

і аудиторією заходу. Як тільки цілі стануть ясними, стануть зрозумілі й потреби. Це дозволить визначити ідеальну кількість необхідного персоналу. Зайвим не буде визначити вік, стать, культурне вподобання та досвід гостей заходу. Досвід у сфері організації івентів грає вирішальну роль. Персонал з організації заходів, який має досвід роботи в певній галузі, розуміє смаки, очікування і цінності конкретної аудиторії. Завжди потрібно вибирати людей, які раніше працювали у цій галузі, тому що вони краще розуміють ринок.

Важливо при формуванні складу персоналу передчасно ознайомитися з майбутніми кандидатами у мережі Інтернет. Проаналізувати відгуки та зробити певний висновок про роботу з фото, активності на сторінці. Крім знайомства в Інтернеті, потрібно мати контакт з людиною у реальному житті, щоб зрозуміти особистість майбутнього члена команди. Один з найпростіших способів знайти персонал для заходу – це рекомендації. Колеги в галузі івент можуть стати джерелом інформації. Особливо доречним буде, якщо персонал для проведення заходів вже наймався.

У разі великого відбору доцільно зробити список певних запитань для претендентів. Контрольний список допоможе кожному дотримуватися сценарію під час співбесіди, і він буде корисний при порівнянні заміток пізніше. Питання повинні визначати, чи підходять кандидати для організації заходу.

Важливо, щоб між персоналом була взаємодія, розуміння та можливість роботи в команді. Адже це вже є запорукою надійності організації івент-заходу.

## **ФЕСТИВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ РЕСУРС ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ІМІДЖУ КРАЇНИ**

**Будник П.А., гр. ТУР 2018-3**

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.М. Радіонова**  
Харківський національний університет міського господарства  
ім. О.М. Бекетова

Туристичний імідж країни набуває особливого значення. Він постає як ключова ланка національного бренду будь-якої країни й слугує загальною конкурентоспроможності держави на міжнародній арені. У культурному просторі сучасної України фестивалі у різних формах та масштабах стають все більш поширеними. Фестивалі відіграють велику

роль у поширенні іміджу України у всьому світі. Ресурси, що використовуються на фестивалях, заохочують велику кількість туристів, мотивацією подорожей яких є культурне життя території, унікальне явище природи.

На сьогодні в Україні популярними вважаються такі фестивалі:

– Етнічні фестивалі, що включають програму етнічної музики, а також різноманітні ігри, майстер-класи, читання, ярмарки. Найбільш відомими українськими етнічними фестивалями є «Трипільське коло» (Київська обл.), «Країна мрій» (м. Київ), «Шешори» (Івано-Франківська обл.), «Етновир» (Львівська обл.).

– Гастрономічні фестивалі мають у своїй програмі підготовку та дегустацію національних страв. За кількістю кулінарних свят лідирує західна частина України, де майже щомісяця проводяться гастрономічні фестивалі окремих страв. Крім того, гостей запрошують на кілька курсів кулінарії. Найбільш відомі українські гастро-фестивалі – «Гуцульська бринза» (м. Рахів), «Сонячний напій» (м. Ужгород), Міжнародний фестиваль дерунів (Житомирська обл.), «Борщ ів» (м. Тернопіль).

– Фестивалі історичної реконструкції присвячені святам або святкуванню ювілеїв важливих історичних подій, що відбуваються там, де відбулася певна подія. Ці фестивалі приваблюють не лише іноземних туристів, а й учасників з багатьох країн. Найвідоміші фестивалі-реконструкції в Україні – це «Битва націй» (м. Хотин), «Меч Луцького замку» (Волинська обл.), «Тустань» (Лівська обл.), «Стародавній Меджибіж» та «Терра героїка» на Хмельниччині.

Запропоновані вище центри фестивального туризму є дуже перспективними. Кожен із них має свої унікальні характеристики, цікаві для вітчизняної та міжнародної аудиторії. Фестивалі є хорошим ресурсом для просування історичної та культурної ознаки України, та ефективним ресурсом для формування іміджу країни.

## НОВІ ПРОПОЗИЦІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

**Бутенко О.Г., гр. ГРСз-39м**

Науковий керівник – д-р техн. наук, проф. **О.Г. Терешкін**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Необхідність адаптації готелів до мінливих реалій очевидна. Представники індустрії гостинності в умовах безпрецедентної в історії кризи подорожей шукають нові форми генерування доходу. І готові на