

Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет
Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «БАКАЛАВР»
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ
ВОЛИНСЬКОЇ ТА РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТЕЙ

спеціальність 242 Туризм

(шифр і назва спеціальності)

освітня програма «Туризм»

(назва освітньої програми)

Виконав: здобувач вищої освіти
групи ТР41

_____ **КУПРІНЕЦЬ Іванна**
Володимирівна
(підпис)

Керівник:
_____ к.пед.н., доц. ЗУБЕХІНА Т.В.
(підпис)

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«__» _____ 2024 р.
Гарант освітньої програми:
к. е. наук, доцент ДАЩУК Ю.Є.

Луцьк – 2024 року

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет *митної справи, матеріалів та технологій*

Кафедра *туризму та готельно-ресторанної справи*

Ступінь вищої освіти: *бакалавр*

Галузь знань: *24 Сфера обслуговування*

Спеціальність: *242 Туризм*

Освітня програма: *Туризм*

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Л.Ю. МАТВІЙЧУК

«___» _____ 2024 р.

З А В Д А Н Н Я НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

КУПРІНЕЦЬ Іванни Володимирівни

1. Тема кваліфікаційної роботи *Особливості розвитку івентивного туризму Волинської та Рівненської областей.*

Керівник роботи: к.пед.н., доц. ЗУБЕХІНА Т.В.

затверджені наказом вищого навчального закладу № 440/01-02 від 30.12.2023 р.

2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи – 01.06.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи: інформаційною базою дослідження є наукові праці, монографії та статті вітчизняних і зарубіжних авторів, присвячені розвитку івентивного (подієвого) туризму, його сутності, класифікації та ролі у формуванні туристичної привабливості регіонів. Також залучено інтернет-джерела, зокрема наукові бази даних, публікації в онлайн-журналах, офіційні сайти органів місцевого самоврядування, туристичних порталів і культурних установ Волинської та Рівненської областей, які містять актуальну інформацію про подієві заходи, фестивалі та туристичні події регіонів. Додатково використано статистичні й аналітичні матеріали, що дозволяють проаналізувати сучасний стан та визначити перспективи розвитку івентивного туризму у Волинській та Рівненській областях.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що потрібно розробити):

Розділ 1. Теоретичні основи розвитку івентивного туризму

Розділ 2. Розвиток івентивного туризму в Україні

Розділ 3. Перспективи розвитку івентивного туризму у Волинській та Рівненській областях

5. Перелік графічного матеріалу: можливості використання світового досвіду подієвого туризму в Україні.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис	
		завдання видав	завдання прийняв
<i>Розділ 1. Теоретичні основи розвитку івентивного туризму</i>	доц. Зубехіна Т.В.		
<i>Розділ 2. Розвиток івентивного туризму в Україні</i>	доц. Зубехіна Т.В.		
<i>Розділ 3. Перспективи розвитку івентивного туризму у Волинській та Рівненській областях</i>	доц. Зубехіна Т.В.		
<i>Висновки</i>	доц. Зубехіна Т.В.		
<i>Нормоконтроль</i>	доц. Дащук Ю.Є.		

7. Дата видачі завдання «02» січня 2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	<i>Обґрунтування вибору теми кваліфікаційної роботи</i>	до 15.12.2023 р.	
2.	<i>Огляд літератури та досліджування проблеми для написання кваліфікаційної роботи</i>	10.01.2024 р.	
3.	<i>Розділ 1. Теоретичні основи розвитку івентивного туризму</i>	10.02. 2024 р.	
4.	<i>Розділ 2. Розвиток івентивного туризму в Україні</i>	10.03. 2024 р.	
5.	<i>Розділ 3. Перспективи розвитку івентивного туризму у Волинській та Рівненській областях</i>	10.04. 2024 р.	
6.	<i>Висновки</i>	01.05. 2024 р.	
7.	<i>Формування і організація списку використаних джерел</i>	15.05. 2024 р.	
8	<i>Попередній захист кваліфікаційної роботи бакалавра</i>	20.05. 2024 р.	
9	<i>Нормоконтроль</i>	24.05. 2024 р.	
10	<i>Інструментальна перевірка на академічний плагіат</i>	до 26.05. 2024 р.	
11	<i>Представлення кваліфікаційної роботи магістра до захисту</i>	01.06.2024 р.	

Здобувач вищої освіти

Керівник кваліфікаційної роботи

_____ Купрінець І.В.

_____ Зубехіна Т.В.

АНОТАЦІЯ

Купрінець І.В. «Особливості розвитку івентивного туризму Волинської та Рівненської областей». Рукопис.

Кваліфікаційна робота бакалавра ОП «Туризм» спеціальності 242 «Туризм». Луцький національний технічний університет, Луцьк, 2024.

В роботі досліджено теоретичні основи розвитку івентивного туризму, поняття івентивного (подієвого) туризму та його характеристики, класифікація івентивного (подієвого) туризму. Проаналізовано проблеми та перспективи розвитку івентивного туризму в Україні, досліджено використання світового досвіду подієвого туризму в Україні.

Представлено перспективи розвитку івентивного туризму у Волинській та Рівненській областях, івентивний туризм на Волині: проблеми та перспективи розвитку, аналіз розвитку напрямку івентивного (подієвого) туризму у Волинській та Рівненській областях. Здійснено SWOT-аналіз розвитку івентивного туризму на Волині

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

Ключові слова: туризм, івент, івентивний туризм, фестивалі.

ANNOTATION

Kuprinets I.V. «Peculiarities of the development of inventive tourism in the Volyn and Rivne regions». Manuscript.

Bachelor's qualification thesis of OP «Tourism» specialty 242 «Tourism». Lutsk National Technical University, Lutsk, 2024.

The theoretical foundations of the development of event tourism, the concept of event (event) tourism and its characteristics, classification of event (event) tourism are explored in the work. The problems and prospects of the development of event tourism in Ukraine were analyzed, the use of the world experience of event tourism in Ukraine was investigated.

Prospects for the development of event tourism in the Volyn and Rivne regions, event tourism in Volyn: problems and prospects for development, analysis of the development of the direction of event (event) tourism in the Volyn and Rivne regions are presented. A SWOT analysis of the development of inventive tourism in Volyn was carried out

The bachelor's qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions and a list of used sources.

Keywords: tourism, event, inventive tourism, festivals

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ	10
1.1. Поняття івентивного (подієвого) туризму та його характеристики	10
1.2. Класифікація івентивного (подієвого) туризму	13
1.3. Історія виникнення та розвитку інвентарного туризму	18
РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	22
2.1. Проблеми та перспективи розвитку івентивного туризму в Україні	22
2.2. Використання світового досвіду подієвого туризму в Україні	28
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ У ВОЛИНСЬКІЙ ТА РІВНЕНСЬКІЙ ОБЛАСТЯХ	34
3.1. Івентивний туризм на Волині: проблеми та перспективи розвитку	34
3.2. Аналіз розвитку напрямку івентивного (подієвого) туризму у Волинській та Рівненській областях	39
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	54

ВСТУП

Обґрунтування актуальності теми дослідження. Одним із перспективних напрямів розвитку економіки країни, за оцінками Всесвітньої туристичної організації UNWTO), є інвентивний (event) або ж подієвий туризм. Event-тури, що поєднують в собі традиційний відпочинок та участь в різноманітних заходах як у світі, так і в Україні, поступово стають дедалі популярнішими. За думкою багатьох авторів, дестинація подієвого туризму включає в себе наступні компоненти: подія (івент) як основа, інфраструктура, реклама і просування, інформаційний туристський центр, визначні місця, супутні розваги і доступність, які в, свою чергу, знаходяться в постійній взаємодії з факторами зовнішнього середовища.

Подієвий туризм – молодий і надзвичайно цікавий напрям. Унікальні тури, які поєднують в собі традиційний відпочинок та участь у видовищних заходах планети або всередині країни, поступово набувають популярності серед різних груп мандрівників. Походження подієвого туризму стало сферою наукових досліджень порівняно недавно. Незважаючи на те, що цей різновид відпочинку існує з найдавніших часів, в особливу галузь туриндустрії він трансформувався в післявоєнні роки, а особливою популярністю став користуватися в 1970-х роках. Саме тоді стали очевидними потенційні можливості різноманітних подій, що сприяли розвитку економіки, суспільства, культури, міжнародних відносин та екології.

Частково популярності event-туризму сприяв і розвиток такої сфери діяльності, як event-менеджмент. За оцінкою Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) подієвий туризм на даний час є одним з найперспективніших видів туризму у світі. Серед інших видів туризму він вражає своєю насиченістю програми, видовищністю, яскравістю та атмосферою. Ще однією особливістю такого виду туризму є невичерпність його ресурсів.

Подієвий туризм в Україні поки не набув такої популярності, як у розвинених країнах. Досягти рівня повноцінних європейських туристичних

центрів українським містам заважає цілий перелік проблем: нереставровані будівлі, погані дороги, брак паркувальних місць, сміття на вулицях, нерозроблена правова база та багато іншого, але країна рухається до покращення умов розвитку туризму. Актуальність даної роботи обумовлена швидким розвитком та популярністю подієвого туризму не тільки в Україні, але і в регіонах зокрема на Волині та Рівненщині.

Визначення проблем та перспектив розвитку івент-туризму на Волині та Рівненщині допоможе швидше впровадити його в загальну туристичну систему країни та полегшити організацію туристичних подорожей.

Стан вивченості проблеми. Теоретичною основою аналізу стану інвентивного туризму, проблем та шляхів їх вирішення в регіоні стали публікації та дослідження вчених: О.В. Алексєєва, М.Б. Біржаков, В.Ф. Буйленко, А.В. Коновалова, А.А Глушко, Ю.А Кіреева, І.В.Зоріна, А.М Сазикіна та інших, які наведені в списку використаних джерел.

Об'єктом дослідження є процес розвитку інвентивного туризму на Волині та Рівненщині.

Предметом дослідження – проблеми та перспективи розвитку подієвого туризму Волинської та Рівненської області.

Метою роботи є продемонструвати заходи щодо визначення перспектив розвитку подієвого туризму на Волині та Рівненщині.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- дослідити історію виникнення та розвитку подієвого туризму;
- дати характеристику подієвому туризму як туристичному продукту;
- вивчити основні тенденції та перспективи розвитку подієвого туризму в світі;
- проаналізувати проблеми та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні;
- дослідити стан, проблеми та перспективи розвитку подієвого туризму на Волині та Рівненщині.

Перелік використаних у ході проведення дослідження методів. Під час роботи над даною темою нами були використані наступні методи: системний аналіз; комплексний підхід; класифікація; моделювання;) абстрагування; конкретизація.

Джерела інформаційної бази дослідження. Інформаційною базою дослідження послужили різні статті, підручники, методичні посібники, монографії та регулярні Інтернет-ресурси в галузі туристичної діяльності.

Апробація результатів дослідження. Особливості розвитку івентивного туризму Волинської та Рівненської областей було апробовано на I Всеукраїнській інтернет-конференція молодих учених та студентів «Перспективи розвитку туризму та сфери гостинності в Україні і світі» 21 травня 2024 р.

Структура роботи складається із вступу, трьох розділів, висновків та рекомендацій; містить 60 сторінки тексту. Список джерел включає 52 найменувань літератури.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття інвентивного (подієвого) туризму та його характеристики

За оцінками Всесвітньої туристської організації UNWTO, одним з перспективних напрямків економічного розвитку країни є подієвий туризм. Слово «event» в англійській мові має соціокультурне, технічне і навіть філософське значення, або подієві тури, що поєднують заплановані соціокультурні традиційні свята та участь у різноманітних заходах як у світі, так і в Україні, які проводяться в певний час з певною метою, поступово набирають популярності. Тому вивчення розвитку подієвого туризму в Україні дуже актуальне [1].

Термін «подієвий туризм» з'явився порівняно недавно, в 1987 році. Термін був введений в ужиток Міністерством туризму Нової Зеландії та громадськістю. У зарубіжній літературі термін «подієвий туризм» трактується як важлива альтернатива для дестинацій і місцевих підприємців, а також як основний напрямок діяльності організаторів заходів, які хочуть збільшити аудиторію. На сьогоднішній день в Україні немає чіткого визначення подієвого туризму або так званого event tourism. Вважається, що назва «насичений подіями» говорить сама за себе.

Українські та зарубіжні вчені (П.Тищенко, А. Бабкін, в. М'яо) визначають подієвий туризм як вид туризму, спрямований на відвідування подій, що відбуваються в певному регіоні, при цьому основна мета подорожі приурочена до певної події, в якій турист бере пасивну (спостережну) або активну участь [2, 3]. Туристична діяльність, пов'язана з різноманітними і важливими соціальними і світськими подіями, а також рідкісними природними явищами, які приваблюють велику масу співвітчизників і

туристів із зарубіжних країн своєю унікальністю, екзотичністю, неповторністю [3].

Існуюче визначення не відображає суть і концепцію подієвого туризму в цілому. Події основним елементом туризму є подія (івент), яка є причиною туристичної поїздки. Евент – це запланований соціальний захід (event-акція), який проводиться в певний час з певною метою і має певний резонанс для суспільства [4, с.5]. Важливість заходів полягає в тому, що вони є важливим мотивуючим фактором в туризмі, який стимулює продаж багатьох туристичних напрямків.

Подієвий туризм – один з найперспективніших видів туризму в світі. Адже саме він здатний вразити насиченістю, видовищністю, яскравістю програми і чудовою атмосферою свята. 1. Однією з важливих особливостей подієвого туризму є невичерпний запас ресурсів, адже ви завжди можете придумати цікаві теми, ідеї та легенди для нових заходів. За оцінками вчених, кількість учасників подієвого туру може перевищувати кількість учасників туристичного туру і становити більше 35% від загального попиту на інші тури.

Захід має чудовий мультиплікативний ефект, як туристичний ресурс-він» змушує « різні сектори туристичної індустрії розвиватися, щоб більш ефективно використовувати свій потенціал.

Подієвий туризм виконує наступні функції:

- залучення туристів в регіон (особливо в «низький» сезон);
- освітня, культурна та просвітницька складові туристичних заходів;
- відновлення, збереження та примноження місцевих туристичних ресурсів;
- позиціонування регіону на внутрішньому і зовнішньому туристичному ринку;
- прискорення відродження примирення;
- розвиток туристичної інфраструктури;
- створення гарного іміджу регіону;

- створення сприятливого «інвестиційного клімату»; - створення позитивного соціального ефекту [5].

Подієвий туризм має свої особливості, які відрізняють його від інших видів туризму, диверсифікація джерел фінансування; мода, статус, престиж і громадська думка про заходи, які відвідують туристи; події, пов'язані з довірою потенційних відвідувачів до інформації; туристи в разі великої відвідуваності; захід було проведено щодо довіри потенційного відвідувача до інформації; події, пов'язані з довірою потенційного відвідувача до інформації; події, пов'язані з довірою потенційного відвідувача до інформації; події, пов'язані з довірою потенційного відвідувача до інформації; події, пов'язані з довірою потенційного відвідувача до інформації; події, пов'язані з довірою потенційного відвідувача до інформації. Відвідувачі покладаються на інформацію; події, пов'язані з потенційними відвідувачами, які покладаються на інформацію; події, пов'язані з потенційними відвідувачами, які покладаються на інформацію; події, пов'язані з довірою потенційних відвідувачів до інформації; Довгострокова інформація про вплив індустрії туризму на розвиток різних секторів стимулю. Безумовною перевагою подієвого туризму є відсутність сезонності при проведенні заходів. Масове відвідування заходів туристами з яскравими враженнями, розвагами та інтерактивністю. Інноваційні туристичні продукти, що охоплюють різні тематики заходів. Регулярність заходів і стимулювання повторних відвідувань дозволяють надалі прогнозувати розвиток місця призначення.

У всьому світі подієвий туризм є не тільки позитивною складовою іміджу країни, а й візитною карткою міста, а також каталізатором розвитку економічного середовища. Успішно організовані заходи по всьому світу приваблюють мільйони туристів, забезпечуючи тим самим постійний приплив валюти. Наприклад, Октоберфест в Мюнхені приваблює 600 з 195 мільйонів чоловік на рік, з яких 30% - туристи з інших країн. Або фестиваль у Бразилії, його барвистість приваблює туристів з усього світу. Всі ці заходи

не тільки сприяють припливу грошей в країну, але і забезпечують тисячі робочих місць щорічно [6].

«Туризм є безперечним джерелом багатства країни, доходів корпорацій і зайнятості. Стале управління туризмом може принести користь як людям, так і планеті в цілому в рівній мірі». Це слова Генерального секретаря ООН Пан Гі Муна, який оголосив про це на загальних зборах Всесвітньої туристської організації (ЮНВТО) в 2013-2018 роках. За оцінками міжнародних експертів, за останні 10 років одним з найбільш динамічно розвиваються видів туризму є подієвий туризм, і його світовий оборот виріс з мільярдів доларів до сотень мільярдів доларів.»

Вищевикладене свідчить, що подієвий туризм може бути постійним (музеї, пам'ятники, Місця відправлення культу, природні пам'ятки, історичні місця) і тимчасовим (культурні, спортивні та музичні заходи). Подієвий туризм багатогранний і різноманітний, щороку поповнюється новими турами і проводиться регулярно з випадкових місць [7].

1.2. Класифікація подієвого туризму.

«Подієвий туризм» може бути класифікований як за масштабом заходу (Національний або міжнародний рівень), так і за тематикою заходу. Ви можете ознайомитися з різними світовими подіями і представити наступний список основних заходів, на яких заснований «подієвий туризм»:

- фестивалі (гумор, краса, мода, автомобілі, музика, гонки, освіта, культурно-просвітницька діяльність, пиво, кінофестиваль);
- карнавал;
- конкурси (пісні, ігри, краса, спорт);
- національні свята (Новий рік, День незалежності, День Конституції);
- релігійні свята (Різдво, Великдень);
- церемонії (весілля, приведення до присяги в офісі Президента країни, нагородження, коронація);

- виставки (картини, ювелірні вироби, одяг, Антикваріат, археологічні знахідки, керамічна плитка, сучасні вироби, квіти і т. д.);
- ярмарок (щорічний та регулярний);
- парад;
- створення об'єктів (храми, розважальні заклади, салони краси);
- природні явища (сонячне затемнення, виверження вулкана);
- шоу (корида, скачки) [9].

Серед тематичних видів заходів в подієвому туризмі, розглянувши події більш детально і на конкретних прикладах, ми можемо виділити наступні:

- 1) національні фестивалі та свята;
- 2) ігрові шоу;
- 3) кінофестивалі та театральні фестивалі;
- 4) фестиваль гурманів;
- 5) свято квітів та виставка;
- 6) показ мод;
- 7) аукціон;
- 8) музичні фестивалі та конкурси;
- 9) спортивні заходи;
- 10) міжнародний технічний салон.

Але в цілому це всього лише перелік окремих подій, і для того, щоб проаналізувати ситуацію всередині економічного регіону, необхідно відповідність регіону певним особливостям туристичного продукту і його специфіки. Тому, виходячи з об'єктивних потреб, ми пропонуємо провести наступну класифікацію видів подієвого туризму:

1. За територіальним охопленням:

- місцеві (місцеві свята та заходи – дні міста, міські конкурси, невеликі церемонії);
- регіональні (регіональні фестивалі, виставки, шоу);
- внутрішні (свята, інавгурація президента і т. д.);

- закордонні, виїзні, закордонні установи (ярмарки, конкурси, змагання, релігійні заходи);
- міжнародні (міжнародні свята, карнавали, фестивалі, виставки, змагання).

2. Залежно від кількості учасників у сформованій групі:

- невеликі (до 10 осіб, включаючи сім'ї, одиноких і незалежних);
- середні (група з 10-50 чоловік);
- великі (більше 50 осіб);
- глобальні (більше 300 учасників);
- змішані (формується різна кількість груп).

3. За сферами життя: [12]

- культура;
- спорт;
- майстерня;
- відкриті для публіки;
- історичний;
- природний;
- змішаний.

4. За кількістю заходів (кількістю турів):

- 1) вузькоспеціалізовані (1);
- 2) широкоспеціалізовані (3 і більше заходів).

Ми також пропонуємо виконати таку класифікацію заходів (events):

1. Залежно від тривалості туру / події:

- 1) короткострокові (один день, два дні, включаючи тур вихідного дня);
- 2) середня тривалість (від трьох днів до тижня);
- 3) тривалі (більше 1 тижня).

2. Залежно від загальної кількості людей, які відвідали захід (за форматом):

- невелика група (до 100 осіб);
- середній розмір (100-1000 чоловік);

- великий формат (1000-5000 осіб);
- масовий (більше 5000 чоловік).

3. Залежно від часу проведення заходу (event):

- минулі локації та заходи (включаючи дублікати заходів);
- участь в заходах в режимі реального часу;
- синтезовані (комбінація, що відтворює минулі і сучасні пам'ятки).

4. Відповідно до ексклюзивних прав на події:

- закриті заходи високого класу;
- доступні ведучі;
- опублікований.

5. Залежно від вартості участі:

- доступно широкому колу (для споживачів з низьким рівнем доходу);
- середня вартість (для середнього класу або вимагає попереднього накопичення капіталу);
- престижний дорогий захід [13].

Існує безліч прикладів різних вивісок, але основні види подієвого туризму можна позначити наступним чином: малий-закриті престижні вечірки; в рамках професійних свят, змагань, лицарських турнірів-урочисті заходи; дні великих міст, фестивалі, виставки; глобальний-загальносвіттові заходи та евенти – міжнародні конкурси та фестивалі, споглядання природні явища, конференції це включає в себе: міжнародні-чемпіонати Європи та світу з футболу; Національні-конкурси краси «Міс Україна»; регіональні-районні виставки; місцеві дні міст, святкування місцевих свят; культурні-свята, фестивалі; спортивні-спортивні змагання; мистецькі-мистецькі заходи, концерти, виставки; громадські-зібрання; Історичні-славні місця, відтворення подій, турніри Природа - споглядання природних явищ; змішані - святкові новорічні тури.

Одним з найбільш унікальних подій є святкування Нового року. Залежно від кількості учасників торжества, місця його проведення та інших ознак, його можна віднести практично до будь-якої категорії. Якщо це тиха сімейна

подія в найближчому відповідному місці, то в класифікації вона відбувається як невелика місцева культурна подія. Але якщо ця сім'я збирається відвідати одну із зарубіжних країн і відсвяткувати її за східним календарем, знайомлячись з традиціями місцевих жителів, то це вже змішаний іноземний, а можливо, навіть дорогий знаменитий тур. Якщо святкування передбачається проводити всім трудовим колективом, та ще поруч з головною різдвяною ялинкою міста, області або країни, то це вже може бути середньо - або великомасштабне синтетичне, а можливо, навіть закордонний або міжнародний захід середньої вартості. Ці приклади доводять, що дана наукова категорія має широке поле для теоретичного пошуку і вдосконалення системи інтерпретації та визначення [14].

На закінчення слід зазначити, що туроператори іноді активно використовують різні заходи для формування туристичних продуктів і залучення туристів. Найпопулярнішим у світі є участь у подібних заходах:

- олімпійські ігри;
- чемпіонат світу з футболу;
- конкурс пісні «Євробачення»;
- міжнародний кінофестиваль у Каннах;
- карнавал у Бразилії.

Таким чином, резюмуючи вищесказане, ми підтверджуємо висновок про те, що класифікація видів туризму різноманітна, багатогранна, динамічна і постійно змінюється. Ці системи були вдосконалені, доповнені і розширені для нових видів туристичних продуктів, видів туризму, об'єктів туристичної уваги або використовуваного транспорту і т.д. Таким чином, пропозиція про включення подієвого туризму в систему класифікації видів туризму обгрунтовано. І були підтвержені актуальність і необхідність подальших наукових досліджень видів туристичних продуктів, і, зокрема, подієвий туризм вимагає детального аналізу та вдосконалення [15].

1.3. Історія виникнення та розвитку інвентарного туризму

Подієвий туризм як вид діяльності туроператорів незважаючи на молодість туризму, коріння цього явища йдуть вглиб століть і пов'язані зі звичаями і традиціями різних народів. Подієвий туризм – один з найстаріших видів туризму. Спочатку це був не звичний нам туризм, з взаємопов'язаними компаніями та організаціями туристичної індустрії. Швидше, це був масовий Аматорський туризм. Тисячі людей відправлялися в далеку подорож і були захоплені важливими подіями і активностями. Пересування великої кількості людей відкрило можливості для торгівлі на дорогах, дорожнього будівництва та появи перших підприємств розміщення та громадського харчування.

Причини виникнення сягають глибокої давнини, а також до історії виникнення подієвого туризму. За час становлення людського суспільства 12 подорожей були продиктовані необхідністю виживання. Люди переміщалися в пошуках їжі і забезпечували власну безпеку. Перші документально підтвержені відомості про виникнення подієвого туризму відносяться до глибокої давнини. Вони асоціюються з Олімпійськими іграми, найбільшими спортивними змаганнями в Стародавній Греції. Олімпія була місцем проведення ігор, присвячених олімпійським богам.

У менших масштабах проводився великий або міський Діонісій, який проводився на честь бога Діоніса. Центральним місцем фестивалю був театр.

Гладіаторські бої були популярні в Стародавньому Римі, а школи гладіаторів були відкриті у всіх великих містах. Іноді знамениті гладіатори влаштовували «екскурсії» по містах імперії, і тому любителям кривавих келихів більше не було потрібно далеких подорожей. Таким чином, подієвий туризм Стародавньої Греції і Стародавнього Риму був пов'язаний з проведенням великих спортивних змагань і театральних вистав. У більшості випадків мандрівникам доводилося долати великі відстані. Мотивацією для поїздки було бажання особисто взяти участь в грандіозних за масштабом і важливості заходах.

Середньовіччя (V-XV століття) було не найкращим часом для подорожей, але ближче по організації і мотивації до подієвого туризму. Причин було кілька. Перша причина-криза транспортної інфраструктури, що виразився в руйнуванні доріг і мостів в Римі. Друга причина-політична нестабільність. Це виразилося в міжусобних війнах, пов'язаних з численними варварськими набігами і феодалної роздробленістю. В результаті кількість мандрівників скоротилася, а витрати на забезпечення безпеки зросли.

Але, незважаючи на це, в Середні століття з'явився новий вид подієвого туризму – «політичний туризм». Час проведення було скориговано таким чином, щоб воно збігалось з важливими монархічними подіями, такими як Коронація, весілля членів Королівського і аристократичного будинків і принесення 13-ї присяги. Зазвичай святкове торжество супроводжувалося турніром торговців з товарами, артистів (мімів, акробатів, бродячих поетів) і лицарськими поєдинками. Натоп жebraків був зачарований роздачею милостині. Політичний туризм стимулював розвиток міста, пов'язаний з цією подією.

Наприклад, традиційна Коронація короля Франції на Рейні привернула людей різних станів і достатку. Ні Коронація, ні королівське весілля не мали чіткого розкладу, що негативно позначилося на ймовірності участі всіх зацікавлених сторін.

Ярмарок став ще однією формою середньовічної подорожі. З розвитком продуктивних сил і міжнародної торгівлі в Європі з'явилися і отримали широку популярність торгові ярмарки. Це були ярмарки шаманів, найбільшою популярністю вони користувалися в XIII столітті. Ярмарок проводився щороку і тривав два місяці. Середньовіччя також привнесло елемент туризму подій у широко розповсюджену практику паломництва, яка була пов'язана із скликанням церковних соборів для зміцнення та поширення віри та боротьби з ерессю.

Карнавал став новою формою дозвілля в епоху Відродження. По суті, вони є аналогом Православної Масляної і знаменують прощання з веселим

життям і початок великого (Великоднього) посту. Карнавал був дуже популярний у Франції, Італії, Іспанії та Португалії. Карнавал в Середні віки був локальним Заходом і не приваблював багато мандрівників. В епоху Відродження ситуація почала змінюватися, і карнавал став набувати характеру спеціально організованого свята. Особливою популярністю користувалися карнавали у Венеції і Римі. В рамках карнавалу проводилися вистави, костюмовані ходи і народні гуляння. Розквіт карнавалу припав на XVI-XVII століття. В епоху Великих географічних відкриттів карнавал перетнув море і з'явився в Америці. На сьогоднішній день найвідомішим є карнавал у Ріо-де-Жанейро, Бразилія.

Мода на «Гранд-тур» була характерна для подієвого туризму нової ери, коли дворяни відправляли своїх дітей в тривалі поїздки за кордон. Нова епоха стала часом становлення сучасного подієвого туризму.

Конференц-тури стали новим етапом у розвитку подієвого туризму. Вони з'явилися в XVII столітті. Це як зустріч експертів у певній галузі. Перша подібна конференція, Міжнародна конференція лікарів, відбулася в Римі в 1681 році.

Події туризму XIX століття проявлялися на виставках. Найбільша виставка цього періоду:» велика виставка промислових виробів усіх країн», Лондон, 1851 рік. На виставці були представлені промислові товари, вироби ручної роботи, нові технології та матеріали. Незважаючи на те, що він поступався Лондону за кількістю відвідувачів, він мав успіх у Новому Світі, а Всесвітня виставка промисловості, сільського господарства та мистецтва, що відбулася в Парижі в 1855 році, залучила понад 5 мільйонів людей. Всього в XIX столітті відбулося 19 виставок: 12 в Європі, 5 в Америці і 2 в Австралії.

У першій половині XX століття Виставки почали втрачати популярність. Це було обумовлено двома причинами: Першою світовою війною (1914-1918) і першою фінансово-економічною кризою, Великою депресією (1929-1939), і, як наслідок, зниженням рівня життя населення. Але всесвітні

виставки нікуди не зникли, вони і сьогодні проводяться в багатьох країнах світу.

У 20 столітті подієвий туризм природним чином стає одним з найпомітніших видів сучасного туризму.¹ Його внесок у появу та розвиток нових туристичних напрямків особливо великий.

Першим кроком у розвитку сучасного подієвого туризму стало відродження олімпійського руху. Засновником став французький громадський діяч П'єр де Кубертен. У 1894 році в Сорбонні він запропонував відродити олімпійський рух. Незабаром після цього був сформований Міжнародний олімпійський комітет (МОК), який взяв на себе організацію змагань. До кінця ХХ-початку ХХІ століття. Подібні заходи почали набувати цивілізованого вигляду. Враховуючи зростаючу популярність спортивних змагань, фестивалів, конкурсів, форумів і т. д. І передбачаючи очевидну прибутковість, за справу взяли професійні організатори. Сформувався і почав активно розвиватися новий вид бізнесу - event-менеджмент.

РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК ІНВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Проблеми та перспективи розвитку інвентарного туризму в Україні

Подієвий туризм в Україні є відносно молодим напрямком туризму. Його поступове впровадження здійснюється на регіональному рівні в основному за допомогою громадських, культурних, спортивних, освітніх та інших заходів, що проводяться в місті.

В Україні івент-індустрія бере свій початок у 20-х роках 90-го століття. Історично склалося так, що цей захід виділився в самостійну область тільки в останні 20 років. Це зростання обумовлено задоволенням потреб людей, які завжди хотіли отримати новий досвід, стати частиною подій, впливати на хід або відчувати приємне почуття причетності до чогось більшого.

Подієвий туризм сприяє розвитку всієї туристичної галузі України завдяки наступним факторам:

- цікавість молоді (незвичайні свята);
- розвиток і поширення українських культурних традицій.
- освітня цінність.
- інформаційна цінність (поширення позитивного іміджу України);
- презентація України для іноземних туристів.
- розвиток малого та середнього бізнесу.
- залучення інвестицій від українських та іноземних компаній.
- співпраця органів державної влади з суб'єктом туристичної діяльності.

Незважаючи на велику кількість позитивних моментів для розвитку культури та економіки України, розвиток подієвого туризму ускладнюється через відсутність актуальної інформації про події, що відбуваються в тому чи іншому місті. На міжнародній арені відсутній імідж України як туристичної країни. Негативний вплив робить і практично повна відсутність зв'язків держави з суб'єктом туристичної діяльності

Поширення подієвого туризму залежить від правильної організації подієвих турів туристичними агентствами, їх обізнаності про потенціал регіону. Ресурси подій є невід'ємною частиною туристичних продуктів, але працівники туристичних компаній рідко включають відвідування заходів у свої туристичні програми. Тільки в 2002 році туристичні компанії почали надавати послуги з організації таких турів.

Важливою передумовою для організації подієвого туризму є своєчасне створення маркетингових програм, доступність інформації про захід і організація його систематичного проведення. Це дозволяє туристичним компаніям заздалегідь планувати подієві поїздки [16].

Подієвий туризм вигідний в організаційному плані для України, оскільки не вимагає залучення великої кількості матеріальних ресурсів. Ресурсами подієвого туризму є фестивалі, карнавали, традиційні свята, виставки, салони краси, форуми, конференції, спортивні змагання, концерти. Щоб провести захід туристичного масштабу, вам потрібен сучасний і цікавий сценарій, присвячений цій події. Крім того, для проведення подібних заходів організатори, рекламна підтримка повинні мати інфраструктуру у вигляді звукового та світлового супроводу, спеціальних костюмів, організовувати безпеку туристів, розвиток подієвого туризму має важливе культурне значення для України. Завдяки йому міжнародні та вітчизняні туристи можуть познайомитися з культурою країни, відчутти себе учасниками організованих тематичних заходів, скуштувати страви національної кухні та придбати вироби місцевих майстрів.

Особливий інтерес представляють особливості привабливості українських туристів, які складаються з багатьох факторів. До таких факторів відносяться місткість і місткість об'єктів розміщення туристів (Готелі, Кемпінги і т.д.), рівень розвитку транспортних мереж, можливість відвідування культурних та історичних пам'яток, забезпеченість туристичних мереж обслуговуючим персоналом і т.д. зрозуміло, що створення, підтримка і

розвиток туристичного потенціалу вимагає дуже великих витрат, а його структура має географічні особливості.

Відмінною особливістю подієвого туризму в Україні є те, що він щороку оновлюється, поповнюється новими подієвими турами і з часом переходить від випадкового до регулярного. У будь-якому регіоні України проходить безліч масштабних заходів, привабливих для вітчизняних та іноземних туристів.

Події слід відзначити найбільш популярні і привабливі події сфери туризму: фестивалі, ярмарки, театралізовані вистави, національні свята, народні гуляння і т. д.

Регулярно проводяться заходи, присвячені певним святкам і тематиці, які приваблюють жителів всієї країни, а іноді і іноземців. Також часто проводяться громадські та освітні заходи, переважно у великих містах, але частка іноземців, які беруть участь у цих заходах, невелика. У зв'язку з різними подіями зростання в'їзного туризму в Україну не носить систематичного характеру, а в основному пов'язаний з такими подіями, як «Євробачення», Євро-2012. Більшість заходів в Україні проходять в місцевому та регіональному масштабі, що не сильно приваблює навіть українських туристів і сприяє розвитку в'їзного туризму [17]. Згідно з недавнім дослідженням, до 2020 року кількість учасників подієвого туру перевищить кількість учасників екскурсійного туру, на частку якого може припадати більше 35% від загального попиту на гетерогенні тури [18].

В Україні подієвому туризму сприяє її геополітичне розташування, етнічний склад населення, особливості традицій і обрядовості. За допомогою аналізу туристичного порталу «Укртуризм» було створено список найбільш відвідуваних внутрішніх подій в Україні [19] Футбольні ігри української збірної і клубів, Ліга Чемпіонів, Кубок УЄФА і ін.; КиївМузикФест (Київ);• Таврійські ігри в Новій Каховці;• Казантіп;• Дні міст України (День Києва і т.д.);• Юморина в Одесі;• Національний Сорочинський ярмарок;• Червона рута;• Міжнародний Гуцульський фестиваль;• Форум музики молодих

(Київ);• Столичне Автошоу;• Кубок Вадима Гетьмана;• Концерти зарубіжних і вітчизняних зірок;• Сучасне мистецтво в Україні від Pinchuk art centre;• Міжнародні і всеукраїнські виставки та ін.• Також до маловідомих проте незвичайних івентів можна віднести фестиваль «Бандерштат», який проводиться у с. Рованці вже приблизно 10 років. Ціль фестивалю – екскурс до минулого українського народу, його культури, традицій та пропаганда сучасного українського мистецтва.

У Києві на «Арт Завод Платформа» майже цілий рік відбуваються різні фестивалі, наприклад фестивалі «Street Food» що за кордоном мають велику популярність, та маловідомі в Україні чи навіть для киян, але доцільно щоб їх позиціонувати на регіональному або державному рівні. Отже, незважаючи на важливі пріоритети та існуючі можливості подієвого туризму в Україні, на жаль, цьому виду туризму не приділяється достатньої уваги, повною мірою його потенціал, як правило, не використовується для розвитку як туризму, так і економіки регіону. Всі заходи проводяться тільки як культурні, спортивні або ділові заходи і не асоціюються з ресурсами подієвого туризму [20].

Щоб сприяти розвитку подієвого туризму на території України, необхідно на державному рівні:

- розробити актуальний календар подій, які могли б зацікавити туристів;
- забезпечити належне фінансування витрат, пов'язаних з маркетинговими заходами та організацією подій; – забезпечити систематичне проведення подій;
- за рахунок економічних механізмів (зокрема, зниження податків), стимулювати туристичні підприємства до розробки туристичних продуктів на основі подієвого туризму;
- організувати підготовку висококваліфікованих кадрів для координації та реалізації подієвих турів;

– розробити логістику для кожної події; – створити необхідну інфраструктуру для кожної події; – забезпечити належну безпеку туристів під час проведення події [3].

Запропоновані дії сприятимуть формуванню зацікавленості та стабільного попиту з боку туристів до подій, що, в свою чергу, стимулюватиме розвиток івент-туризму [21].

У сучасному світі подієвий туризм є важливим і необхідним явищем, що стимулює продажі багатьох туристичних напрямів та відіграє значну роль у мотивації туризму. Втім в Україні розвиток як подієвого туризму, так і туристичної галузі в цілому, пов'язаний з певними проблемами і негативними процесами. [22]

Слід зазначити, що подієвий туризм має невичерпний ресурсний потенціал та є перспективним напрямком для розвитку туризму в Україні. В той же на сьогоднішній день на державному рівні відсутня належна підтримка, не розроблені маркетингові заходи з метою просування вітчизняних продуктів подієвого туризму на міжнародний ринок. Для розвитку подієвого туризму слід систематизувати і організувати необхідні інформаційні потоки, а також скласти чіткий план дій. Подієвий туризм в Україні все ще знаходиться на ранній стадії розвитку та потребує більш детального вивчення і підтримки на різних рівнях.

На сьогодні не існує загального механізму правового регулювання подієвого туризму в Україні. Розробка пропозицій з питань державного регулювання такої діяльності, а також організація проведення міжнародних, всеукраїнських, регіональних мистецьких фестивалів і конкурсів знаходиться під юрисдикцією Міністерства культури України. Практично ж всі заходи в Україні регулюються лише власними Положеннями про проведення, або ж вимогами керівних.

Подальше поширення подієвого туризму в нашій країні вимагає посилення просування національних туристичних продуктів, збільшення кількості українських та іноземних туристів, а також розвитку подієвого

туризму як перспективного сегмента туристичного ринку регіонального, крайового та національного рівня, використання event-менеджменту, який є використовувється при плануванні, проведенні та управлінні заходами, як важливий мотиватор в туризмі [22].

У таблиці 21. представлено SWOT-аналіз, він допоможе зрозуміти, які аспекти слід покращити, на які можливості варто звернути увагу, та які загрози можуть вплинути на розвиток інтенсивного туризму.

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз розвитку івентивного туризму

<i>Сильні сторони (Strengths)</i>	<i>Слабкі сторони (Weaknesses)</i>
висока привабливість місць з унікальними природними і культурними особливостями	відсутність інфраструктури в деяких регіонах
підтримка місцевих громад та економіки	нестача кваліфікованих кадрів
збільшення фізичної активності серед населення	можливі екологічні наслідки
створення нових робочих місць	сезонність діяльності
<i>Можливості (Opportunities)</i>	<i>Загрози (Threats)</i>
залучення інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури	зміни клімату, які можуть впливати на туристичні сезони
розвиток екологічного туризму	конкуренція з іншими туристичними напрямками
використання новітніх технологій для просування	політична нестабільність у регіоні
підвищення інтересу до активного способу життя	пандемії та інші глобальні кризи

Таким чином, можна зробити висновок, що на даний момент подієвий туризм є найбільш перспективним видом туризму на міжнародному рівні, він динамічно розвивається і допомагає залучати споживачів туристичних послуг незалежно від пори року. На жаль, подієвому туризму в Україні не приділяється достатньої уваги, і країна використовує всі потенційні ресурси для економічного розвитку пріоритетних напрямків. Всі заходи позиціонуються тільки як культурні, спортивні або розважальні заходи і не відносяться до основ подієвого туризму. Дослідження туризму подій все ще знаходяться на ранній стадії розвитку і вимагають більш детального вивчення проблем та підтримки для підвищення мотивації споживачів.

2.2. Використання світового досвіду подієвого туризму в Україні

Світовий досвід показує, що найбільш ефективним способом розвитку

Туризм в певній області полягає в створенні місцевої маркетингової організації. Його головна функція-розмістити це місто як Туристичний центр (села, селища), щоб збільшити кількість його відвідувачів. Тобто вони займаються плануванням, розробкою та впровадженням, а також коригують маркетингову стратегію дестинації. В їх можливості також входить створення іміджу і, в кращому випадку, бренду на своїй території.

Дослідження канадських вчених показують, що більшість місцевих маркетингових організацій у своїй країні розвивають подієвий туризм. Вони стверджують, що розвиток цього виду відпочинку дозволяє, в першу чергу, синхронізувати потік туристів протягом усього року. Як відзначили канадські маркетологи, ключовим моментом також є постійне оновлення існуючих і створення нових привабливих заходів. Такий підхід дозволяє постійно розширювати аудиторію відвідувачів, не втрачаючи при цьому існуючу.

Початковим етапом створення нового заходу є визначення його значущості для регіону, оскільки його майбутня популярність і попит на товари і послуги багато в чому залежать від зусиль виробника (в даному випадку місцевої маркетингової організації). Чим дорожче компанія оцінює свій продукт і інвестує в нього, тим більший зворотний ефект вона отримує. Тому, плануючи подію, місцева маркетингова організація повинна спочатку визначити, що майбутня подія дасть місце призначення, і яку цінність вона матиме.

Цінність події визначається набором характеристик, таких як можливість розвитку, кількість глядачів та якість обслуговування (у цьому випадку тип події, наприклад, проводиться фестиваль).,

Його якісними характеристиками є тематика, список визначних пам'яток і т.д. до них відносяться можливість поліпшення іміджу регіону, громадська

підтримка, екологічна цінність, економічний ефект і стійкість до несприятливих факторів. Залежно від ціннісних характеристик заходу плануються всі заходи: його підготовка, просування, пошук партнерів і т. д.

Виходячи з цього принципу, ажіотажний попит можливий тільки на ті заходи, організація яких вимагає значних фінансових витрат.

На світовому рівні це найбільші фестивалі в світі (Сан-Марко в Мексиці, Октоберфест в Німеччині), спортивні змагання (Тур де Фарнес, літні та зимові Олімпійські ігри), навпаки, заходи регіонального та загальнодержавного значення не вимагають значного фінансування для організації (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Можливості використання світового досвіду подієвого туризму в Україні

<i>Світовий досвід</i>	<i>Застосування в Україні</i>	<i>Очікуваний результат</i>
<i>Единбурзький фестиваль (Шотландія)</i>	Створення великих культурних фестивалів у різних містах України	Залучення міжнародних туристів, підвищення культурного рівня
<i>Октоберфест (Німеччина)</i>	Організація великих тематичних фестивалів, таких як пивні фестивалі	Розвиток місцевої економіки, створення нових робочих місць
<i>Каннський кінофестиваль (Франція)</i>	Проведення міжнародних кінофестивалів у Києві та Одесі	Підвищення іміджу України на міжнародній арені, залучення кінематографістів
<i>Супербоул (США)</i>	Проведення масштабних спортивних заходів, таких як футбольні та хокейні матчі	Розвиток спортивної інфраструктури, залучення спортивних фанатів
<i>Ріо-карнавал (Бразилія)</i>	Організація великих карнавалів та парадів у великих містах України	Підвищення туристичної привабливості, розвиток культури та мистецтва
<i>Тур де Франс (Франція)</i>	Проведення міжнародних спортивних змагань, таких як велоперегони та марафони	Розвиток спортивного туризму, залучення активних туристів
<i>Томорроуленд (Бельгія)</i>	Організація великих музичних фестивалів на відкритому повітрі	Залучення молоді, розвиток музичної культури
<i>Міжнародні виставки та ярмарки (напр., ЕХРО, США, Німеччина)</i>	Проведення міжнародних виставок та ярмарків у Києві та інших містах	Залучення бізнес-туристів, розвиток бізнесу та економіки

Визначити бажаний масштаб події, здається, не надто складно, але наступним кроком є пошук консенсусу між бажаннями всіх зацікавлених сторін. Участь у концептуальних рішеннях дуже проблематична. Такі вечірки-це, перш за все, установи місцевого населення та сфери послуг, які працюють над задоволенням попиту туристів. Складність полягає в тому, що у кожної сторони є своя мета. Місцеві маркетингові організації прагнуть створити імідж місця призначення, залучити в регіон якомога більше туристів і коштів інвесторів і т.д. місцеве населення, з одного боку, зацікавлене в поліпшенні інфраструктури і соціальних благ, але, з іншого боку, його не радує скупчення відвідувачів. Власники розважальних закладів зацікавлені тільки в тому, щоб отримувати якомога більше прибутку від туристів.

Тому організація мегаподій світового значення не потребує особливої уваги до такої функції, оскільки її цільовою аудиторією є глобальна спільнота з визнаними міжнародними цінностями та кодексами поведінки. Якщо говорити про суто локальні заходи, в яких можуть розібратися тільки представники цієї субкультури, то перспективи розвитку індустрії туризму на їх основі сумнівні. Адже залучення людей з іншими традиціями до місцевих ритуалів і вірувань призводить до трансформації і втрати унікальності, що нецікаво місцевим жителям.

Після обліку всіх позицій визначається тематика заходу. Тому в світовій практиці широко поширена регіональна спеціалізація на певних видах заходів: спортивних, художніх, світських. Залежно від спеціалізації розвиток регіону відбувається по-різному.

Саме тому в кожному штаті Австралії є своя місцева маркетингова організація, яка проводить заходи різної спрямованості, такі як Аукціони, фестивалі мистецтв і т.д. Така диверсифікація діяльності в кінцевому підсумку задає різний вектор розвитку окремим регіонам. 1. Ще одним прикладом спеціалізації є програма Спортивного Альянсу Канади, яка створює в країні умови для проведення чемпіонатів світу з різних видів

спорту. Альянс здійснює свою діяльність через представників усіх місцевих маркетингових організацій в країні. Зрозуміло, що такий напрямок діяльності, в першу чергу, сприяє розвитку спортивної інфраструктури регіону.

Подальше планування заходу передбачає такі організаційні процедури, як:

- розробка інвестиційних проектів;
- розробка системи маркетингових комунікацій;
- розробка програм співпраці з туристичними операторами, консульськими установами (якщо плануються міжнародні заходи) та
- іншими учасниками ринку.

В Україні розвиток регіону з точки зору туризму належить до компетенції Державної служби туризму і курортів при Департаменті стратегії, державних програм, регіонального розвитку. Так, в кожному регіоні є свій департамент вищевказаної структури, який в основному займається охороною культурних і природних пам'яток, обліком і звітністю в сфері туризму, але не розвитком регіону.

На регіональному рівні вам необхідно перейняти світовий досвід створення місцевої маркетингової організації. Найкраще прив'язати їх безпосередньо до населених пунктів, а не до адміністративно-територіальних структур, і залучати до роботи представників тільки місцевих спільнот. Його також рекомендується об'єднати з системою туристичних інформаційних центрів, які існують в більшості країн світу, але в Україні поки не розвинені належним чином. Що стосується спеціалізації окремих регіонів, то таких локальних заходів в Україні вже дуже багато, тому туризм фестивалю на даний момент є найбільш перспективним для нашої провінції, вони проводяться не професійними організаторами, а в основному місцевими любителями, і тому мають суто місцеве значення. Якщо говорити про масштаби розвитку фестивалю, то найкраще планувати їх як регіональні або унікальні регулярні заходи. На даний момент мега-заходи проводяться на

території нашої держави - Одеської гуморини, адже на сьогоднішній день вона вже збирає понад 50 мільйонів чоловік і приваблює прихильників не тільки з України, а й з-за кордону.

Однією з найважливіших функцій влади регіонів, де розвивається подієвий туризм, є оцінка ефективності подієвих заходів. Протягом останніх 20 років вони намагалися оцінити економічний ефект заходів. Дослідники систематизують основні підходи до оцінки, проводять мультиплікативний аналіз та розглядають переваги та недоліки різних підходів. Продовжуємо розвивати розуміння позитивних і негативних аспектів заходу, а також вивчаємо думки жителів про захід і їх думки про підсумки заходу. Однак при оцінці результатів важливо пам'ятати, що заходи не сприяють збільшенню продажів, а є інструментами формування іміджу, які забезпечують такі комунікаційні ефекти, як впізнаваність в регіоні, лояльність і т. д. Для регіональної влади організація і проведення подієвих заходів - це інфраструктура можливостей для розвитку туристичної інфраструктури, залучення інвесторів і підняття туристичного сектора на якісно новий рівень.

Успіх розвитку подієвого туризму залежить від існуючої системи стратегічного планування подієвих заходів. Процес організації та планування подієвого туризму досить складний, залучає велику кількість учасників, кожен з яких виконує певні функції відповідно до своїх інтересів. Кожен захід вимагає ефективної організації, а оригінальність креативного рішення повинна відповідати загальному напрямку розвитку бренду, точної орієнтації на цільову аудиторію і ретельній підготовчій роботі. Конфігурація

А кількість учасників, залучених в стратегічний процес, залежить від ступеня розвитку туристичного сектора. Ключове завдання полягає в тому, щоб знайти форму ефективної взаємодії між різними учасниками ринку для створення привабливих туристичних продуктів з урахуванням специфічних особливостей і потенціалу регіону.

При правильному підході до організації соціально-культурні завдання, що формують імідж регіону, успішно вирішуються не тільки всередині

країни, але і за кордоном, в результаті чого збільшується потік туристів і фінансовий приплив учасників туристичного ринку.

Сучасний подієвий туризм – це не тільки перспективний і динамічно розвивається сегмент світового туристичного ринку, але і яскравий, багатогранний і нескінченно захоплюючий інструмент просування території. Реалізовувати іміджеву політику, коригувати і моделювати імідж регіону для підвищення ефективності роботи з просування хорошого іміджу російського регіону на внутрішньому ринку.

А зовнішній ринок повинен об'єднати зусилля експертів в області суспільних комунікацій і регіональних влад для вирішення нагальних проблем, що створюють позитивний імідж. Результатом такої взаємодії повинна стати нова точка тяжіння для туристів.

Тому концепція регіонального розвитку, заснована на подієвому туризмі, дуже перспективна, оскільки дає відносно швидкий і позитивний економічний ефект. Світовий досвід показує, що оптимальним способом розвитку цього виду відпочинку в конкретній місцевості є створення місцевої маркетингової організації, основною функцією якої є формування іміджу конкретної місцевості і збільшення кількості туристів, які відвідують її. В даний час в Україні немає мережі подібних спеціалізованих центрів. Якщо він буде створений, то можна буде говорити про регіональний розвиток за рахунок поліпшення існуючих місцевих заходів.

РОЗДІЛ III. РОЗВИТОК ІНВЕНТАРНОГО ТУРИЗМУ У ВОЛИНСЬКІЙ ТА РІВНЕНСЬКІЙ ОБЛАСТЯХ

3.1. Івентивний туризм на Волині: проблеми та перспективи розвитку

У Волинській області знаходяться унікальні історичні поселення та унікальні природні заповідники: Луцький – «Старе місто» та Володимир-Волинський – «Древній Володимир».

На відстані 15 км від Луцька в селі Рокині знаходиться скарбниця історичних пам'яток - Музей історії сільського господарства Волині з більш ніж 200 експонатами, діюча експозиція під відкритим небом - Волинський скансен.

Вражаючи регіональні особливості Волинської області, поряд з багатством природних ресурсів та історико-архітектурним потенціалом, сприяють організації сучасної туристичної інфраструктури та розвитку внутрішнього і міжнародного туризму на її території.

Кількість пам'яток культури, що охороняються державою на території Волинської області, становить понад 200 тисяч об'єктів. Багато з них розташовані в місті Луцьку, який є центром області.

До цінних культурних пам'яток міста відносяться замок над Луцьком (так званий Любатський замок) ХІІІ-ХІV століть, церква Покрови Пресвятої Богородиці ХІІІ-ХV століть, кафедральний собор святих апостолів Петра і Павла ХVІІ століття, церква Св. Воздвиження Хреста Господнього в ХVІІ столітті, синагога в ХVІІ столітті, собор Святої Трійці в ХVІІІ столітті і євангельський Аугсбург на початку ХХ століття. У тому числі і церква. Унікальним місцем є єдиний в Україні музей волинської ікони, а в його фондах знаходиться чудотворна Холмська ікона Божої Матері ХІ століття.

У Володимирі-Волинському, одному з колишніх Червенських міст, який в середні століття був столицею Володимир-Волинського князівства, знаходиться безліч цінних пам'яток культури, найбільш важливими з яких є

кафедральний собор Успіння Пресвятої Богородиці XII століть, церква Василя Блаженного XIII-XIV століть. століть, а також залишки середньовічних поселень. Недалеко від Володимира-Волинського, в селі Зимне, знаходиться Святогірський Успенський монастир, побудований у другій половині X-XI ст., це один з найстаріших об'єктів такого типу в Україні.

Доступ до місць на дорогах національного та міжнародного значення, а саме до ультрарегіональної транспортної інфраструктури, безпосередньо впливає на інвестиційну привабливість, підвищує цінність економічного простору та збільшує ймовірність залучення та поглинання зовнішніх факторів розвитку. Волинська область розташована на невеликій відстані від столиці, і більшість великих міст Центральної і Західної Європи розташовані в напрямку захід-схід і північ-південь в умовах інтенсивного розвитку світових економічних зв'язків.

Волинська область володіє важливими туристичними та рекреаційними ресурсами. У регіоні налічується 1534 об'єкти культурної спадщини, що знаходяться під охороною держави, 20 історичних поселень, 2 історико-культурних заповідника, 265 озер, 231 зона відпочинку і 3 національних природних парки (Цуманська пуца, Прип'ять-Стохід, Шацький національний природний парк) – досить розвинена мережа туристичних і рекреаційних об'єктів. Є великі компанії, які працюють над створенням власних туристичних продуктів та інвестують у розвиток власної матеріально-технічної бази.

В даний час тут налічується понад 130 туристичних компаній (туроператорів і туристичних агентств). Мережа санаторіїв і розважальних центрів регіону включає в себе більше 200 установ, більше 300 комплексів сільського зеленого туризму, з яких 226 розташовані в Шацькому районі. У попередні роки на реставраційні роботи пам'яток історії та культури - туристичних експонатів - було виділено значні кошти з державного та місцевих бюджетів. Зокрема, були відремонтовані та відреставровані

Меморіальний музей В'ячеслава Липинського в селі Затурці Локачинського району, шляхетський будинок у Луцькому замку, будинок Ігоря Стравінського в Устилузі та Покровська церква в селі. Піддубці Луцького району. Будівництво доріг було проведено за рахунок коштів державного бюджету, з метою розвитку туристичної та рекреаційної інфраструктури Шацького району.

Нами був проведений SWOT-аналіз розвитку івентивного туризму на Волині виявляє значний потенціал регіону завдяки багатій культурній спадщині, природним ресурсам та вигідному географічному розташуванню, проте акцентує на необхідності покращення інфраструктури, маркетингу, підготовки кадрів та залучення інвестицій для подолання існуючих проблем і максимального використання наявних можливостей (табл. 3.1).

Таблиця 3.1.

SWOT-аналіз розвитку івентивного туризму на Волині

<i>Сильні сторони (Strengths)</i>	<i>Слабкі сторони (Weaknesses)</i>
багата культурна та історична спадщина	недостатня кількість якісних готелів, ресторанів
велика кількість історичних пам'яток, музеїв, замків	недостатня інформаційна підтримка і промоція
природні ресурси: національні парки, озера, ліси	гестача професійно підготовлених фахівців у сфері туризму
близькість до кордону з ЄС	відсутність достатніх фінансових ресурсів
унікальні місцеві традиції та фестивалі	низький рівень обслуговування туристів
<i>Можливості (Opportunities)</i>	<i>Загрози (Threats)</i>
залучення державних та приватних інвестицій	політична та економічна нестабільність
використання соціальних мереж та онлайн-ресурсів для промоції	конкуренція з іншими регіонами України та сусідніми країнами
розвиток екологічного туризму	негативні екологічні наслідки збільшення потоку туристів
отримання грантів та підтримки від міжнародних організацій	непередбачувані глобальні кризи (пандемії, природні катастрофи)
утворення нових культурних та історичних маршрутів	

Важливу роботу з інформування туристів, популяризації регіону, поширення інформації про туристичні та рекреаційні можливості проводять

міські підприємства «туристичний інформаційно-сервісний центр Луцька» та «Волинський екскурсійно-методичний центр» В рамках Програми транскордонного співробітництва, за участю організацій та установ Волинської області, реалізовано 5 транскордонних туристичних проектів, на ці кошти модернізується зоопарк в Луцьку, а також гідротерапевтичний корпус санаторію «Пролісок» для матерів і дитячий будинок будується в селі Грем'яче Ківерцівського району. Крім того, були підготовлені фахівці для туристичного сектора, прокладені і позначені маршрути пішого, кінного, велосипедного та водного туризму, підписано угоду про створення міжнародного туристичного кластера і спільне просування бренду «Полісся».

Для створення додаткових пам'яток та туристичних заходів на Волині майже щороку проводяться: міжкультурне свято «ніч у Луцькому замку», Екстремальний Водний туризм «Поліська регата», народні фестивалі «Фольклор та Поліське літо» та «Берегиня», сучасне театральне мистецтво «бродяча вішалка» та «Різдвяна містерія», джаз «Артяккооперація», сільський туризм «Мальованка» та багато інших.

Пам'ятки Волині мають майже тисячолітню історію, велику кількість майстрів різних ремесел, хороші умови для проведення ярмарків, виставок та фестивалів. Розвинена інфраструктура, хороші природні умови в місті і за його межами для активного відпочинку, наявність організацій, що спеціалізуються на тому чи іншому виді туризму.

Вищесказане показує перспективи розвитку подієвого туризму на Волині. 2 туристських інформаційних центру, 3 національних парки, 231 зона відпочинку, 118 пунктів рекреації, 267 озер, 285 ферм, 152 об'єкти розміщення, 7 санаторіїв, 17 музейних установ, 1534 об'єкти культурної спадщини, 11 фестивалів (57 з більш ніж 1000 туристів), 1 туристичний кластер, 8 позначених туристичних об'єктів, 7 туристичних знаків., 5 діючих туристичних клубів, 2 розважальних копарка, 2 офіційних туристичних веб-ресурсу, 341 суб'єкт туристичної діяльності в регіоні

Створено унікальний бренд Волині, і його просування триває. Створено перше і єдине туристичне місце в регіоні (www.tourism.volyn.uk), реалізовані проекти туристичної інфраструктури (маркування маршрутів, позначення туристичних напрямків), видані Сучасні рекламні каталоги українською, польською та англійською мовами, ведеться робота з відродження найбільшого туристичного маршруту «золота діадема Волині» (Volyn Golden Diadem).

Все вищесказане свідчить про створення досить широкого спектру можливостей для розвитку подієвого туризму на Волині, який представлений різними його видами. Водночас необхідно налагодити співпрацю та взаємозв'язок між усіма складовими туристичного процесу, координацію дій усіх учасників для налагодження сталого потоку туристичної інформації від організацій, що надають туристичні послуги, до споживачів цих послуг, а також обміну інформацією між галузевими партнерами та іншими відповідними секторами.

Цього можна досягти, створивши єдиний центр, що об'єднує представників державних структур, підприємців, туристичних компаній, готельного і ресторанного господарства, транспортного забезпечення менеджменту, організації великих заходів.

Важливим завданням є підготовка фахівців, здатних надавати якісні послуги туристам.

Події на Волині уповільнюють стрімкий розвиток туризму:

- нестача фінансування
- наявність черг у пунктах пропуску значно скорочує потік іноземних туристів;
- відсутність оптимального графіка руху залізничних складів;
- відсутність сучасних аеропортів;
- недосконалість законів, що регулюють родієвий туризм
- нестача штатних одиниць (профільних фахівців), відповідальних за розвиток туризму;

На жаль, сьогодні світ охоплений пандемією, і туристична діяльність проходить в умовах певних карантинних обмежень, що, крім іншого, перешкоджає розвитку родієвого туризму. Однак сучасні інноваційні технології дозволяють знайти конкретні рішення проблеми, наприклад, використовувати 3D-тури з доповненою реальністю для туристичних заходів або використовувати голограми для проведення великих заходів онлайн замість реальних туристів. Звичайно, віртуальні тури і онлайн-заходи не замінюють реальні заходи подієвого туризму, але ці технології і комунікації можуть певним чином задовольнити потреби туристів і працівників сфери туризму.

3.2. Аналіз напрямку подієвого туризму у Волинській та Рівненській областях

Подієвий туризм – один з найперспективніших видів туризму в світі. Адже саме він може вразити насиченістю, видовищністю, яскравістю програми і чудовою атмосферою свята. 1. Однією з важливих особливостей подієвого туризму є невичерпний запас ресурсів, адже ви завжди можете придумати цікаві теми, ідеї та легенди нових заходів. На думку вчених, кількість учасників подієвого туру може перевищувати кількість учасників туристичного туру і досягати більше 35% від загального попиту на інші тури [24].

На території Волині та Рівненщини проводяться різноманітні цікаві та дуже перспективні заходи, серед яких фестиваль є найпопулярнішим.

Фестиваль (в перекладі з французької festival – свято, від латинського festival – дозвільний, веселий) - це масштабний захід, що включає в себе досягнення в області мистецтва (музика, кіно, театр і т.д.). Давайте поглянемо на найвідоміші фестивалі Волині.

Аналіз напрямку подієвого туризму у Волинській та Рівненській областях

<i>Параметр</i>	<i>Волинська область</i>	<i>Рівненська область</i>
<i>Ключові події</i>	Фестиваль “Поліське літо з фольклором”	Фестиваль “Бурштиновий шлях”
	Одеський міжнародний кінофестиваль	Фестиваль “Коляда”
	“Бандерштат”	“Рівне-Рок”
<i>Історичні пам'ятки</i>	Замок Любарта, Луцьк	Тараканівський форт
	Музей Волинської ікони	Острозький замок
<i>Природні ресурси</i>	Шацькі озера	Озеро Світязь
	Національний парк “Цуманська пуца”	Національний природний парк “Дермансько-Острозький”
<i>Інфраструктура</i>	Розвинена готельна та ресторанна інфраструктура у Луцьку	Розвинена інфраструктура в Рівному
	Обмеженість транспортних зв'язків в сільській місцевості	Обмежена кількість якісних закладів харчування за межами Рівного
<i>Промоція та маркетинг</i>	Недостатня промоція на національному та міжнародному рівнях	Слабка маркетингова підтримка та промоція
	Використання соціальних мереж для локальних подій	Обмежене використання цифрових технологій для промоції
<i>Підготовка кадрів</i>	Нестача професійно підготовлених фахівців у сфері туризму	Низький рівень підготовки та відсутність навчальних програм
<i>Фінансові ресурси</i>	Обмежені фінансові ресурси для розвитку подій та інфраструктури	Недостатнє фінансування для масштабних подій та інфраструктури
<i>Співпраця з іншими регіонами</i>	Співпраця з іншими регіонами та міжнародними організаціями	Обмежена співпраця з сусідніми регіонами та міжнародними організаціями
<i>Можливості розвитку</i>	Залучення інвестицій для розвитку інфраструктури	Розвиток нових туристичних маршрутів
	Розширення культурних та екологічних турів	Залучення грантів та підтримки від міжнародних організацій
<i>Загрози</i>	Політична та економічна нестабільність	Конкуренція з іншими туристичними напрямками
	Негативні екологічні наслідки від зростання потоку туристів	Можливість зниження якості обслуговування через нестачу кадрів

Фестиваль ковалів та флористів «Солом'яні Птахи» проходить у день міста Луцька та у стінах Луцького замку. Ковалі і флористи представляють

тут свої творчі досягнення. Організатори називають цей захід «сімейним святом» і створюють умови для затишного сімейного відпочинку. Фестиваль супроводжується майстер-класами, показовими виступами та демонстрацією колективних виробів.

У селі Іваничі проходить фестиваль народної творчості «Давайте радіти, а не сумувати». Тут можна не тільки побачити захоплюючі шоу, неймовірні вистави, різні конкурси та розваги, театралізовані народні обряди, а й помилуватися квітковими композиціями, відвідати виставки-продажу робіт народних умільців. Місцевих жителів пригощають повноцінним блюдом прибужанської кухні, втіленим в древніх сільськогосподарських традиціях і звичаях регіону.

Традиційно 6 травня у Луцьку Братство Бджолярів та Гільдія медоварів України проводять фестиваль мистецтв «Медова квітка». У програму цього свята входять театралізовані вуличні вистави з танцями, музикантами, народними піснями, гумором, презентація страв з меду, відкачування меду, приготування медовухи, виставки та майстер-класи з продажу.

У комплексі відпочинку «Мальованка», розташованому на березі річки Стир в селі Дубище Рожищенського району, проводиться Фестиваль зеленого туризму «Мальованка». Гості можуть придбати прикраси ручної роботи, вироби народних промыслів, спробувати солодощі від місцевого шеф-кухаря і насолодитися народною музикою. Основною метою етнофесту «Рожищенська Мальованка» є розвиток зеленого туризму та поширення народної творчості. Мистецькі заходи (музичні, театральні фестивалі та конкурси, кінофестивалі, народні обряди, свята та гуляння).

Міжнародний фестиваль «Поліське літо з фольклором» був заснований в Луцьку в 1994 році. Він проводиться кожні 8 років протягом 2 місяців. У ньому беруть участь команди з різних країн світу і континентів. Вони представляють яскравий і автентичний фольклор свого народу. Метою фестивалю є захист і поширення традиційної культурної спадщини у формі таких форм самовираження, як танець, пісня, музика, народні ремесла, ігри,

забави, за допомогою комплексної зустрічі фольклорних колективів з різних країн; формування естетичних смаків підростаючого покоління і виховання у молоді почуття гумору. повага до традиційної культури українського народу і народів усього світу. Щороку організатори намагаються представити якомога більше колективів з різних культур, тому фестиваль відвідують гості з усіх континентів світу. Основними елементами фестивалю є відкриття у Луцькому замку, святковий парад за участю всіх колективів та гала-концерт на Луцькому стадіоні «Авангард». Під час фестивалю, який може тривати 3-7 днів, місто перетворюється на суцільний концертний майданчик, де артисти з усього світу розважають жителів і гостей міста на кожній площі. Крім зарубіжних фольклорних колективів, на фестивалі представлені 77 українських традицій. Тематика заходу в основному представлена танцювальними та музичними фігурами.

Міжнародний фестиваль українського фольклору «Берегиня» проводиться в Луцьку з метою збереження традиційної народної культури українців, розширення творчих зв'язків і фестиваль відкритий для учасників з усього світу та аматорських колективів України, незалежно від підпорядкованості їх підрозділів. Цей фестиваль проводиться раз на 3 роки. Його основні завдання: впровадження українських народних традицій в життя українського народу; поширення традиційних обрядів і звичаїв українців усіх земель і територій розселення; інтеграція простих громадян, державних установ і засобів масової інформації в стан автентичного і сучасного фольклору населення.; ознайомити різні вікові групи населення з культурною спадщиною українського народу. Фестиваль являє собою демонстрацію календарних обрядів і сімейно-домашніх заходів, особливо літньо-осінніх звичаїв і обрядових дій, ігор, розваг, пісень, весільних фрагментів, вінчань, хрещень, толоки і т.д. у фестивалі беруть участь вокальні фольклорні колективи, фольклорні та етнографічні ансамблі, солісти-вокалісти, солісти-виконавці на музичних інструментах, колективи народної музики і музичних інструментів різних складів (весільна музика).

Репертуар колективних та індивідуальних виконавців повинен складатися з творів, що існують в регіоні, а тривалість виконання – не менше 30 хвилин. На фестиваль традиційно запрошуються фольклористи, етнографи, етномузикологи, мистецтвознавці, краєзнавці з України та з-за кордону, проводяться конкурси інструментального виконання на традиційних народних інструментах України.

Всеукраїнський фестиваль української альтернативної музики «Бандерштат» вперше був проведений в 2007 році. Відтоді він став щорічним і проходить у Луцьку. В рамках фестивалю проходять виступи багатьох українських колективів та майстер-класи з різних напрямків, які пропагують проукраїнський стиль мислення, українську мову, культуру, життєдіяльність і т.д. мета фестивалю: представити ідеї української держави серед молоді та творчих колективів, пропагувати важливі види діяльності та здоровий спосіб життя серед молоді; допомагати талановитій молоді; забезпечувати дбайливе ставлення до навколишнього середовища та екологічну освіту; популяризувати українську мову, культуру, духовні цінності та рідну мову. музика.

На Театральній площі Луцька проходить фестиваль мистецтв «Пісня Великої Волині». Учасниками фестивалю є творчі колективи та майстри народної творчості з історичної Великої Волині (Волинська, Рівненська, Тернопільська, Житомирська, Хмельницька, Вінницька області, Берестейщина, Підляшшя). На фестивалі також виступають гості з Південно-Східної України;

Міжнародний джазовий фестиваль «Art Jazz Cooperation» відомий не тільки в Україні, а й за кордоном. Він проходить одночасно в столицях Великої Волині - Луцьку та Рівному, тому багато хто називає його особливістю Волинського джазу. З 2007 року Art jazz cooperation проводиться в кінці 8-го місяця, одночасно зі святкуванням Дня міста, що є гарним доповненням до загальної святкової програми.

Події в Рівненській області. Туризм тісно пов'язаний з її культурно-просвітницькою діяльністю.

Описуючи культурно-просвітницькі заходи 2019 року, можна відзначити активний розвиток клубного закладу, а також запуск кількох цікавих проектів, які були включені в заходи громадської ініціативи «Рівне-місто унікальних подій». Вже 2 роки поспіль у Будинку культури міста проходить урочиста академія з нагоди Дня міста. Крім того, в актовій залі свої професійні свята відзначили вчителі, лікарі, працівники сфери житлово-комунального господарства та інших професій. На сцені Будинку культури міста також відбувся спортивний захід 2019 року: 2 турніри з боксу та Кубок України з бодібілдингу. Всі творчі колективи міського Будинку культури взяли активну участь в арт-проекті

«Живе літо». Музика 2019» та інших міських заходах (110). У 2019 році у виставковому залі пройшла 21 Виставка різної спрямованості тим щороку у виставковій залі розміщуються відомі Рівненські проекти» Мистецька заметіль»,» великодні мотиви та фотошпалери на обкладинці».

За допомогою міської влади в місті проводилися фестивалі, гуляння, конкурси та культурні заходи різних жанрів. Інформація про захід широко розміщена на сайті міськвиконкому, Міністерства культури і туризму, сторінках електронних видань та друкованих ЗМІ, презентаціях та прес-конференціях Міжнародного фольклорного фестивалю «Етнорівні», Міжнародного фольклорного фестивалю «Лірафест на Покрові», Міжнародного кінофестивалю «Місто мрій», Художні проекти.

Практично всі міста і селища міського типу Рівненської області цікаві культурними заходами і фестивалями, в яких бере участь велика кількість глядачів. Фестивалі та туристичні заходи в Рівненській області різноманітні: музичні, етнографічні, театральні, спортивні. Основним центром формування масового забезпечення туристичних заходів різного типу Рівненської області є Рівне, її адміністративний та культурний центр. На жаль, в інших районах

Рівненської області проводиться невелика кількість заходів. В основному це етнічні фестивалі та музичні заходи.

Історичні та культурні ресурси Рівненської області є важливою (а для деяких регіонів і основною) складовою туристично-рекреаційного потенціалу. Вони відомі своєю великою різноманітністю, археологічними та історичними знахідками, середньовічними фортифікаційними спорудами, різними конфесійними релігійними об'єктами, палацовими ансамблями, історичними подіями тощо.

Історико-культурний заповідник Рівненської області є одним з найпопулярніших і відвідуваних рекреаційних ресурсів Рівненської області. Вони є чи не основою культурної спадщини регіону.

Державний історико-меморіальний заповідник «Поле Берестецької битви» відомий у всіх куточках нашої країни і далеко за кордоном. Тут, під час Національно-визвольної війни українського народу під проводом гетьмана Богдана Хмельницького в 1651 році, поблизу сіл Пляшева, Острів, Солонов, Жидків і Митниця, відбулася одна з найважливіших битв в історії України, козаки, селяни зійшлися в смертельній сутичці з рабами своєї Батьківщини.

Церква була побудована архітектором Володимиром Лентовичем за проектом, розробленим під керівництвом архітектора Олексія Стюшева і Володимира Максимова. Її Західна Зовнішня стіна утворена іконостасом, що зображує Голгофу пензля Івана Едевича. Внутрішнє оздоблення триярусного храму вразить відвідувачів своїм художнім оформленням. У 1912 році Михайлівська церква, один з кращих зразків дерев'яного зодчества в Україні середини 17 століття, була перевезена з острова на підйомному крані.¹ згідно з народними легендами, напередодні битви тут побував Б. Хмельницький. Церква з'єднана підземним ходом, що веде до саркофага з козацькими кістками. 1966 був створений музей-заповідник «Усипальниця козаків». Крім церкви, до складу заповідника входить двоповерхова будівля з оригінальних келій Ермітажу, де розташований музей. У його експозиції представлені

унікальні предмети, які були виявлені в ході тривалих розкопок під керівництвом доктора історичних наук Ігоря Свешнікова. У 1991 році був відкритий пам'ятник козакам. Церква Святого Георгія Побідоносця використовується як парафіяльний храм, де проводяться богослужіння. Він знаходиться у віданні Свято-Георгіївського монастиря.

Національний історико-культурний заповідник «Дубна» був створений в 1993 році. На баланс заповідника передані пам'ятки історії, культури та архітектури: Дубенський замок XV століття (палац князя Острозького, палац князя Любомирського, надбрамна будівля), Луцькі ворота XVI століття. Синагога XVI століття. Церква Преображення Господнього XVII століття. Церква Святого Георгія XVIII століття. Монастир кармелітів XVIII століття. Церква Бернардинів і її келії XVIII століття. Церква Яна Непомука XIX століття. Кафедральний собор Святого Іллі початку. Світські споруди XX, XVIII-XIX століть. Розташований в центрі міста. На території заповідника також знаходиться краєзнавчий музей. Стародавню фортецю Дубенської землі постійно відвідують вітчизняні та іноземні туристи, залишаючи в їх пам'яті незабутні враження [3].

У місті зливі є такі основні історичні та культурні туристичні маршрути, метою яких є місце подієвого туризму.

1. Дорога до храму.

Ця екскурсія по території храму духовності, знань і культури допоможе вам перегорнути живі сторінки історії нашого міста. У. То відвідайте будівлю колишньої гімназії, де навчався Короленко, гіпотетичну церкву – зразок Волинської школи дерев'яного зодчества, Свято–Воскресенський кафедральний собор, Свято-Покровський кафедральний собор - найбільший в Західній Україні, цікаво оглянути місце, де знаходився Рівненський замок і чудовий палац Любомирських.

2. Пам'ятник садово-паркового мистецтва-парк ім. Т. Шевченка. Парк Шевченка-улюблене місце відпочинку рівнечан, пам'ятка паркового мистецтва площею майже 30 гектарів. У парку проводяться концерти,

спортивні заходи, дитячі майданчики і затишні кафе. У 2020 році, в день міста Рівне, о 8.30 відбулося відкриття Історико-мистецького комплексу «таємничі підземелля Рівного» з сучасними мультимедійними інсталяціями. Розташоване в Центральному міському парку Рівного «таємниче Рівненське підземелля», ймовірно, є залишками будівлі, яка в давнину належала замку князя Горки. Такий проміжний висновок вчених. За радянських часів він був варварськи засипаний шаром щебеню і ґрунту, тому розкопані будівлі стали унікальним об'єктом для вивчення давньої історії міста.

3. Музей Бурштину.

У наймолодшому музейному закладі міста (відкрито влітку 2010 року) представлені ювелірні прикраси і картини, унікальні бурштинові злитки, знайдені в Рівненській області, одяг і взуття, прикрашені цим каменем.

4. Оствиця – давньоруське поселення.

Створення музею під відкритим небом» Городище Оствиця в басовому кутку « передбачає реконструкцію архітектурного і культурного вигляду давньоруського поселення, яке розташовувалося на Лівому березі Басовкутського водосховища в Рівному в XI-XII століттях. Територія музею використовується для проведення різних заходів (фестивалів, свят, семінарів-практикумів, наукових досліджень і т.д.). Сам музей стане цікавою туристичною визначною пам'яткою міста Рівне.

5. Місто часів князя Острозького.

Бути громадянином-патріотом-значить любити, поважати і шанобливіше ставитися до своєї Батьківщини, знати минуле, брати участь в творенні сьогодення і не бути байдужим до майбутнього. Ми повинні пам'ятати про події і людей, які колись творили нашу історію, внесли свій вклад в процес виникнення і розвитку міста Рівне. Створення такого дивного явища нашої культури, як Пересопницьке Євангеліє 1561 року. Житіє Марії Несвицької. Хто створив місто Рівне?

6. Рівне – у центрі козацької війни середини XVII століття.

Заповідник « Берестецьке поле битви »був заснований в 1991 році на базі існуючого музею «Козацькі могили». Після цього він набув статусу державного, після чого набув статусу загальнодержавного. Архітектурна цінність заповідника полягає в пам'ятнику дерев'яного зодчества церкви Святого Михайла і знаходиться на території оригінальної триярусної церкви Святого Георгія, аналогів якої немає ніде в світі.

7. Місто на рубежі століть – епоха кінця ХІХ-початку ХХ століття.

Місто 3 рази ставало столицею України. Це було на початку минулого століття, коли під натиском більшовиків директорія Української Народної Республіки на чолі з Симоном Петлюрою була змушена покинути Київ, після чого столиця була перенесена в Рівне, де на залізничному вокзалі стояли вагони з чиновниками. Того ж року Рівне було оголошено другою столицею. Бунтівний вождь Оскілко оголосив наше місто столицею України. Втретє наше місто стає столицею з волі окупантів. У 1941 році на окупованій німцями території був створений рейхскомісаріат «Україна» зі столицею в Рівному. Локація «Театральна площа» -саме тут, навпроти сучасної будівлі музично-драматичного театру Рівненської області, розташовувалася редакція газети, працювали геніальні гіганти України Улас Самчук та Олена Теліга. Туристам про це нагадує відповідний монумент і пам'ятник Уласу Самчуку на Театральній площі. «Ринкова площа» історико-архітектурного туристичного району поруч з Рівненською пивоварнею дозволяє вам зануритися в часи минулих століть і отримати можливість насолодитися гастрономічними стравами, створеними справжніми фахівцями в цій галузі.

8. Рівне – столиця визвольного руху середини 20 століття.

З 1919 по 4-5-й роки уряд народної республіки Україна тимчасово працював у Рівному, де дислокувалася армія Директорії. У 1920 році цей район був окупований польськими військами і став складовою частиною польської держави. Незважаючи на репресії з боку влади, тут триває Українське культурне життя, активно діють нелегальні організації з найбільш впливовими громадськими органами націонал-патріотичного спрямування,

такі як «Просвіта», «Пласт» і Союз українського народу, ОУН і КПЗУ. Цікаві історичні колекції того періоду можна побачити у Рівненському обласному краєзнавчому музеї, зокрема матеріали з історії українських повстанців, матеріали про утиски, яким зазнавали жителі регіону за часів тоталітарного режиму, документи, що розповідають про діяльність земляків-волинян, які проживають у діаспорі. Крім того, в музеї (відкритому в 1906 році) представлено понад 14 мільйонів експонатів, починаючи від археологічних знахідок і природних експозицій і закінчуючи унікальними оборонними спорудами і зразками монет.

9. Місто Рівне є одним із центрів українського руху за незалежність. У Рівному є своя площа Незалежності. Звичайно, вона менша і скромніша

Більше, ніж столичний цікавий пам'ятник Шевченку – це свого роду символ невтомності і завзятості, який створює ілюзію, що бронза буде рухатися вперед, і неймовірний Український Палац кіно теж знаходиться тут. На вулиці Симона Петлюри в Народному домі знаходиться кімната-музей Василя Червоного, одного з найвидатніших засновників і активістів Українського народного Руху.

Для підвищення ефективності використання потенціалу туризму вчені пропонують наступні рекомендації щодо просування та поширення подієвого туризму у Волинській та Рівненській області [18]:

1. Розвивати апітуризм з організацією відповідних туристичних заходів (фестивалів меду). На думку дослідників, цей вид туризму має дуже важливу перспективу для залучення іноземних туристів, оскільки в регіоні злива є сім'ї, які виробляють мед таким древнім і автентичним способом, як бджільництво.

2. На туристичному порталі повинна бути розміщена докладна багатомовна інформація про заходи (Програми, варіанти транспорту, проживання, харчування, пам'ятки, туристичні послуги, маршрути).

3. Розвивати екскурсійну діяльність. Зокрема, зверніть увагу на екскурсії з елементами інтерпретації природної та історико-культурної спадщини. Такі

екскурсії будуть доречні під час проведення історичних та етнічних фестивалів.

4. Здійснювати активне інформаційне просування туристичних заходів. Зокрема, розвивати активну маркетингову діяльність з просування подієвого туризму на міжнародний ринок.

5. Залучати інвесторів і спонсорів.

На наш погляд, краще приділяти більше уваги гастрономічним фестивалям регіону, щоб ви могли краще зрозуміти культуру і традиції певних народів і познайомитися з кухнею. Адже зараз багато регіонів України намагаються відновити свій гастрономічний бренд.

Тому, володіючи потужним ресурсним потенціалом, подієвий туризм в Рівненській області може стати одним з пріоритетних напрямків туристичної спеціалізації регіону.¹ Регіональний подієвий туризм сприяє зростанню добробуту, культури, Гідності та збереженню національної ідентичності, історико-культурної спадщини громадян України, забезпечуючи зайнятість місцевих жителів, зміцнюючи економіку та наповнюючи бюджет регіону.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Подієвий туризм – це вид туризму, в якому основною мотивацією для подорожі є відвідування певних подій, особливо економічних, соціальних, художніх, спортивних, культурно-історичних театральних вистав. Подієвий туризм-перспективний вид туризму з невичерпним ресурсним потенціалом. Подієвий туризм – це фактор, який впливає на розвиток території за допомогою організації заходів. Результатом такого впливу може стати не тільки розвиток місцевої інфраструктури, створення брендів, а й формування певного психологічного клімату в регіоні.

Сьогодні немає чіткого розуміння подієвого туризму як явища, в кожному з них недостатньо розвинена інфраструктура, немає єдиного комплексу, який управляє, організовує і проводить масштабні заходи, об'єднуючи представників державних структур, підприємців, туристичних компаній, системи управління готелями і ресторанами – послугами розміщення і громадського харчування, транспортні послуги і т.д. це не.

Дослідивши теоретичні засади розвитку подієвого туризму можна визначити його основні конкурентні переваги, серед яких: чітка періодичність проведення заходу та регламентованість; стаціонарність проведення івентів у певній дестинації; використання підходів проектного менеджменту для організації та просування івенту на туристському ринку; диверсифікація джерел фінансування; залежність відвідування івенту туристом від моди, статусу, престижу, суспільної думки; залежність від проінформованості потенційних відвідувачів щодо проведення заходу; довготривалість інформаційного ефекту та стимулювання розвитку різних секторів туріндустрії.

Безумовними перевагами подієвого туризму є відсутність сезонності у проведенні івентів; масовість відвідування заходів туристами із неперевершеними для них враженнями, видовищністю та інтерактивністю; інноваційність турпродукту, з охопленням різноманітної тематики заходів;

регулярність проведення івентів та стимулювання повторного відвідування, що дає можливість для подальшого прогнозування розвитку дестинацій.

Волинь має унікальну історико-культурну спадщину, різноманіття природних ресурсів, цікаві колекції музейних експонатів, розвинену на задовільному рівні туристську інфраструктуру, багаторічний досвід в організації та проведенні фестивалів різного рівня – від місцевих до міжнародних. Регіон забезпечений освітнім і науковим потенціалом у сфері підготовки фахівців з туризму, але забезпечення кваліфікованими туристськими кадрами сільської місцевості не можна назвати задовільним.

До факторів, що стримують розвиток подієвого туризму у Волинській області відносимо: відсутність відповідної стратегії та політики у регіональних нормативно-правових документах щодо розвитку подієвого туризму, недостатнє усвідомлення органами державної та місцевої влади важливості подієвого туризму в забезпеченні соціально-економічного розвитку регіону; недостатнє фінансування заходів з подієвого туризму з боку державного та місцевого бюджетів; низька інвестиційна та ділова активність населення; недостатня проінформованість громадян та відсутність масових рекламних кампаній щодо проведення івент-заходів в регіоні; низька ефективність системи просування продуктів подієвого туризму на туристському ринку.

Для соціально-економічного розвитку регіону необхідно спрямувати вектор щодо впровадження івент-заходів з подієвого туризму на даній території. Атрактивні івенти можуть стати «точками зростання» конкурентної спроможності територій громадських об'єднань.

Узагальнюючи вищесказане, можемо зробити висновок, що подієвий туризм є актуальним видом туризму в розвитку локального та регіонального туризму.

Подієвий туризм в Рівненській області може стати пріоритетним і перспективним напрямком для просування туристичного бренду регіону. Для того щоб сприяти розвитку регіонального подієвого туризму, необхідно на

державному рівні: забезпечити належне фінансування маркетингових заходів і витрат, пов'язаних з організацією заходів; створити необхідну інфраструктуру для кожного заходу, забезпечити належну безпеку туристів під час проведення заходу.

Для динамічного розвитку подієвого туризму у Волинській та Рівненській області рекомендується сформувати комплекс, що об'єднує Державні установи на рівні місцевого самоврядування, в особі представників, підприємств, організацій-учасниць та осіб, що займаються організацією конкретних заходів у регіоні, на основі створеної мережі туристичних центрів. інформаційні центри. Рівне, Острог і Дубно, с. Клевань, смт.Володимирець, Сарни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреалогії та рекреаційної географії / О. О. Бейдик. Київ: Палітра, 1997. 305 с.
2. Вакуленко В.М. Регіональне управління : підручник / за заг. ред. В. М. Вакуленка, М. К. Орлатого. - К. : НАДУ, 2014. -560 с.
3. Васильєва О. І. Регіональне управління в умовах реформування владних відносин : монографія / О. І. Васильєва. - Донецьк : Юго-Восток, 2009. - 436 с
4. Герасимчук З. В. Регіональна політика розвитку рекреаційної сфери: механізм формування та реалізації : монографія / З. В. Герасимчук, М. В. Глядіна. Луцьк : «Надстир'я», 2006. 155 с.
5. Головне управління статистики у Волинській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www/URL : www.lutsk.ukrstat.gov.ua](http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua).
6. Грищенко І. М. Зарубіжний досвід регулювання соціально-економічного розвитку регіонів / І. М.Грищенко // Актуальні питання публічного управління та адміністрування в контексті реалізації адміністративної реформи : матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (Умань, черв. 2018 р.). - Умань, Уманський національний університет садівництва, 2018. - С. 54.
7. Дегтярьова І. О. Конкурентоспроможність регіону: стратегічні пріоритети та механізми державного управління : монографія / І. О. Дегтярьова. - К. : НАДУ, 2012. - 368 с.
8. Державна програма розвитку туризму до 2026 року [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501115>
9. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www/URL : www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
10. Дмитрук О. Ю. Спортивно-оздоровчий туризм : навчальний посібник / О. Ю. Дмитрук, Ю. В. Щур. – К.: Альтерпрес, 2003. – 280 с.
11. Дурович А. П. Реклама в туризмі : учеб, пособие / А. П. Дурович. Минск: БГЭУ, 2000. 192 с. 113

12. Єрко А. В. Роль маршрутно-кваліфікаційних комісій в розвитку спортивнооздоровчого туризму Волинської області // А. В. Єрко / Наук. вісник Волин. нац. у-ту. Сер. Географічні науки. – Луцьк: РВВ “Вежа” Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. – № 8 – 2009. – С. 151-155.
13. Закон України "Про туризм" № 324/95 - ВР / Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 31, ст. 242.
14. Зеленська Л., Романова А. Івент-менеджмент: словник-довідник організатора заходів. К.: НАКККІМ, 2015. 84 с.
15. Зимовіна С.І. Туристична діяльність та колективні засоби розміщення у Львівській області / за ред. С.І. Зимовіної. - Львів: Головне управління статистики у Львівській області, 2018. - 88 с.
16. Карпюк О.А., Сингаєвська А.О. Event-менеджмент в туристичній галузі: світовий досвід та перспективи для України. Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі: матеріали дев'ятої міжнародної науково-практичної конференції; за ред. І.В. Саух. Житомир: ЖФ КІБІТ, 2016. С. 39-42.
17. Ковальська Л. Л. Економічні науки: збірник наукових праць Луцького національного технічного університету. Серія “Регіональна економіка”. – Випуск 14 (55). Редкол.: відп. ред. д.е.н., професор Л. Л. Ковальська. – Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2017. 352 с.
18. Любіцева О.О, Панкова Є.В., Стафійчук В.І. Туристичні ресурси України. Навчальний посібник / О.О. Любіцева, Є.В. Панкова, В.І. Стафійчук.-К.: Альтерпрес, 2014.- 369 с
19. Мальська М. П. Менеджмент туризму / М. П. Мальська, В. В. Худо. К.: Знання, 2003. 546 с.
20. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг : Підручник. - К. : Знання, 2008. - 661 с.
21. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг : Підручник. - К. : Знання, 2008. - 661 с.

22. Марченко О. Інтеграція регіонального туристичного продукту в національний загальноукраїнський туристичний продукт та європейську туристичну індустрію / О.Марченко // Закарпаття: науково-популярне видання про історію, сучасність, перспективи краю. – 2010 – 2011. – №3. – С. 42-46. 198
23. Мельниченко С. В. Івентивний менеджмент суб'єктів туристичної діяльності / С. В. Мельниченко / Економічні науки : зб. наук. праць Луцького НТУ. Серія “Економіка та менеджмент”. – 2010. – Вип. 7 (26). – Ч. 2. – С. 224–232.
24. Міщенко О. В. Розвиток подієвого туризму у місті Луцьку / О. В. Міщенко // Наук. вісн. Східноєвроп. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. № 11 (288). Серія: Геогр. науки. 2014. С. 137–142.
25. Олійник В.В., Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України [Електронний ресурс] / В.В. Олійник, О.В. Шикіна // Глобальні та національні проблеми економіки. – № 12. – 2016. – С.460. – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5567/1/Сучасний%20стан%20та%20перспективи%20розвитку%20подієвого%20туризм%20у%20на%20території%20України.pdf>
26. Офіційний сайт World Travel & Tourism Council [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.wttc.org/>
27. Павлов В. І. Рекреаційний комплекс Волині: теорія, практика, перспективи : монографія / В. І. Павлов, Л. М. Черчик. – Луцьк : Надстир'я, 1998. – 124 с.
28. Панасенко Т. В. Фестивальна діяльність як чинник туристичної привабливості регіону / Т. В. Панкова // Туризм як фактор розвитку 114 регіону. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Вінниця, 2011.– С. 90–93. 20.
29. Пансіонат “Шацькі озера” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www/URL : www.shatski-ozera.org.ua.](http://www.shatski-ozera.org.ua)

30. Паньків Н. Є. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні на прикладі розробленого івент-туру «Відкрий для себе Покуття» / Н. Є. Паньків, В. Р. Мороз // Науковий вісник НЛТУ України. - 2018. - Т. 28, № 5. - С. 78-82.
31. Паньків Н.Є., Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні на прикладі розробленого івент-туру «Відкрий для себе покуття» [Електронний ресурс] / Н.Є. Паньків, Мороз В.Р. // Науковий вісник НЛТУ України. – №5. – 2018. – С.78. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/v/suchasniy-stand-ta-perspektivi-rozvitkupodievogo-turizmu-v-ukrayini-na-prikladi-rozroblenogo-ivent-turu-vidkriy-dlya-sebepokuttya>
32. Парфіненко А.Ю. Туристичне країнознавство / А.Ю. Парфіненко - Харків, 2009. - 288с.
33. Парфіненко А.Ю. Туристичне країнознавство / А.Ю. Парфіненко - Харків, 2009. - 288с.
34. Програми розвитку туризму, курортів і рекреації у Львівській області на 2018 – 2020 роки
35. Радіонова О.М. Івент-технології. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2015. 68 с.
36. Смаль І.В. Основи географії рекреації і туризму : навчальний посібник / І.В.Смаль - Ніжин, 2004. - 264с.
37. Стратегія розвитку Волинської області на період до 2027 року Електронний ресурс. – [Режим доступу]: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/volynska-strategiya-rozvytku-volynskoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku.pdf>
38. Тищенко П.В. Науковий вісник Ужгородського університету / П.В. Тищенко. – Серія Економіка. – 2011. – Спецвипуск 33. – Частина 4. – С. 124–128.
39. Тищенко П.В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону. – Науковий вісник Ужгородського університету, 2018.

40. Український туристичний портал «УкрТуризм» [Електронний ресурс].
– Режим доступу : <http://www.ukrtourism.com>.
41. Устименко Л. М. Історія туризму : навчальний посібник / Ю. Л. Афанасьєв, Л. М. Устименко. – К. : Альтерпрес, 2008. – 354 с.
42. Фестиваль «PROSTO NEBA» – візитівка села Луковичі [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://tilkyrazom.com.ua/festyval-prosto-neba-vizytivka-sela-lukovychi/>
43. Фестиваль Європейського кіно в Нововолинську | Волинська газета [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://volga.lutsk.ua/view/17054/>
44. Шикіна О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України // О. В. Шикіна, В. В. Олійник // Вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського – 2016. – № 12. – С. 460–463.
45. Donald Getz Event Tourism – Definition, Evolution and Research – Calgary : Elsevier, 2008. – P. 403–428,
46. José Manuel Hernández-Mogollón, José Antonio Folgado-Fernández, Paulo Alexandre Oliveira Duarte Event tourism analysis and state of the art. – European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation, Vol. 5, Issue 2, Portugal, 2014. – P. 83–102.