

мінеральні ресурси (наприклад, знамените родовище термальних гідрокарбонатно-хлоридних, метанових, натрієвих та йодобромних вод Іршавського району Передгірської природно-економічної зони, що не має аналогів в Україні), унікальні історико-етнографічні умови, багатий тваринний і рослинний світ, розвинуті народні промисли, а також автентична народна культура і обрядовість [2, с. 50].

Таким чином, сільський туризм має високий потенціал для стимулювання місцевого економічного зростання та соціальних змін через його взаємодоповнюваність з іншими видами економічної діяльності, робить внесок у зростання ВВП і створення робочих місць, а також має здатність сприяти розподілу попиту в часі (боротьба з сезонністю) та в межах нових територій.

Список використаних джерел

1. Биркович В. І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України. Стратегічні пріоритети. Науково-аналітичний щоквартальний збірник. 2008. № 1 (6). С. 138–143.
2. Грицку-Андрієш Ю., Грицку В. Географія сільського зеленого туризму в Закарпатській області. Вісник Львівського університету. Серія Міжнародні відносини. 2014. Вип. 34. С. 48-55.
3. Цимбалюк С. Я., Морозова І. В. Сільський туризм як перспективний напрям розвитку внутрішнього туризму. Екологічні науки. 2019. № 5(24). Т. 1. С. 41-45.

УДК338.48

ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Л. Л. Семенюк, кандидат географічних наук, доцент
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу,
В. Р. Миرونюк, здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: подієвий туризм, івент-туризм, туристична дестинація, ринок подієвого туризму, івент-заходи.

За даними Всесвітньої Туристичної Організації одним із найбільш перспективних напрямів у сфері туризму є подієвий або івент-туризм. Івент (від англ. “event” – подія) – це запланована соціально-суспільна подія чи захід, який відбувається в певний час і з певною метою, і має певний резонанс

для суспільства. У наші дні існує ціла індустрія, присвячена організації різноманітних подій, які класифікується за їх характером та метою. Значення подієвого туризму полягає у відвідуванні подій, що відбуваються в інших країнах/регіонах. Головною мотивацією таких подорожей виступає інтерес до відвідування певної спортивної, розважальної, музичної або іншої події та участь у ній, активна або пасивна.

Туристичний бізнес активно використовує події для формування туристичного продукту та привертання туристів, спрямовуючи їх саме на ці події. Якщо у житті туристичної дестинації немає історично сформованої події як традиції, її можуть спеціально створити.

В Україні, як і у світі, подієвий туризм є порівняно молодим напрямком туризму, що почав розвиватися з 90-х років ХХ ст. Його поява була зумовлена потребою споживачів у нових емоціях та враженнях. Офіційно туристичні компанії розпочали реалізацію подієвих турів лише в 2002 році. Але до повномасштабного вторгнення цей вид туризму давав непогані показники, і ми зараз спираємося на довоєнний досвід. Нині, з огляду на військові дії, цей вид туризму в Україні розвивається досить повільними темпами, хоча у світі кількість учасників подієвих турів перевищила число учасників екскурсійних турів та складає більше 35% від загального попиту на різноманітні тури.

Унікальні подієві тури поєднують у собі рекреацію, відпочинок, розваги, подієвий туризм вражає насиченістю програми, видовищем, яскравістю та атмосферою. Ще однією важливою особливістю подієвого туризму є невичерпність його ресурсів.

Події є важливою ланкою мотивації туризму і посідають головне місце в проектуванні туристичних пакетів та стимулюванні продажів багатьох туристичних напрямів. Найбільш привабливою частиною подій є те, що вони ніколи не бувають однаковими, тому кожен турист прагне відвідати захід самостійно, щоб повністю зануритися в цей унікальний досвід.

Ринок подієвого туризму варто розглядати в декількох аспектах: як спосіб подолання сезонних коливань та географічного поширення попиту за межі регіону та країни; як інструмент створення іміджу туристичних дестинацій та стратегічного планування їх розвитку; як каталізатор розвитку суміжних галузей і напрямів діяльності; як спеціалізований туристичний ринок, який має свою структуру і характерні риси розвитку [1].

Згрупувавши події за тематикою, виділяють більш узагальнюючі блоки, які будуть ґрунтуватися на наявних ресурсах: культурні, мистецькі, спортивні, історичні, політичні, приватні, громадські, релігійні [1].

Україна має значний потенціал у сфері подієвого туризму завдяки своїй багатій історії, культурному надбанням та різноманітній природній красі. Різноманітність регіонів України, від Карпат до Чорноморського узбережжя,

надає можливості для організації різноманітних подій в різних форматах. Наприклад, у Львові проводяться численні фестивалі, такі як Львівський Міжнародний Фестиваль Книжок та Форум Письменників, а також фестивалі мистецтва, музики та гастрономії (свято шоколаду, «На каву до Львова» та ін.). У Карпатах популярні еко-тури, гастрономічні фестивалі, етнофестивалі (Міжнародний Гуцульський фестиваль, фестиваль молодого вина в Ужгороді, «Маланка-фест» та фестиваль сиру та вина у Чернівцях та ін.). Київ, як столиця, також приваблює багатьма подіями, від концертів, спортивних заходів та театральних вистав до фестивалів культури та мистецтва. Майже в кожному регіоні України є, зазвичай невикористаний, потенціал для розвитку івент-туризму.

Менеджери заходів зацікавлені у розвитку туристичного потенціалу подієвого туризму та подоланні проблем, що існують у цій сфері. Наприклад, деякі «знакові» події можуть домінувати на ринку, відводячи увагу від інших місцевих та регіональних заходів. Також може виникати проблема з надмірною торгівлею під час проведення подій. Менеджерам подієвого туризму варто більше уваги приділяти ознайомленню туристів із широким спектром послуг, які можуть бути запропоновані під час проведення event-заходу.

Враховуючи пропозиції, дестинації розвиваються просуваючи і рекламуючи різні види івентів для виконання наступних функцій: залучення туристів (особливо в низький сезон), прискорення відродження міст, збільшення туристської місткості дестинації та розвитку інфраструктури туризму, формування сприятливого іміджу дестинації і внесення вкладу в розвиток території як сприятливого місця для проживання, роботи та інвестування [2].

Список використаних джерел

1. Мальська М. П., Грицишин А. Т., Білоус С. В., Топорницька М.Я. Фестивальний туризм: теорія та практика: навч. посібник. Київ: Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. 232 с.
2. Event-tourism in Transcarpathia. URL: <https://eventzakarpattya.wordpress.com/event-tourism/>