаючих та екологічно чистих матеріалів і технологій при будівництві, реконструкції та облаштуванні готельних об'єктів
- Удосконалення систем управління на основі організаційної реформи та впровадження діджиталізації бізнес-процесів
- Розробка нових продуктів та послуг, їх диверсифікація та мобільність.

Таким чином, специфіка інноваційного розвитку готельних підприємств полягає у виборі комбінації впроваджуваних інновацій, що в сукупності дозволяє їм сформуванню власну концепцію інноваційного розвитку. Як показало дослідження, інновації в індустрії гостинності можна класифікувати наступним чином:

- 1) за функціональною сферою впровадження: організаційні, технологічні, маркетингові, дизайнерські;
- 2) за конкретними способами задоволення потреб споживачів: продуктові, процесні, інформаційні;
- 3) за очікуваними ефектами: екологічні, соціальні та економічні.

Ефективність обраного інноваційного підходу до розвитку готелю залежить від застосування ефективної системи управління інноваціями.

Інноваційний менеджмент у готельних підприємствах – це невід'ємна частина стратегічного управління розвитком, спрямована на дослідження і сприйняття ринку та прийняття рішень щодо впровадження інновацій, які забезпечують високу конкурентоспроможність готелю, підвищують якість обслуговування, знижують витрати та організують реалізацію цих інновацій.

Процес створення бізнес-стратегії готельного бізнесу базується на ретельному вивченні всіх аспектів можливого розвитку подій і виборі загального напрямку, методів конкуренції та бізнес-моделей. 3. інструменти диференціації - визначення особливостей, які є важливими для гостей готелю і виділяють готельні послуги серед конкурентів.

Іншими словами, переваги послуги допомагають залучити більше клієнтів. Цей інноваційний інструмент розвитку захищає готельні компанії від конкурентних стратегій.

Інструменти аутсорсингу - важливий механізм розвитку, який передає непрофільні корпоративні функції та всю пов'язану з ними управлінську діяльність спеціалізованим підрядникам (аутсорсерам). Готелі починають використовувати переважно ІТ-аутсорсинг (веб-хостинг, надання різних інтернет-послуг, дизайн веб-сайтів, розробка, впровадження та підтримка ІТ-систем).

Інструментами стратегічного розвитку в маркетингу готельного бізнесу є формування цілей для кожного окремого готельного продукту і для кожного окремого ринку на певний період часу, їх реалізація та вирішення проблем готельного бізнесу. 6. Інструментами бенчмаркінгу в готельному бізнесі є конкурентні продукти, витрати на їх виробництво і технологія, характеристики, економічні та фінансові показники, економічні та фінансові показники, взаємовідносини з клієнтами та постачальниками. Все це необхідно для того, щоб знайти найбільш вигідний продукт для бізнесу. Бенчмаркінг вивчає кращі практики прямих конкурентів, а також представників інших галузей [9].

Отже, однією з ключових умов ефективного розвитку готельно-ресторанного бізнесу в країні є впровадження та використання інновацій. Під інноваціями в готельному господарстві розуміють створення нових видів послуг для більш повного задоволення потреб клієнтів готельно-ресторанних комплексів. Цього можна досягти за допомогою інновацій як у виробництві (удосконалення матеріально-технічної бази), так і в обслуговуванні (надання послуг).

Інновації стають ключовим стратегічним фактором розвитку готелів. Компанії, які не використовують свій інноваційний потенціал ефективно, з часом поступаються місцем більш проактивним та інноваційним організаціям. Останні, впроваджуючи інновації, створюють можливості для зниження виробничих витрат, отримання додаткового прибутку, посилення конкурентних переваг та отримання можливостей для утримання або збільшення частки ринку.

Вагомих результатів у конкурентній боротьбі можна досягти завдяки тому, що готельні підприємства впроваджують ефективну політику інноваційного розвитку, що означає розширення асортименту послуг, підвищення якості обслуговування, використання високоінноваційних технологій та застосування новітніх готельних сервісів.

Впровадження культурної спадщини в готельно-ресторанний бізнес може стати важливим чинником для залучення нових клієнтів, збереження існуючої клієнтської бази та створення неповторної атмосфери. Інноваційні техніки, що включають тематичні культурні заходи, екскурсії, майстер-класи та культурні виставки, дозволяють гостям глибше відчувати місцеву культурну спадщину та збагатити свій досвід перебування.

Важливою перевагою впровадження культурної спадщини є можливість створення унікальної та запам'ятовуваної атмосфери, яка дозволить готелям та ресторанам виділитися на фоні конкурентів та стати привабливішими для туристів. Такий підхід також сприяє збереженню та популяризації культурної спадщини регіону, сприяючи його розвитку та підвищенню престижу як туристичного напрямку.

У підсумку, інтеграція культурної спадщини в готельно-ресторанний бізнес є вигідним та перспективним напрямком, який сприяє не лише комерційному успіху, а й збагаченню культурного життя регіону та покращенню якості обслуговування для клієнтів.

3.3. Рекомендації щодо подальшого розвитку та використання культурної спадщини

Культурна спадщина становить основу для розуміння та цінування історії, традицій та цінностей суспільства. Вона втілює в собі багатство культурного досвіду, що спадкується від попередніх поколінь і передається наступним. Кожен аспект культурної спадщини – чи то мистецтво, архітектура, музика, танець чи історія має своє власне значення та вклад у формування ідентичності та розвиток суспільства.

Розкриття та використання культурної спадщини вимагає вдосконалення підходів та стратегій, спрямованих на збереження, просування та відтворення цінних аспектів культурного надбання, а саме:

- Розробку та створення програм, які залучають громадськість до активного дослідження та вивчення культурної спадщини. Це може включати в себе екскурсії, майстер-класи, віртуальні тури та інші форми взаємодії з культурою.
- Надання фінансової та технічної підтримки для збереження та відновлення культурних об'єктів, пам'яток та артефактів, які становлять важливу частину спадщини.
- Створення та просування туристичних маршрутів, які засновані на культурній спадщині, з метою стимулювання економічного розвитку та збільшення туристичного потенціалу регіонів.
- Сприяння взаєморозумінню та взаємодії між різними культурами шляхом організації культурних обмінів, фестивалів, виставок та інших подій.
- Застосування віртуальної реальності, розширеної реальності та інших технологій для відтворення та вивчення культурної спадщини.
- Розробка та впровадження строгих законів та політик, спрямованих на захист культурної спадщини від незаконної торгівлі та руйнування.
- Розвиток освітніх програм та ініціатив, які спрямовані на виховання у молоді зацікавленості та поваги до власної культурної спадщини.

Отже, культурна спадщина відіграє надзвичайно важливу роль у суспільному та культурному житті. Вона не лише зберігає історію та традиції

минулих поколінь, але й впливає на сучасність, надаючи важливі точки опори для розвитку та самоідентифікації.

Незважаючи на величезне значення, культурна спадщина часто знаходиться під загрозою через неправильне використання, знос та навіть знищення. Тому важливо вживати заходи для її збереження, вивчення та популяризації.

Подальший розвиток та використання культурної спадщини в готелях може забезпечити унікальний та запам'ятовуваний досвід для гостей. Це може бути досягнуто шляхом створення тематичних готелів, використання місцевих матеріалів у дизайні, організації культурних заходів та співпраці з місцевими артистами та ремісниками. Такий підхід сприяє не лише привабливості готелів, а й підтримці місцевої культури та розвитку туризму. Рекомендації, наведені у дослідженні, включають в себе розвиток освітніх програм, створення інтерактивних туристичних маршрутів, підтримку культурних заходів та захист законом культурних об'єктів.

Збереження та використання культурної спадщини має величезне значення для підтримки культурного різноманіття, створення єдності у суспільстві та сприяння розвитку туризму. Це завдання, яке вимагає спільних зусиль та постійного вдосконалення стратегій для забезпечення збереження нашої культурної спадщини для майбутніх поколінь.

Розробка туру на тему: «Культурна спадщина як основа розвитку готельно-ресторанної сфери України».

Україна має багатий культурний спадок, що є привабливим для туристів з усього світу. Цей тур спрямований на те, щоб показати історичні та культурні багатства України, підкресливши розвиток готельно-ресторанної сфери, яка зберігає та популяризує культурну спадщину.

Цілі туру:

1. Ознайомити туристів з найвідомішими культурними пам'ятками України.

2. Показати розвиток готельно-ресторанної сфери на прикладі найкращих закладів країни.

3. Популяризувати національну кухню та традиції гостинності.

Програма туру

День	Місце	Основні атракції	Готельно-ресторанна інфраструктура
1	Київ	Екскурсія по Хрещатику, відвідування Софійського собору, Києво-Печерської лаври	Готель «HyattRegencyKyiv», Ресторан «KANAPA»
2	Київ	Андріївський узвіз, Музей Булгакова, Національний музей історії України	Готель «FairmontGrandHotelKyiv», Ресторан «Первак»
3	Львів	Площа Ринок, Латинський кафедральний собор, Вірменський квартал	Готель «Leopolis», Ресторан «Криївка»
4	Львів	Високий Замок, Личаківський цвинтар, Аптека-музей	Готель «GrandHotelLviv», Ресторан «Baczewski»
5	Одеса	Оперний театр, Приморський бульвар, Потьомкінські сходи	Готель «BristolHotel», Ресторан «Dacha»
6	Одеса	Одеський національний академічний театр опери та балету, Аркадія, Катакомби	Готель «HoteldeParis», Ресторан «Bernardazzi»

7	Кам'янець-Подільський	Кам'янець-Подільська фортеця, Старе місто, Ратуша	Готель «7 Днів», Ресторан «Hetman»
8	Чернівці	Чернівецький університет, Кафедральний собор Святого Духа, Площа Філармонії	Готель «AllureInn», Ресторан «PanskaGuralnya»

Опис основних атракцій

1. Київ:

- Софійський собор – Пам'ятка архітектури XI століття, внесена до списку світової спадщини ЮНЕСКО.
- Києво-Печерська лавра – Один з найдавніших православних монастирів України.
- Андріївський узвіз – Історична вулиця з численними галереями, музеями та сувенірними крамницями.

2. Львів:

- Площа Ринок– Центральна площа міста, оточена історичними будівлями різних епох.
- Латинський кафедральний собор– Головний католицький храм Львова, збудований у XIV столітті.
- Вірменський квартал– Старовинний район з унікальною архітектурою та культурою.

3. Одеса:

- Потьомкінські сходи– Відомі сходи, які ведуть від Приморського бульвару до гавані.
- Аркадія– Популярний пляжний район з численними розважальними закладами.
- Катакомби– Підземні лабіринти, які використовувалися як сховища та таємні переходи.

4. Кам'янець-Подільський:

- Кам'янець-Подільська фортеця– Середньовічна фортеця, одна з найвизначніших в Україні.

- Старе місто – Історичний центр з численними архітектурними пам'ятками.

5. Чернівці:

- Чернівецький університет – Архітектурна перлина, внесена до списку світової спадщини ЮНЕСКО.

- Кафедральний собор Святого Духа – Величний православний храм у центрі міста.

Готельно-ресторанна інфраструктура

1. Київ:

- HyattRegencyKyiv – П'ятизірковий готель у самому серці міста.

- Ресторан «KANAPA»– Ресторан української кухні, відомий своїми інноваційними стравами.

2. Львів:

- Leopolis– Готель класу «люкс», розташований у центрі міста.

- Ресторан «Криївка» – Традиційний ресторан у стилі повстанських укриттів.

3. Одеса:

- BristolHotel– Історичний готель, що поєднує елегантність та сучасний комфорт.

- Ресторан «Dacha»– Відомий ресторан з атмосферою дачного будинку.

4. Кам'янець-Подільський:

- Готель «7 Днів»– Сучасний готель у центрі міста.

- Ресторан «Hetman»– Ресторан з традиційною українською кухнею.

5. Чернівці:

- AllureInn– Готель високого класу в історичному центрі міста.

- Ресторан «PanskaGuralnya»– Ресторан з унікальною атмосферою та національними стравами.

Тур «Культурна спадщина як основа розвитку готельно-ресторанної сфери України» пропонує унікальну можливість зануритися в багату культурну спадщину країни, одночасно насолоджуючись високим рівнем сервісу у провідних готелях та ресторанах. Це сприятиме не лише розвитку туризму, але й популяризації української культури та кухні на міжнародній арені.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі було запропоновано рекомендації щодо подальшого розвитку готельно-ресторанної сфери України на основі використання культурної спадщини. Рекомендації включають необхідність розробки державних програм, спрямованих на підтримку та популяризацію національної культурної спадщини, стимулювання інвестицій у реставрацію історичних об'єктів, та створення нових туристичних маршрутів, що включають культурні пам'ятки.

Крім того, рекомендується впровадження інноваційних технологій для збереження та популяризації культурної спадщини, а також активне залучення місцевих громад до процесів розвитку туризму. Виконання цих рекомендацій сприятиме підвищенню конкурентоспроможності готельно-ресторанної сфери України та забезпечить стійкий розвиток туризму на основі збереження і популяризації національної культурної спадщини.

ВИСНОВКИ

Культурна спадщина України виступає ключовим фактором у розвитку готельно-ресторанної сфери, що відображається у створенні унікального та запам'ятовуваного досвіду для туристів та місцевих жителів. Інтеграція культурних елементів у готельний та ресторанный бізнес сприяє не лише підвищенню привабливості закладів, але й збереженню та популяризації української культурної спадщини. Цей підхід відкриває нові можливості для розвитку туризму, залучення інвестицій та підтримки місцевих виробників та артистів. Зосереджуючись на збереженні та використанні культурної спадщини, готельно-ресторанна сфера може стати справжнім мотором розвитку туристичного потенціалу України, що сприятиме економічному зростанню та підвищенню престижу країни як світового туристичного напрямку.

Підсумовуючи вивчення теоретичних аспектів культурної спадщини України у готельно-ресторанній сфері, можемо зробити висновок про важливість її інтеграції у діяльність готелів та ресторанів.

Культурна спадщина стає не лише основою для створення унікального та запам'ятовуваного досвіду для гостей, але й ключовим елементом у збереженні та популяризації національної ідентичності та культурного надбання України. Інтеграція елементів національної культури у готельно-ресторанный бізнес сприяє розвитку туризму, залученню інвестицій та підтримці місцевих виробників і митців.

Такий підхід сприяє створенню привабливого та конкурентоспроможного туристичного продукту, що сприяє розвитку економіки країни та підвищенню її міжнародного престижу.

Як специфічна галузь промисловість громадського харчування включає підприємства різних форм власності, які об'єднані за характером переробленої сировини і продуктів, організацією виробництва і формами обслуговування населення, послуг, що надаються. Індустрія громадського харчування, як основна частина індустрії гостинності, має як потужні підприємства з виробництва всіх видів їжі, так і невеликі приватні підприємства: ресторани, кафе, бари.

Сьогодні ресторанне обслуговування базується на використанні сучасного рівня організації виробництва, швидкому та якісному обслуговуванні, а також пропонуванні гостям різноманітних страв та напоїв. Підприємства громадського харчування обслуговують досить різноманітні групи туристів, як організованих, так і індивідуальних, вітчизняних та іноземних. Кожен тип споживачів потребує особливого підходу та навичок обслуговування.

Практичні аспекти впровадження культурної спадщини у готельно-ресторанну сферу є ключовими для створення унікального та запам'ятовуваного досвіду для клієнтів. Інтеграція елементів культури, традицій та національної спадщини дозволяє готелям та ресторанам відзначитися серед конкурентів, створити аутентичну атмосферу та підвищити рівень задоволення гостей. Пропозиція місцевих страв, організація культурних заходів, співпраця з місцевими артистами та ремісниками – це лише деякі з ефективних практичних методик, які дозволяють готелям та ресторанам успішно впроваджувати культурну спадщину.

Практична реалізація цих заходів сприяє не лише збільшенню числа клієнтів та підвищенню прибутковості бізнесу, але й зміцнює зв'язки з місцевою спільнотою, підтримує місцевих виробників та сприяє збереженню культурної ідентичності регіону. Такий підхід виявляється важливим кроком у розвитку готельно-ресторанного бізнесу, спрямованим на досягнення сталого успіху та створення цінності для всіх зацікавлених сторін.

Засновуючись на аналізі та розгляді рекомендаційних аспектів впровадження культурної спадщини у готельно-ресторанну сферу України, можемо підкреслити важливість цього напрямку для розвитку туризму та підвищення привабливості країни для вітчизняних та іноземних туристів. Рекомендації, спрямовані на інтеграцію елементів національної культури у діяльність готелів та ресторанів, включають організацію тематичних заходів, пропозицію місцевих страв та ініціативи зі співпраці з місцевими артистами та ремісниками.

Впровадження цих заходів дозволить підвищити рівень задоволення клієнтів, залучити нових гостей та сприяти розвитку місцевої економіки та культурної спадщини. Ці рекомендації є важливим кроком у зміцненні позицій готельно-ресторанної сфери України як привабливого туристичного напрямку, який відзначається аутентичністю, гостинністю та багатством культурних традицій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ангеловська О. С. Культурні цінності, вивезення яких заборонено. Місце юридичних наук у формуванні правової культури сучасної людини: матеріали міжнар. наук.–практ. конфер. (25–26 грудня 2020 р.) / Запорізька міська громадська організація “Істина”. Запоріжжя, 2020. С. 39–42.
2. Артюх Л. З історії народної кухні. Великий піст. Молочні страви. Неопалима купина. 1995. № 1–2. С. 3–5.
3. Артюх Л. З історії народної кухні. Картопля. Неопалима купина. 1995. № 5–6. С. 18–21.
4. Балацька Н. Ю. Концепти взаємозалежності розвитку підприємств ресторанного бізнесу та суспільства. The 4th International scientific and practical conference “Scientific achievements of modern society” (December 4-6, 2019) Cognum Publishing House, Liverpool, United Kingdom. 2019. P. 1068- 1072.
5. Бейдик, О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: монографія. Київ: Вид.-поліграф. центр “Київський університет”, 2001. 395 с.
6. Борис Л. М. Динаміка тематичної групи лексики їжі та напоїв у буковинських говірках : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01. Чернівці, 2015. 330 с.
7. Борисенко В., Борисенко М. Нематеріальна культурна спадщина українців (регіональний аналіз прояву). Український географічний журнал. 2022. № 2. С. 73–81.
8. Борисенко М. Побут міських мешканців України в 30-х роках ХХ століття. Етнічна історія народів Європи. 2008. Вип. 24. С. 12–18.
9. Васильців Т. Г., Мульська О. П., Зайченко В. В. Розвиток трансферу інновацій і ринку інтелектуальної власності: проблеми та перспективи для підприємництва в Україні. Підприємництво і торгівля. 2022. №34. С. 11-19.
10. Васильців Т., Зайченко В., Лупак Р. Стратегічно-тактичні засади планування зміцнення конкурентоспроможності підприємства готельно-

- ресторанної справи. DEVELOPMENT SERVICE INDUSTRY MANAGEMENT, 2023 (1), С. 13-19. [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1\(2\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1(2))
11. Вечерський В. В. Спадщина містобудування України: Теорія і практика історико-містобудівних пам'яткоохоронних досліджень населених місць: монографія. Київ: ЦСПТАМ, 2003. 560 с.
 12. Використання інноваційних технологій в галузі туризму : монографія. Запоріжжя : Дике Поле, 2015. 143 с.
 13. Вкрадене з України під час війни. Як повернути вивезені до Росії культурні цінності? URL :<http://www.nrcu.gov.ua/news.html?newsID=100171> (дата звернення 30.03.2024).
 14. Волкова А. В. Науково-етнографічне дослідження особливостей технології страв української національної кухні. URL :<http://journals.uran.ua/pathofscience/article/view/72984>.
 15. Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація готельного господарства: навчально-практичний посібник. К.: ФОП Гуляєва В. М., 2019. 204 с
 16. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник. 5-е вид. доп. Київ : Лібра, 2014. 720 с.
 17. Гоблик-Маркович Н.М. Напрями формування сучасної маркетингової стратегії розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Перспективи розвитку готельно-ресторанної індустрії України: теорія, практика, інновації розвитку : тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції. Мукачево : РВВ МДУ, 2018. 113 с.
 18. Голуб Є. П. Маркетингові дослідження в готельному бізнесі: теорія, методологія і практика. Х.: ФОП Андріяш, 2020. 110 с.
 19. Гончар Л. О., Єфіменко І. О. Особливості використання сучасних методів управління змінами у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Ефективна економіка. 2020. № 10. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6214>

20. Горбач Л. М., Кобук А. Л. Інноваційний розвиток у сучасному світі: основні підходи до вивчення. URL : http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/10_gorbach.htm
21. Горбик В. О., Денисенко Г. Г. Проблеми дослідження і збереження пам'яток історії та культури в Україні. Український історичний журнал. 2004. Вип. 2. С. 133–144.
22. Давидюк Ю. В., Шокот К. М. Стратегічні підходи до підвищення конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Економіка та управління підприємствами. 2021. Вип. 7. С. 266-272.
23. Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. Київ, 2015. № 7(172). С. 65-69.
24. Дерев'янченко Т. Є. Маркетинговий аудит: навч.-метод. посіб. для самоств. вивч. дисципліни. К. : КНЕУ, 2007. 222 с.
25. Дмитрук І. Ф. Гуцульщина в етнографічних дослідженнях кінця ХІХ – початку ХХІ ст. : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. істор. наук : 07.00.05. Івано-Франківськ, 2009. 24 с.
26. Домінська О. Я. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2022. Вип. 52. С. 39-41: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2022_52_8/
27. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів http://www.dnaop.com/html/29982/doc-ДСТУ_4269_2003.
28. Дудяк Р. П., Липчук В. В. Маркетинг: навч. посібник. К.: НВФ, 2018. 230с.
29. Жовнірова М. В. Їжа і харчування як елемент традиційно-побутової культури українців. Матеріали Всеукр. наук.-теорет. конф. «Українська культура ХХІ століття: стан, проблеми, тенденції». Київ : КНУКіМ, 2011 С. 36–38.

- 30.Завідна Л. Д. Аналіз, проблеми та перспективи розвитку готельного господарства в Україні. Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. 2021. Т. 20. Вип. 3. С. 91-95.
- 31.Зайченко В. В. Завдання та заходи щодо вдосконалення інституціонального забезпечення технологічної конкурентоспроможності економіки України. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України, 2020. С. 3-9.
- 32.Зайченко В. В. Інструменти державної політики активізації трансферу технологій та розвитку ринку інтелектуальної власності в Україні. Підприємництво і торгівля, 2020. №1. С. 31-36.
33. Історія української культури : у 5 т. / голов. ред. Б. Є. Патон ; НАН України. Київ : Наук. думка, 2001. Т. 2 : Українська культура XIII – першої половини XVII століть: <http://litopys.org.ua/istkult2/ikult2.htm>.
34. Історія української культури : у 5 т. / голов. ред. Б. Є. Патон ; НАН України. Київ : Наук. думка. 2008. Т. 4, кн. 1 : Українська культура першої половини XIX століття; голов. ред. Г. А. Скрипник [та ін.]. 1008 с.
- 35.Китаєва Л. В. Макроекономічні аспекти розвитку індустрії гостинності. Вісник експертної ради. 2017. № 9. С. 85–98.
- 36.Ковальчук С.В. Сучасні тренди маркетингу гостинності. Вісник Хмельницького національного університету. 2022: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/6725/1/7.pdf>
- 37.Ковешніков В. С. Організація готельно–ресторанної справи: навчальний посібник. К.: Кондор, 2020. 752 с.
- 38.Концепція популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/739-2016-%D1%80#Text>
- 39.Коцюба Л. К. Основныенаправленияинновационногоразвитиягостиничнойиндустрии URL: http://tourlib.net/statti_tourism/kocuba.htm
40. Кравець О. М. Сімейний побут і звичаї українського народу: істор.-етногр. нарис. Київ : Наук. думка, 1966. 136 с.

41. Краус К. М. Управління маркетингом малого торговельного бізнесу: концепції, організація, доміанти розвитку: монографія. Полтава : Дивосвіт, 2022. 163 с.
42. Круль Г. Я. Основи готельної справи: навч посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2022 367 с.
43. Кувеньова О. Ф. Громадський побут українського селянства. Київ : Наук. думка, 1966. 135 с.
44. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми: монографія. К.: КНЕУ, 2012. 245 с.
45. Кудінова І. П. Нематеріальна культурна спадщина України. Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації міжнар. наук.-практ. конф.-фестиваль (19–20 травня 2022 р.) / М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, Київ. ун-т культури, ф-т гот.-ресторан. і турист. бізнесу. Київ, 2022. С. 36–38.
46. Курило Т. В. Становлення і розвиток законодавства про охорону культурної спадщини в Україні: історико-правове дослідження: автореф. дис. канд. юрид. наук: 12.00.01. Київ, 2003. 18 с.
47. Мальська М. П. Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 472 с
48. Матеріальна та нематеріальна культурна спадщина. 2020. <https://viaregia.org.ua/materialna-ta-nematerialna-kulturna-spadshhyna/>. (дата звернення: 30.03.2024).
49. Методологічні аспекти формування стандартів в ресторанному обслуговуванні: кол. монографія / О.Г.Терешкін, Т.М. Брикова, та ін. Х.: Видавництво Іванченка І.С., 2018. 145 с.
50. Ми однієї сміливості. URL: <https://brave.ua>.
51. На BBC GlobalNews стартує спеціальний розділ про Україну. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3309789-na-bbc-global-news-startuespecialnij-rozdil-pro-ukrainu.html>

52. На комунікаційних платформах BBC стартує промокампанія України. URL: <https://mmr.ua/show/na-komunikacijnih-platformah-bbc-startuye>
53. Нематеріальна культурна спадщина України. Вип. 3. / ред В. Вовк, Т. Сопова. Київ: Держ. б-ка України для юнацтва. 2023. 54 с.
54. Нематеріальна культурна спадщина України: вип. 2. / ред. В. Кучерява, К. Тишкевич: Київ: Держ. бка України для юнацтва, 2021. 65 с.
55. Осієвська Ю. С. Культурна спадщина як драйвер соціокультурного розвитку на сучасному етапі: ефективність регіональної моделі. Культура і сучасність. 2022. № 1. С. 99–105.
56. Основні принципи роботи з брендом. URL: https://undiasd.archives.gov.ua/doc/UkraineNOW_brandbook.pdf
57. Офіційний сайт Ukraine UNESCO. <https://whc.unesco.org/en/statesparties/ua>. (дата звернення: 30.03.2024).
58. Паньків Н.Є. Вплив закладів туристичної інфраструктури на навколишнє середовище та розвиток екоготелів як інноваційної концепції гостинності. Науковий вісник НЛТУ України. 2017. Вип. 27(3). С. 108–112.
59. Плецан Х. Збереження і трансляція культурної спадщини української нації: регіональний підхід. Культурно-історична спадщина України: перспективи дослідження та традиції збереження (7–8 жовт. 2021 р.): матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф., Черкаси – Канів, ЧДТУ. Черкаси, 2021. С. 117–121.
60. Поливач К. А. Культурна спадщина та її вплив на розвиток регіонів України. Київ: Інститут географії НАН України, 2012. 208 с.
61. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15Text>. (дата звернення: 30.03.2024).
62. Рутинський М. Й. Україна на ринку міжнародного туризму: глобальні тренди та національні виклики. Сучасні проблеми розвитку туризму в Україні: міжнар. наук.-практ. конф. (16 травня 2019 р.). Львів: ГАЛИЧ-ПРЕС, 2019. С. 10–25.

- 63.Ткаченко Т. І. Туристські дестинації (теорія управління, бренд): монографія. Київ: Національний торговельно-економічний університет, 2018. 347 с.
64. Туристичні потоки в Україні за 2015-2020 роки. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : <http://kh.ukrstat.gov.ua/turystychni-potoky-2000-2011r>(дата звернення: 30.03.2024).
- 65.Україна. 30 років незалежності: стислий довідник. ред. А. М. Киридон. Київ: Енциклопедичне видавництво, 2021. 536 с.
66. Чорна Н. Культурна спадщина України: проблеми вивчення, збереження та використання: зб. наук. праць. 2021. Вип. 36. С. 67–74 <https://doi.org/10.31652/2411-2143-2021-36-67-74>. (дата звернення: 30.03.2024).
67. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». 2014. Вип. 34. С. 292–301.