

міжгалузевої діяльності в галузі сільського туризму; ефективної підтримки розвитку сільського туризму за рахунок коштів національного та Європейського Союзу; розвитку кваліфікованого персоналу сільського туризму. Запропоновані імперативи нададуть можливість розвинути інфраструктуру та привести в порядок історико-культурні, та природні об'єкти, облаштувати рекреаційно-лікувальні об'єкти.

Список літератури

1. Державна служба статистики України : сайт. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 11.04.2020).

УДК 338.58:65.014

Мисик В. М., аспірантка

**Науковий керівник: Жежуха В. Й., к.е.н., доцент, заступник директора
Навчально-наукового інституту економіки і менеджменту
Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна**

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ

На сьогодні можна чітко помітити багато спільних рис між івент-менеджментом та іншими галузями – туризм, політична діяльність, реклама та маркетинг, освіта та інші. Розглянемо поняття подієвого туризму більш детально. Подієвий туризм є одним із складових елементів івент-менеджменту.

О. Бейдик [3, с.125] з колегами розглядає подієвий туризм як унікальні та неординарні туристичні пропозиції, до складу яких входять як традиційний відпочинок, так і активна участь у найпопулярніших подіях світового масштабу, для прикладу, Олімпіада в Пекіні, Бразильський карнавал, IT виставка в Лісабоні, всесвітньовідомі Нью Йоркські мюзикли, різноманітні концерти, ярмарки та фестивалі – події, що привертають увагу в щоразу більшої кількості прихильників, які бажають насичено, незвичайно та активно провести свої канікули або ж вихідні.

У науковій літературі події, що стоять в основі розвитку подієвому туризму згруповують за певними напрямками. П. Тищенко у своїй праці [6, с. 124] пропонує розділити їх на чотири групи:

1. Спортивні: олімпіади, чемпіонати, престижні змагання, різноманітні ігри, кубки, індивідуальні спортивні зустрічі і т.д.;

2. Ділові: бізнес ярмарки, конференції, виставки, навчальні семінари, форуми, ділові зустрічі, інсентив та інші;

3. Культурно-пізнавальні: зарубіжна прем'єри заходів, модні покази, театральні постановки, фестивалі, фан-зустрічі, концерти різних виконавців, відомі карнавали, популярні шоу.

4. Релігійні: у честь святкування релігійних свят, таких як Водохреща, Великодня, Різдва та інші, під час яких турист прагне ознайомитися з різноманітними традиціями, звичаями та обрядами святкування подій у певних народів, а також духовно та культурно збагатитися під час поїздки.

Такий напрям як подієвий туризм є доволі молодим і неймовірно цікавим. Ціль кожної поїздки певним чином приурочена до конкретної події. Унікальність турів полягає в одночасному поєднанні в собі традиційного класичного відпочинку та активної участі в різноманітних видовищних заходах нашої планети, що і є основним каталізатором в процесі популяризації даних поїздок. Аналіз різних наукових джерел з тематики подієвого туризму відображає значну варіативність в розумінні даного терміну. Д. Гетцом у своїй статті про подієвий туризм розглядає сам подієвий туризм як термін, що використовується в туристичній літературі з метою опису розвитку дестинації, а також як ключовий елемент маркетингової стратегії для реалізації численної кількості потенційних економічних переваг від проведення події [1].

Термін «дестинація» в туризмі використовується при описі певного туристичного напрямку, цікавого конкретному виду туристів. Привабливість івентів, перш за все, полягає в їх різноманітності та неповторюваності. Туристу потрібно побувати в певному місці в конкретний час задля отримання яскравих виняткових вражень від побаченого. Також на сьогодні існують «віртуальні івенти», які викликають все більший інтерес у споживачів та індустрії туризму, зокрема користуються неймовірною популярністю серед підлітків та молоді. Комунікації на таких заходах здійснюються за допомогою різноманітних електронних пристроїв, засобів масової інформації та Інтернету.

Індивідуальні умови відпочинку, неминуща атмосфера та святковий настрій, а також море незабутніх вражень – ось основа подієвого туризму. О. Бейдик [3, с. 126] вважає, що подієвий туризм є складовою культурного туризму. Він пов'язується з конкретною подією суспільного життя, а його головною особливістю є маса численна яскравих незабутніх моментів.

Біржаков [4, с. 98] висвітлює подієвий туризм як тип подорожі, пов'язаний з певною цікавою саме для конкретного туриста подією.

У своїй праці Нікітіна [5, с. 82] пояснює явище подієвого туризму як поїздки, основною метою якої є задоволення потреби туриста у відвідуванні певного заходу, цікавого для даного туриста. Алексеева в своїй дисертації [2, с. 12] подає визначення ділового туризму як виду туристичної діяльності, який використовує для привабливання уваги туристів різноформатні громадські заходи культурного чи спортивного характеру. Дані заходи сприяють інтеграції різних верств населення в суспільство, швидким темпам розвитку інфраструктури туризму певного регіону, а також формуванню позитивного іміджу конкретної дестинації. Дослідники в сфері соціально-культурних послуг та туризму трактують подієвий туризм як туристичну діяльність, тісно пов'язану з різного роду значущими подіями, що відбуваються у суспільстві, а також рідкісними явищами природи, які своєю екзотичністю, унікальністю та неповторністю привертають увагу значної кількості подорожуючих людей з різних країн світу.

Серед особливостей подієвого туризму виділяють: можливість прогнозування подорожі; практичну відсутність сезонності; інтерактивність заходу; масовість події; інноваційність; видовищність; регулярність заходів; велика ймовірність повторного відвідування напрямку.

Щодо слабких сторін подієвого туризму, які можуть негативно позначитися на його впровадженні, то доцільним буде виділити такі характеристики як низька ділова та інвестиційна активність місцевих мешканців, слабка розвиненість туристичної інфраструктура, слабе інформаційне просування події, недостатня кількість кваліфікованих кадрів, слабе використання туристичного потенціалу.

Типологія туристичних поїздок із елементами відвідування запланованих подій включає в себе поїздки на культурні свята, бізнес подорожі, відвідування політичних та державних подій, відвідування торгових виставок, стилізованих заходів певних країн, культурних центрів, освітніх та наукових закладів та заходів, спортивні змагання та виступи, розважальні перформанси та приватні події, різноманітні традиційні заходи та свята. В івент-менеджменті туристами виступають споживачі запланованих заходів на потенційному ринку. Це не завжди є туристичні поїздки, проте одним із елементів послуг, що надають івент-компанії є саме подієвий туризм. Як туристичний ресурс івентволодіє яскраво вираженим мультиплікаційним ефектом. Саме подія стимулює до розвитку різні сектори туристичної індустрії, а також до значно ефективнішого використання власного потенціалу.

Отже, подієвий туризм, будучи елементом івент-менеджменту, поєднує у собі загальні характеристики туризму та особливості управління подіями. Розробка і проведення знакових заходів спортивного, культурного, наукового та іншого характеру, яскравих святкових програм, цікавих конференцій, масових конгресів та «круглих столів» з цікавою тематикою здатна привернути увагу численної кількості учасників і гостей з різних куточків планети відвідати конкретну дестинацію. Він відкриває новий етап в розвитку туристичної сфери та розширює простір івент-індустрії.

Список літератури

1. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*. 2008. № 29. Pp. 403–428.
2. Алексеева О. В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона : автореф. дис. ... канд. эконом. наук : 08.00.05. М., 2012. 28 с.
3. Бейдик О. О. Чинники розвитку та особливості подієвого туризму. *Часопис картографії*. 2016. № 16. С. 125–131.
4. Биржаков М. Б. Событийный туризм: карнавалы в истории и современном туризме. *Туристские фирмы*. 2000. № 23. С. 94–111.
5. Никитина С. С., Зинченко М. В. Событие как основа для проектирования туристического продукта // Актуальные проблемы гуманитарных наук : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (г. Томск, 5–6 апреля 2012 г.). Томск, 2012. С. 81–84.
6. Тищенко П. В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка*. 2011. Спецвип. 33, ч. 4, С. 124–128.