

**Міністерство освіти і науки України  
Львівський інститут економіки і туризму**

**ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНІ  
ПАМ'ЯТКИ ПРИКАРПАТТЯ ТА  
КАРПАТ – ВАЖЛИВІ ОБ'ЄКТИ В  
РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ**

*Збірник матеріалів  
II Всеукраїнської науково-практичної конференції  
(Львів, 24-25 квітня 2014 р.)*

**Львів-2014**

ББК 63.3 (4УКР)я43  
Б48

**Міністерство освіти і науки України  
Львівський інститут економіки і туризму**

*Рекомендовано до друку Вченою радою  
Львівського інституту економіки і туризму*

Б48 Історико-культурні пам'ятки Прикарпаття та Карпат — важливі об'єкти в розвитку туризму: [Текст]: зб. матер. II Всеукр. наук.-практ. конф. (Львів, 24-25 квітня 2014 р.) / Міністерство освіти і науки України, Львівський інститут економіки і туризму. — Львів: ЛІЕТ, 2014. 240 с.

ISBN 978-966-2400-34-2

У збірнику матеріалів II Всеукраїнської науково-практичної конференції пропонуються інноваційні наукові розробки, методи, методичні прийоми, підходи в справі теоретичної і практичної організації туризму, висвітлюються важливі й актуальні питання стану, перспектив розвитку туристичної індустрії на Прикарпатті та в гірських районах Карпат, на базі національної та світової історико-культурної спадщини.

Для наукових, науково-педагогічних працівників, фахівців в галузі туризму, аспірантів і студентів.

ББК 63.3 (4УКР)я43

**ОРГАНІЗАТОРИ КОНФЕРЕНЦІЇ:**

- Львівський інститут економіки і туризму;
- Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника;
- Департамент Міжнародного співробітництва та туризму Львівської обласної державної адміністрації.

**УПОРЯДНИКИ:**

*Бочан І. О.* — голова оргкомітету, ректор, д.е.н., професор;  
*Берест Р. Я.* — відповідальний редактор, д.і.н., професор;  
*Стоколос-Ворончук О. О.* — редагування, к.ф.н., доцент;  
*Кім Г. О.* — редагування, коректура.

Матеріали подано в авторській інтерпретації.

ISBN 978-966-2400-34-2

© Автори статей, 2014  
© Львівський інститут економіки  
і туризму, 2014

### **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ**

Висвітлюються основні види подієвого туризму, розглядається його важливість для мінімізації проблеми сезонності та обґрунтовується необхідність тісної співпраці між фахівцями з менеджменту туризму й подієвого (евент) менеджменту з метою активізації просування на туристичному ринку певної дестинації.

*Ключові слова:* види подієвого туризму, туристична дестинація, сезонність.

**Вступ і постановка проблеми.** Інтенсивний розвиток туризму обумовив необхідність диверсифікації та спеціалізації його видів. Одним із них, який останнім часом активно розвивається та перетворився на блок видів туризму є подієвий туризм. Метою подієвого туризму є відвідання різноманітних знакових подій, а також спостереження за природними явищами, що привертають увагу своєю унікальністю, неповторністю. Серед них численними є культурні, спортивні, етнографічні, фольклорні, виставкові заходи.

**Аналіз публікацій і попередніх досліджень.** Аналіз літературних джерел свідчить, що проблемі розвитку подієвого туризму присвячені нечисленні роботи сучасних російських та українських дослідників, серед яких: О. Алексеева [1], А. Бабкін [2], М. Кляп [4], Ю. Бульба, І. Смаль [3] та багато інших, які подієвий туризм розглядають з точки зору сутності явища та його понятійного апарату. Автори праць з даної тематики, зазвичай, подають декілька її класифікацій, а також описують найвідоміші світові фестивалі, карнавали та інші атракції. За кордоном проводяться ґрунтовніші дослідження подієвого туризму, а тому й публікації є інформативнішими. Деякі з них висвітлюють суто теоретичні аспекти галузі, в інших же поєднуються як теоретичні, так і практичні напрацювання. Серед авторів таких робіт слід назвати Д. Гетза, Р. Джаніські, М. Боліна та ін.

**Постановка завдання.** Одним з основних завдань є розширення уявлень про блок видів подієвого туризму України, визнення його сутності, організаційні особливості та перспективи у туристичних дестинаціях, які відчувають сезонність потоку туристів. Подієвий туризм може стати синхронізатором числа відвідувачів у низький сезон та міжсезоння.

**Виклад основного матеріалу.** Під подієвим туризмом розуміють туристичну діяльність, пов'язану із відвіданням різноманітних значних соціальних і суспільних подій, місцями, де спостерігаються природні

явища, що виділяються своєю унікальністю, неповторністю і тому привертають увагу великої кількості як внутрішніх, так і іноземних відвідувачів. Необхідно зазначити, що на туристичному ринку тури, які поєднують традиційний відпочинок та участь у видовищних заходах, набувають все більшої популярності. Тому тури блоку подієвого туризму користуються все більшою популярністю. До переваг подієвого туризму відноситься: можливість обміну знаннями, досвідом та пізнання нового у різних галузях; висока мотивація для туристів із достатньо високим рівнем доходів.

В основу класифікації подієвого туризму (рис. 1) покладені наступні ознаки: цільова аудиторія, концепція події, організація події.

Перша ознака фокусується на диференціації цільової аудиторії. Як правило, розрізняють корпоративні, суспільні події, в залежності від того, на кого зорієнтовані заходи, що проводяться. Існує також змішаний тип подій – виставки, ярмарки, у яких беруть участь різні категорії відвідувачів.



Рис. 1. Класифікація видів подієвого туризму

Іншою ознакою, що покладена в основу класифікації, є тематика події або мета поїздки. Тут розрізняють ділові події з орієнтацією на бізнес або події, пов'язані з відпочинком та рекреацією. У цій категорії також існує змішаний тип – це події, що поєднують відпочинок, розваги та інформаційний компонент.

Третя ознака – загальна концепція події. Подібні заходи, пов'язані з якимось брендом або

важливою подією. Також існують і змішані концепції, що включають і бренд і подію. Подібна тримірна модель поряд із класифікацією подій відображають і основні складові подієвого туризму: тут ми маємо мету поїздки, контингент, сутність події.

Подія виступає важливим фактором мотивації у туризмі та впливає на розвиток та маркетингові плани більшості туристичних програм. Особливо велике значення події мають на конкурентоспроможність

туристичної дестинації. Подієвий туризм сприяє залученню туристів (особливо у низький сезон), збільшенню туристичної місткості дестинації, розвитку інфраструктури туризму, формуванню сприятливого іміджу дестинації та вносить вклад у розвиток території як сприятливого місця для проживання, роботи та інвестування. Привабливість подій полягає в тому, що вони можуть повторюватися в певному місці та в певний час. Кожна подія створюється із певною метою, що колись було сферою індивідуальною або суспільною ініціативою, стало галуззю професіоналів та підприємців. Це обумовлено тим, що події дуже важливі, тому що вони виконують велику кількість стратегічних цілей.

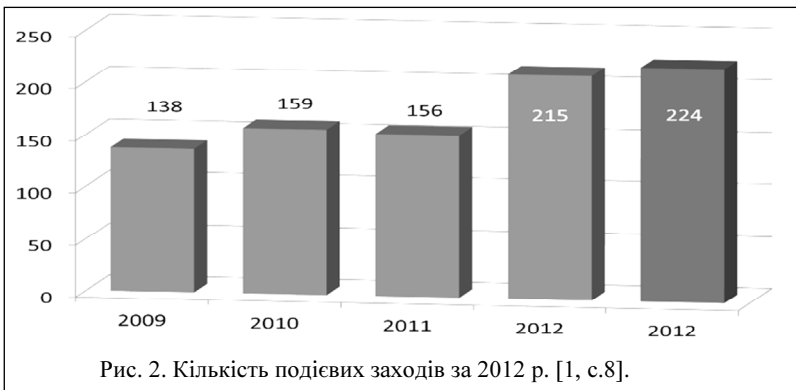
Організацією безпосередньо події займаються евент-менеджери туризму. Подієвий менеджмент це прикладна галузь вивчення та простір професійної практики, присвяченої плануванню, проведенню та управлінню спеціальними заходами, такими як фестивалі, різноманітні свята, розваги, політичні та державні події, спортивні та події, пов'язані з мистецтвом, заходи, які відносяться до бізнесу та корпоративних справ (зустрічі, виставки), заходи, які відносяться до приватних (весілля, вечірки, родинні заходи).

Деякі дослідники зазначають, що до заходів подієвого туризму відносяться лише ті, що приносять певний прибуток дестинації. Проте, на жаль, подієвий туризм в Україні не є бюджетоутворюючим ні для одного із регіонів країни. Разом із тим, подієві заходи, особливо міжнародні та загальноукраїнські, здатні привертати великі цільові аудиторії та сформувати додатковий туристичний потік.

Подієвий туризм впливає на розширення меж сезонності. Якщо ефективно управляти датами подібних заходів, можливо впливати на збільшення завантаження туристами конкретного регіону (дестинації) у конкретний період часу (у міжсезоння). Наприклад, у вересні 2013 р. у поселенні Коктебель спостерігалось нетрадиційне для Криму погіршення погодних умов. Проте, це не скоротило туристичний потік до цього поселення, у порівнянні з іншими містами Криму, завдяки яскравим подіям: Live in Blue Bay, Му ФУТ in Koktebel, Koktebel Jazz Festival. Кількість відпочиваючих туристів не поступалось липню-серпню. Також Крим є відомим національними фестивалями, у межах яких відбуваються свята мистецтв народів, які населяють півострів, майстер-класи по народних промислах або кулінарній майстерності, експозиції та презентації. У 2013 році з 100 фестивалів близько 30-ти проведено в оксамитовий сезон. Це сприяло збільшенню турпотоків та завантаженню готелів у період вересень-жовтень. Аналізуючи

особливості та можливості туристичної дестинації, можливо не лише перерозподілити заходи у міжсезоння, але і ініціювати нові події заходи, що враховують інтереси різних цільових аудиторій. Це ефективний інструмент управління туристичним потоком, тому стратегія подальшого розвитку сфери туризму в АР Крим на її сучасному етапі потребує осмисленого підходу до дат проведення фестивалів та інших подієвих заходів.

Необхідно зазначити, що кількість подієвих заходів, що проводилися лише на території АР Крим упродовж зазначеного періоду постійно зростає. Зокрема, якщо у 2009 р. було проведено 138 заходів, то у 2012 р. їх число зросло на 38% (224) (рис. 2).



Також необхідно зазначити, що як свідчить аналіз даних наведених на рис. 3, з 224 заходів, які відбулися у 2012 р. – 76% (171) припали

саме на період міжсезоння. Тому серед основних завдань туристичних органів Криму є просування на міжнародний ринок брендівих подій, серед них: фестиваль молодіжної рок-музики “Республіка “Z” (“Казантип”, с. Поповка); фестиваль історичного фехтування “Генуезький шолом” (Судак); фестиваль античного мистецтва “Боспорські агонії” (Керч), міжнародний фестиваль повітроплавання “Повітряне братство”, фестиваль “Джаз-Коктебель” (Коктебель) та ін.

**Висновки.** Необхідно зазначити, що подієвий туризм є перспективним видом з великим ресурсним потенціалом. Подієвий туризм є високорентабельним, цей сегмент туризму дозволяє нівелювати сезонність. Він сприяє зростанню бізнесу, розвитку ділових відносин, які встановлені внаслідок ділових зустрічей. Проте, на державному рівні залишається все ще недостатньою підтримка цього виду туризму, не розроблені маркетингові заходи з метою просування подієвого туризму на міжнародний ринок. Подієвий туризм і подієвий менеджмент тісно пов’язані між собою. Поєднання подієвого менеджменту та менеджменту туризму відбувається при організації масових спеціальних заходів. Цільовою аудиторією подієвого туризму є забезпечені туристи із доходами вище середнього. Цей сегмент ринку обумовлює високі вимоги до місця розташування готелю; наявності ресторанів та якісного харчування; архітектури готелю; інтер’єру номерів та кольорової гами; кількості та якості обслуговуючого персоналу; наявності магазинів; наявності додаткових послуг.

До умов успішного розвитку дестинації відносяться:

- організація дестинації відповідає принципам подієвого туризму;
- розроблені відповідні стратегії та політика;
- заходи враховані у відповідних програмах;
- визначено провідне агентство для розробки подієвого туризму;
- робота може здійснюватися існуючою організацією управління дестинаціями;
- у багатьох дестинаціях існують створені з цією метою спортивні комісії, агентства і корпорації із розвитку подієвого туризму.

Подієвий туризм включає заходи спортивні, культурні, бізнесові, у тому випадку, якщо мета поїздки пов’язана із конкретною подією або заходами. Розробкою, плануванням та проведенням подій займається подієвий менеджмент. Вивченням потреб туристів, розвитком туристичної дестинації займається менеджмент туризму. Завдяки об’єднанню зусиль фахівців цих напрямів активізується просування

туристичної дестинації на національному та світовому туристичному ринку .

### **Література:**

1. Алексеева О.В. Событийный туризм и ивент-менеджмент // Российское предпринимательство. – 2011. – № 6. – Вып. 2 (186). – С.167–172. – <http://www.creativeconomy.ru/articles/12978/>
2. Бабкин А.В. Специальные виды туризма: учебное пособие / А.В. Бабкин. – Ростов на Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
3. Бульба Ю.М., Смаль І.В. Особливості розвитку подієвого туризму України / Ю.М. Бульба, І.В. Смаль // Туризм і гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку. Матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції. – Черкаси, 2012. – С.23–27.
4. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму. Навчальний посібник / Ф.Ф. Шандор, М.П. Кляп. – К.: Знання, 2010. – 334 с.
5. Крымская стратегия. Рекреация. Статистический бюллетень Министерства курортов и туризма АРК, 2013. – 32 с.

**Oksana FASTOVETS**

### **CURRENT**

### **TRENDS OF EVENT TOURISM DEVELOPMENT**

The article represents the main types of event tourism and the contribution of this tourism to the minimization of seasonality. The necessity of the close cooperation between tourism management specialists and event management is substantiated to activate the promotion of a particular destination in the market.

*Key words:* types of event tourism, tourist destination, seasonality.