

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА РОЗВИТОК ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ РЕГІОНУ

Тищенко П.В.

*Економічна діяльність людей формує передумови розвитку туристично-рекреаційної галузі. Особливий інтерес на сьогодні представляє унікальний вид туризму – подієвий, оскільки за характером є не вичерпним. У процесі збору та аналізу інформації розглянуто теоретичні аспекти та сформовано напрями державного регулювання подієвого туризму та розвиток подієвого туризму на Закарпатті, в цілому. Подано окремі пропозиції щодо напрямів подальшого вивчення потенціалу подієвого туризму та використання потенціалу в контексті прикордонного співробітництва.*

**Ключові слова:** туризм, види туризму, подія, подієвий туризм, державне регулювання, прикордонне співробітництво, маркетинг, перспективи розвитку туризму.

### ВСТУП

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.

Туристично-рекреаційна галузь – сфера економічної діяльності яка динамічно розвивається. Основою розвитку є платоспроможний попит на відпочинок. Але жорстка конкуренція між підприємствами туристичного бізнесу, глобалізаційні процеси в суспільстві та одвічна проблема економіки: обмежені ресурси й необмежені потреби споживачів є рушійними силами, які формують нові пропозиції на ринку туристичних послуг. На цьому фоні значний інтерес представляє подієвий туризм. При правильній організації його ресурсний потенціал є необмеженим. З огляду на відмічене, дослідження розвитку подієвого туризму є актуальним.

Комплексному теоретико-практичному дослідженню питань організації й розвитку подієвого туризму в сучасних умовах розвитку економіки присвятили свої праці такі відомі вчені: А. Бабкін, М. Біржаков, Ю. Блохіна, Е. Богданова, Д. Ісмаєв, М. Кабушкін, Г. Карпова, В. Квартальнов, А. Кирилов, О. Костюк, Ю. Кузнецова, М. Ліндстром, Р. Оллье, Х. Прінгл, І. Смаль, І. Шаповалова та ін.

Разом з тим, незважаючи на наявність значного наукового доробку з цих питань, дослідженнями не охоплено окремі напрями організації та регулювання розвитку подієвого туризму як на державному, так і регіональному рівні.

У процесі наукового дослідження використовувалася сукупність методів, серед них: узагальнення та наукової абстракції, системно-структурного підходу, аналізу і синтезу, прогнозування.

Ціль статті – аналіз теоретичних аспектів сутності подієвого туризму та його розвитку в Закарпатській області; виокреслити перспективні

напрями державного регулювання подієвого туризму, зокрема у контексті прикордонного співробітництва.

Постановка завдання: визначення сутності подієвого туризму, організаційних особливостей та перспектив розвитку.

### РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Одним із перспективних напрямів за оцінками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) є подієвий або ж івент (event) туризм. Слово Event (подія, захід) в англійській мові має дуже багато значень, як соціально – культурне, так і технічне і навіть філософське, або ж запланована соціально-суспільна подія / захід, яка відбувається в певний час і з певною метою, і має певний резонанс для суспільства. До видів івенту (event) можна віднести [1]: фестивалі, карнавали, паради, святкування; конференції, форуми, симпозіуми, круглі столи; освітні заходи: семінари, тренінги, курси підвищення кваліфікації; спортивні змагання (наприклад, Олімпійські ігри); концерти, покази фільму, театральні постановки; ювілеї, весілля, торжества; ділові події: виставки, ярмарки, торгівельні шоу, презентації, відкриття підприємств, прийоми, заходи, пов'язані з просуванням торгівельної марки і т. д.

У сучасному світі сформувалася ціла індустрія щодо організації подій, яка поділяється за характером події та кінцевою метою. Значення подієвого туризму зводиться до відвідин подій, які відбуваються в інших країнах, тобто, основна ціль подорожі присвячена події в якій турист прийматиме пасивну (спостерігача) або активну участь. Це є унікальний вид туризму, оскільки за характером невичерпний.

Подієвий туризм можна розглянути за категоріями, що відібрані за масштабом подій. За цією ознакою виділяють національні та міжнародні події (табл. 1).

Таблиця 1 Класифікація подієвих ресурсів за тематикою [10]

ВИД РЕСУРСІВ	ТЕМАТИКА	ПРИКЛАДИ ПОДІЇ
ГРОМАДСЬКІ	Гастрономічні фестивалі	Пивний фестиваль "Октоберфест" (Мюнхен, Німеччина), свято молодого вина Божоле Нуво (Франція), фестиваль морепродуктів на о. Гров (Іспанія)
	Фестивалі і виставки квітів	Виставка тюльпанів (Нідерланди), фестиваль квітів у Челсі (Велика Британія), свято троянд (травень) і жасмину (серпень) у Грассі (Франція), фестиваль хризантем (Японія), фестиваль квітів (Таїланд), виставка квіткових експозицій на Співочому полі (Київ)
МИСТЕЦЬКІ	Музичні та театральні фестивалі і конкурси	Музичний конкурс "Євробачення", фестиваль джазу в Монтре (Швейцарія), "Слов'янський базар" (Білорусь), "Нова хвиля" (Латвія), "Таврійські ігри" (Україна), Фестиваль художнього драматичного мистецтва (Франція)
	Кінофестивалі	Канський (Франція), Берлінський (Німеччина), кінофестиваль "Молодість" (Україна), "Кінотавр" (Росія)
	Фольклорні обряди, свята і фестивалі	Midsummer's Day (Велика Британія), фестиваль кельтської музики (Франція), фольклорний фестиваль у Шешорах (Україна)
СПОРТИВНІ	Спортивні змагання	Літні і зимові Олімпійські ігри, чемпіонати світу і Європи з футболу й інших видів спорту, спартакіади
	Ралі, перегони і регати	Перегони Формули-1, міжнародні автоперегони, напр. Париж – Дакар, регати: Vendee Globe, Volvo Ocean Race
	Спортивні фестивалі	"Лижний фестиваль" (Норвегія), "Перегони човнів" (Велика Британія)
КУЛЬТУРНО-ІСТОРИЧНІ	Театралізовані шоу	Шоу Lord of the Dance (Велика Британія), "Кіноспення" (Франція), "Наше Різдво" (Україна)
	Карнавали	Карнавал в Новому Орлеані (США), Венеціанський карнавал (Італія), карнавал в Ріо-де-Жанейро (Бразилія), карнавал в Мацатлані (Мексика)
	Національні фестивалі і свята	Фестиваль Святого Патрика (Велика Британія, Ірландія), "Парад кохання" (Німеччина), весняні та осінні фестивалі (Китай), Дівалі або "Фестиваль Вогнів" (Індія)
ЕКОНОМІЧНІ І ПОЛІТИЧНІ	Аукціони	Сотбі'с, Крісті'с (твори мистецтва, антикваріат, Велика Британія), NAFA (хутра, Канада), Гелос (твори мистецтва, Росія), FFS (хутра, Фінляндія), Flora Holland (квіти, Нідерланди)
	Покази мод	Тижень високої моди в Парижі (Франція), Milano Moda Donna (Італія), Тижні моди Mercedes-Benz
	Ярмарки і виставки	"Райзен Гамбург" (туристичний ярмарок, Німеччина), Брюссельський міжнародний книжковий ярмарок (Бельгія)
	Автомобільні й авіаційні Салони	Детройтський (США), Франкфуртський (Німеччина), Лондонський (Велика Британія), Женевський (Швейцарія), Токійський (Японія) автосалони, авіасалон в Ле Бурже (Франція), авіасалон на о. Лангкави (Малайзія)
	Політичні й економічні форуми	Всесвітній економічний форум у Давосі (Швейцарія), Генеральна асамблея ООН, зустрічі світових лідерів
РЕЛІГІЙНІ	Релігійні свята, ходи і події	Сходження Благодатного вогню у переддень Воскресіння Христового (Єрусалим)

У науковій літературі всі події, що сприяють розвитку подієвому туризму згруповують і класифікують за трьома напрямками [2, с.116]: 1. Спортивні: чемпіонат, олімпіада, ігри, індивідуальні спортивні зустрічі, кубки, престижні змагання і т.д.; 2. Ділові: виставка, конференція, семінар, форум; 3. Культурно-пізнавальні: зарубіжна прем'єра, театральна постановка, фестиваль, концерт, перфоманс, карнавал, шоу.

На нашу думку, доцільно виокремити четвертий напрямок – релігійний. На даний час окремі туроператори розробляють туристичний

продукт у честь святкування релігійних свят: Водохреща, Пасхи та ін., де туристи мають можливість духовно-культурного збагачення та ознайомлення з обрядами, традиціями й звичаями святкування у певних народів.

З формальної точки зору індустрія свята народилася в 1800-х роках, з початком продажу квитків на професійні спортивні заходи, і пізніше вона поступово трансформувалася. Вважається, що сама професія організатора сформувалася в 1950-х роках, а почалося все з відкриття в 1955 році. Діснейленда», – така думка про «нову» історію

туризму одного з самих відомих івент-менеджерів світу Джо Голдблатта [3, с. 17].

При цьому, насправді організація масштабних подій, яка збирала велику кількість туристів проводилася іще в стародавньому світі: Олімпійські ігри у Греції, гладіаторські бої у Римській імперії, рицарські турніри у Середньовічній Європі. Серед релігійних подій, які стали також основою розвитку паломницького туризму, можна виокремити: відкриття храму в честь язичницького бога; вшановування язичницьких богів із жертвоприношенням, що проводилися систематично; поховання фараона; канонізація християнських святих; обрання і висвячення папи римського. Слід відзначити, що розвитку певним видам сучасного подієвого туризму сприяли масові гуляння, які влаштовувалися в честь зустрічі воїнів-переможців.

В Україні івент-індустрія бере початок з 90-х рр. XX століття. Історично склалося так, що в самостійну сферу івент виділився лише за останні двадцять років. Цей підйом викликаний відповідністю потребам людей, які у всі часи хотіли отримати нові враження, стати частиною подій, впливати на їх хід і отримати радісне відчуття причетності до чогось більшого. Слід відзначити, що в Україні подієвий туризм розвивається повільно. Тільки з 2002 р. туристичні фірми почали пропонувати послуги з організації подієвих поїздок. Збільшення віздного туризму в Україні у зв'язку з подіями не є систематичним і пов'язано з такими подіями як, до прикладу, Євробачення, Євро-2012. Більшість подій в Україні місцевого й регіонального масштабу, що не приваблює навіть українських туристів і не сприяє розвитку віздного туризму. Основною причиною повільного розвитку подієвого туризму, на нашу думку, є специфіка організаційних особливостей у поєднанні з відсутністю належного рівня державного регулювання.

Організація подієвого туру вимагає від туристичної фірми: знання про туристичні можливості відповідного регіону, про заклади проживання та харчування; досвід роботи у даному регіоні; зв'язки з провідними профільюючими організаціями у відповідній сфері.

У процесі формування подієвого туру враховуються такі чинники, як розташування готелю, її архітектура, інтер'єр номерів, наявність ресторанів і пунктів живлення, наявність магазинів, пам'яток, доставка до місця події, послуги гіда, перекладача. Від даних умов залежить вартість туру [11].

Не менш важливим елементом діяльності туркомпанії є фінансове забезпечення. Адже, турфірма за власні кошти бронює квитки на заходи, місця у готелях і т.д. Це формує ризик у діяльності туркомпанії, що є також однією із специфічних особливостей подієвого туризму. Як результат, цільова аудиторія подієвого туризму – це забезпечені туристи з доходом вище середнього, а також організовані групи з 5 і більше чоловік.

Важливою передумовою організації подієвого туру є своєчасне інформування та рекламування події, загальнодоступність до інформації про неї та організація її систематичного проведення. Це дає

можливість туристичним фірмам планувати подієву поїздку заздалегідь. З цією метою на державному рівні:

1. потрібно розробити календар подій, які можуть зацікавити туристів;

2. забезпечити фінансування витрат пов'язаних з маркетинговими заходами та організацією події.

Подія може стати центром приваблення туристів, тобто, туристичною, якщо її інформаційна підтримка проводиться протягом 0,5-1 року до початку. При цьому витрати на рекламу і маркетинг повинні бути не меншими ніж організаційні витрати. (Таке співвідношення витрат наводить віце-президент Російського союзу тур індустрії, Корнеєв С. [6]). Тому на кожну подію, на основі якої можна розвивати подієвий туризм, необхідно розробити маркетингову стратегію за участі туристичних фірм. При цьому слід відрізнити маркетинг події та подієвий маркетинг. Це різні поняття. Маркетинг події просуває сам захід, тобто, продає саму подію. Подієвий маркетинг використовує захід для просування певної торгової марки.

3. забезпечити систематичне проведення події.

4. організувати рекламні заходи на державному рівні.

5. за рахунок економічних механізмів (наприклад, зниження податків) стимулювати туристичні підприємства, що розробляють туристичні продукти на основі подієвого туризму.

6. організувати підготовку спеціалістів для розвитку тематичних та подієвих турів.

7. розробити логістику для кожної події.

8. розробити інфраструктуру під проведення кожної події.

Відмічені заходи сприятимуть формуванню зацікавленості та стабільного попиту з боку туристів до події, що, в свою чергу, стимулюватиме розвиток подієвого туризму.

Подієвий туризм сприяє розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Адже, у період проведення будь-якої події на національному або міжнародному рівні відбувається 100% заселення номерного фонду готелів.

Отже, абсолютно очевидним постає запитання: які перспективи розвитку подієвого туризму в Україні?

Зауважимо, що подієвому туризму в цілому сприяє геополітичне розташування України, етнічний склад населення, багатство народної культури, обрядовості, особливості традицій і обрядовості. Особливо унікальною у цьому контексті постає Закарпатська область як прикордонний регіон.

Закарпатська область розміщена на південному заході України. Вона межує з чотирма державами Європейського Союзу: Польщею, Словаччиною, Угорщиною і Румунією, а також з Львівською та Івано-Франківською областями країни. Територія області на півночі захищена Карпатським хребтом, з північного заходу – Татрами, з півдня – західними Румунськими горами і Марамороським масивом. Від інших регіонів України область відділяють Яблуницький, Вишківський, Ужоцький, Вервицький та Воловецький перевали. Таке положення надає їй

низку геоекономічних переваг у зовнішньо-економічній діяльності у контексті прикордонного і транскордонного співробітництва. Загальна протяжність державного кордону в межах Закарпатської області – понад 467 км., при цьому наявні 17 пунктів пропуску. В області дружньо проживають представники понад 100 національностей та народностей, які цінують і розвивають самобутність культур, релігій, традицій, звичаїв та обрядів. Тому, розвиток транскордонного співробітництва і прикордонної інфраструктури є для Закарпаття одним із найважливіших пріоритетів.

Українським туристичним порталом «Укртуризм» ([www.ukrtourism.com](http://www.ukrtourism.com)) було проведено аналіз існуючих турів та запити туристів щодо подій в Україні і складено список самих відвідуваних внутрішніх подій (довільний порядок) [12]: Юморина в Одесі; Джазовий фестиваль в Коктебелі; Таврійські ігри в Новій Каховці; Етнофестиваль «Шешори»; Національний Сорочинський ярмарок; Казантіп; Всеукраїнський фестиваль популярної і рок музики «Тарас Бульба»; Чорноморські ігри; Дні міст України (День Києва і т. д.); Червона рута; Всеукраїнський молодіжний фестиваль «Перлини сезону»; Рок Екзистенція; Міжнародний Гуцульський фестиваль; КиївМузикФест (Київ); Форум музики молодих (Київ); «Прем'єри сезону» (Київ) «Музична Трибуна Київської Молоді» (Київ); «Тера Героїка» (Каменець-Подільський); Столичне Автошоу; Футбольні ігри української збірної і клубів, Ліга Чемпіонів, Кубок УЄФА і ін.; Кубок Дерюгиної; Кубок Вадима Гетьмана; Раллі (PRIME Yalta Rally 2008 і ін.); Концерти зарубіжних і відчизняних зірок; Сучасне мистецтво в Україні від Pinchukartcentre; Міжнародні і всеукраїнські виставки та ін.

Аналіз переліку свідчить, що в ньому немає жодної події, яка проходила у Закарпатській області, а за нашими даними у регіоні щорічно проводяться як міжнародні фестивалі («Срібний дзвін», «Інтерлялька» і т.д.), так і унікальні святкування аналогів яких немає у світі (наприклад, свято бринзи на Рахівщині).

У галузі прикордонного і транскордонного співробітництва основними пріоритетами області є: розбудова пунктів пропуску на кордонах, приведення їх до європейських норм і стандартів; активізація роботи прикордонних регіонів сусідніх країн у питанні спільного залучення коштів з міжнародних донорських організацій для всебічного розвитку сусідніх областей; вироблення спільної позиції та

організація роботи у сфері розвитку транспортної галузі і логістики, з урахуванням проходження територією регіонів міжнародних транспортних кордонів; розширення співпраці у туристичній сфері та спільній виставковій діяльності; підготовка спільних проектів Програми прикордонного співробітництва Європейського інструменту сусідства та партнерства на період 2007-2013 рр. «Україна - Угорщина - Словаччина - Румунія» та «Україна - Польща - Білорусь». [5, с. 3] Враховуючи дані пріоритети, подієвому туризму не приділяється належна увага, не використовується його потенціал для розвитку туризму, економіки регіону. Всі заходи сприймаються у вузькому значенні, тільки як культурна, спортивна чи ділова подія та не асоціюються, як основа для подієвого туризму.

## ВИСНОВКИ

Можна констатувати, що подієвий туризм є перспективним видом туризму з невичерпним ресурсним потенціалом. Однак, на державному рівні поки-що відсутня підтримка, не розроблені маркетингові заходи, з метою просування подієвого туризму на міжнародний ринок.

Розвиток подієвого туризму має великі перспективи у контексті прикордонного співробітництва. Можна організувати події на рівні Карпатського євро регіону або на основі ознайомлення з культурою корінного населення – русинів, які проживають у Закарпатті та чотирьох сусідніх державах. У подальшому, для перспективного розвитку подієвого туризму у Закарпатті необхідно провести: детальний аналіз існуючих подій та пересортувати їх за ознакою цікавості для туристів; вивчити пропозиції подієвого франчайзингу які можна ввести на Закарпатті (На Закарпатті є три свята вина і жодне не має рекламну компанію на належному рівні. Тому, можна свято молодого вина Правонсе зробити як подієвий франчайзинг у Закарпатті.); обґрунтування виокремлення релігійного напрямку подієвого туризму та сформуванню списку релігійних свят на основі яких можна розвивати подієвий туризм. (Як приклад, святкування всіх Карпатських святих та святих Кирила й Мефодія.)

На рівні місцевих органів державної влади разом із духівництвом православної церкви та науковцями доцільним є провести семінар (конференцію) і сформуванню календар подій.

## ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бекнур К. Франчайзинг в Казахстане [Електронний ресурс] / Кисиков Бекнур. – Алмата : BookinEast, 2007. – Режим доступу: <http://www.cafla.com/eventfranchising.htm>
2. Долженко Г.П. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России / Г.П. Долженко, А.В. Шмыткова // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. – 2007. – № 6. – С. 116-119.
3. Костюк О. История ивента / О. Костюк // Теория и практика организации специальных мероприятий. – 2008. – №3. – С. 17-21.
4. Марченко О. Интеграция регионального туристического продукта в национальный общенациональный туристический продукт та европейську туристичну індустрію / О.Марченко // Закарпаття: науково-популярне видання про історію, сучасність, перспективи краю. – зима 2010-2011. – №3. – С.42-46.

5. Нові обрії транскордонного співробітництва Закарпаття // Закарпаття: науково-популярне видання про історію, сучасність, перспективи краю. – зима 2010-2011. – №3. – С.3, 15-17.
6. Реальной индустрии событийного туризма в России нет [Електронний ресурс] / Сторінка «Событийный туризм» сайту Ежедневной электронной газеты Российского союза туристической индустрии «RATA-news». – 26.11.2009. – № 2426. – Режим доступу: [http://www.ratanews.ru/news/news\\_26112009\\_2.stm](http://www.ratanews.ru/news/news_26112009_2.stm)
7. Регіональна стратегія розвитку Закарпатської області до 2015 року [Електронний ресурс] / Сторінка «Регіональні програми розвитку» сайту Закарпатської обласної державної адміністрації. – Режим доступу: <http://www.carpathia.gov.ua/ua/135.htm>
8. Рішення Закарпатської обласної ради від 16 грудня 2010 року № 71 «Про Програму розвитку транскордонного співробітництва Закарпатської області на 2011 – 2015 роки» [Електронний ресурс] / Сторінка «Нормативні документи» сайту Закарпатської обласної Ради. – Режим доступу: [http://zakarpat-rada.gov.ua/docs/rishennya/6/2\\_sesion\\_1/rish\\_71.pdf](http://zakarpat-rada.gov.ua/docs/rishennya/6/2_sesion_1/rish_71.pdf)
9. Рішення Закарпатської обласної ради від 16 грудня 2010 року № 72 «Про Програму розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2011-2015 роки» [Електронний ресурс] / Сторінка «Нормативні документи» сайту Закарпатської обласної Ради. – Режим доступу: [http://zakarpat-rada.gov.ua/docs/rishennya/6/2\\_sesion\\_1/rish\\_72.pdf](http://zakarpat-rada.gov.ua/docs/rishennya/6/2_sesion_1/rish_72.pdf)
10. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу: навчальний посібник / Смаль І.В. - Ніжин: Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя, 2010. – 336 с.
11. Событийный туризм [Електронний ресурс] / Сторінка «Событийный туризм» сайту ТзОВ «МАКІНТУР». – Режим доступу: <http://www.makintour.com/node/545>
12. Событийный туризм в Украине: спортивные соревнования, ярмарки, выставки, концерты, карнавалы [Електронний ресурс] / Сторінка «Путешествия по Украине» сайту Українського туристичного порталу «Укртуризм». – Режим доступу: [http://www.ukrtourism.com/travel\\_in\\_ua/1-9-2008\\_12-48\\_52\\_1.html?page=13&order=bl](http://www.ukrtourism.com/travel_in_ua/1-9-2008_12-48_52_1.html?page=13&order=bl)
13. Шаповалова И. Будущее event-маркетинга [Електронний ресурс] / И.Шаповалова / Сторінка «Статьи» сайту Advertology - наука о рекламе – 2005. – Режим доступу: <http://www.advertology.ru/article17171.htm>