

то тривалість, зручність та комфортність подорожей в деяких випадках викликають сумніви. Тому, в першу чергу, до етногенних турів необхідно залучати рекреаційні ресурси населених пунктів, що розташовані поблизу транспортних коридорів, міжнародних автомобільних та залізничних магістралей та доріг республіканського значення. Звичайно, є ряд проблем, які перешкоджають розвитку в'їзного туризму – це недосконалість законодавчої бази, прогалини у регіональному регулюванні галузі туризму, недостатня інформаційно-рекламна діяльність щодо України за кордоном, податкове навантаження, що перешкоджає та відлякує потенційних інвесторів у сферу туризму, низький рівень знання іноземних мов як у співробітників туристичної сфери, так і співробітників державних структур; невелика кількість готелів, які відповідають світовим стандартам з надання послуг. Але за своїм географічним та геополітичним положенням, за історичною та культурною спадщиною Україна має унікальні можливості, які все ж таки дають змогу розробляти тури різного спрямування, зокрема і етногенного.

*Використані джерела:*

1. Готельне господарство Львова//[www.tourlib.net/statti\\_otdyh/lviv\\_hotels.htm](http://www.tourlib.net/statti_otdyh/lviv_hotels.htm) (18.12.12)
2. Державна служба статистики України/Статистична інформація/Туризм/В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули//[www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) (17.12.12)
3. Державний комітет статистики України//[www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2011/ZB212010Y11\\_1.pdf](http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2011/ZB212010Y11_1.pdf) С. 10. (17.12.12)
4. Концепція розвитку готельного господарства в м. Чернівці (на 2009 – 2013 pp.) С.4//<http://chernivtsy.eu> (17.12.12)
5. Мальська М.П., Бордун О.Ю. «Організація та планування діяльності туристичних підприємств» . – К: 2012. – С. 51.
6. Паньків Н. М. Функціонування готельного господарства Івано-Франківської області на сучасному етапі//Туристично-краєзнавчі дослідження [зб. наук. ст.]. Вип. 7 / Федерація профспілок України, Ін-т туризму. - К.: 2007. – С.109

УДК 910.2

Корнілова Н.В.

## ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ

*В статті розглянуто особливості подієвого туризму в Україні на прикладі розвитку фестивального руху.*

*Ключові слова: подієвий туризм, подієві ресурси; гастрономічні, етнічні, історичні, мистецькі, музичні та тематичні фестивалі.*

*В статье рассмотрены особенности событийного туризма в Украине на примере развития фестивального движения.*

*Ключевые слова: событийный туризм, событийные ресурсы; гастрономические, этнические, исторические, музыкальные, тематические фестивали, фестивали искусств.*

*In this article, the peculiarities of event tourism in Ukraine on the example of festival movement development have been analyzed.*

*Key words: event tourism, event resources; gastronomic, ethnic, historic, art, music and theme festivals.*

*Постановка проблеми.* Подієвий туризм – напрям відносно новий та цікавий. Унікальні тури, що поєднують в собі традиційний відпочинок з участю в найвидовищніших заходах планети, поступово завойовує все більшу популярність.

Подієвий туризм можна класифікувати за масштабом події (національного чи міжнародного рівня) й за тематикою події. Особливістю подієвого туризму є те, що щорічно він поповнюється новими подієвими турами, котрі з випадкових переходять до розряду регулярних. Бабкін А.В. зазначає, що подієвий туризм є унікальним видом туризму, тому що він є невичерпним за змістом. На думку ряду експертів, у недалекому майбутньому кількість учасників подієвих турів перевищить кількість учасників екскурсійних турів [1]. Тому розгляд розвитку подієвого туризму в Україні є актуальною темою дослідження.

*Формування цілей статті (постановка завдання).* Нажаль, широкі закордонні кола туристичного бізнесу мало обізнані про потенціал українського туризму. Красномовним є й той факт, що за розрахунками Всесвітнього Економічного Форуму Україна за індексом туристичної конкурентоспроможності (обраховується для 130 країн), у 2007 р. посідала 78 місце, а у 2011 р. її рейтинг понизився до 85 місця. Зазначений індекс формується із складових (субіндексів), які визначають рівні розвитку нормативно-правової бази, умови для бізнесу та наявність інфраструктури, а також наявність людських, культурних та природних ресурсів. І хоча ми звикли в Україні нарікати на недосконалість діючих законів та нерозвиненість інфраструктури й пишатися своїми високопрофесійними кадрами та багатою природою, історією та культурою, розрахунки цих субіндексів для нашої країни дали такі результати: законодавство – 64 місце, бізнес-середовище та інфраструктура – 77 місце, а за наявністю людських, природних та культурних ресурсів – 118 місце [4]. Таке низьке місце України – це результат як занедбаності більшості історико-культурних об'єктів і проблем з екологією, так і відсутність інформації про різноманіття наших природних ресурсів і багатство історико-культурної спадщини.

На сьогодні актуальним завданням є розробка й впровадження Національної програми створення та просування позитивного образу України та територіальних брендів її регіонів як за кордоном, так і в середині країни [3]. Цьому сприятиме розвиток подієвого туризму, зокрема фестивального руху в Україні, що набуває популярності в останні роки.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Особливості подієвого туризму розглядаються у працях А.В. Бабкіна, подієвий туризм і подієві ресурси досліджуються в роботах І.В. Смаля. Разом з тим, потребують подальшого аналізу питання розвитку подієвого туризму в Україні та її регіонах.

*Виклад основного матеріалу.* В основі розвитку подієвого туризму лежать подієві ресурси. Вони належать до динамічних чинників формування туристичних потоків, оскільки включають мотиваційні

передумови подорожі до місця, де відбувається подія чи явище. Спортивні змагання, культурно-мистецькі заходи, політичні акції, унікальні природні явища – далеко не повний перелік подій, які спонукають людину до мандрівки. Подієві ресурси охоплюють найбільш суттєві прояви сучасного суспільного буття з його модою на глобалізацію, екологію, активний та здоровий спосіб життя, переконаннями й уявленнями про стиль і стереотип поведінки людини у соціумі, включають його пропаганду та механізми реалізації.

Даний вид ресурсів не підлягає традиційному кількісному вимірюванню. Можна говорити лише про міру впливу подієвих ресурсів на створення туристичної інфраструктури, формування туристичних потоків, яка у нинішньому світі, насамперед, залежить від реклами події та піар-акцій навколо неї. Це вказує на те, що «подія», яка використовується у туризмі величезною мірою залежить від суспільних вподобань, від моди й уяви про престижність заходу. Велике значення має постійність і періодичність проведення заходів.

На думку Смаля І.В., окремі види подієвих ресурсів найбільш доцільно класифікувати за тематикою заходу: національні й релігійні свята, гастрономічні, музичні, театральні фестивалі, спортивні змагання, покази мод, карнавали, технічні салони і виставки, економічні форуми тощо.

За аналогією із рівнями пізнавальної цінності суспільних туристичних ресурсів, Смалю І.В. виділяє подієві ресурси глобального, регіонального й місцевого масштабів. До глобальних подій належать заходи, які спонукають до подорожі населення багатьох країн і поширюють свій вплив на весь світ або його окремі частини (Олімпійські Ігри, чемпіонати світу й окремих світових регіонів із різних видів спорту, з'їзди, конференції, фестивалі світового масштабу); події регіонального рівня є визначальним мотивом для подорожі населення країн у межах окремих частин світу (чемпіонати та фінальні частини чемпіонатів окремих регіонів світу із різних видів спорту, регіональні фестивалі, конференції, виставки, концерти тощо); події місцевого рівня спонукають до подорожі у межах країни або її окремої частини [5].

На сьогодні фестивалі в Україні ми можемо розглядати як подієві ресурси регіонального й місцевого масштабів. Їх популяризація сприятиме переходу деяких з них до розряду подієвих ресурсів глобального характеру. І можливо, невдовзі, й на Україні з'являться фестивалі світового масштабу, на кшталт пивного фестивалю «Октоберфест» (Мюнхен, Німеччина), фестивалю квітів у Челсі (Велика Британія), Венеціанського карнавалу (Італія), фестивалю Святого Патрика (Ірландія) тощо. У 2011 р. в Україні було проведено рейтинг фестивалів «TOP-Fest 2011», започаткований інтернет-порталом «This is Ukraine – путівник по Україні» з метою розвитку українського фестивального руху, популяризації подієвого туризму в Україні та відзначення кращих фестивалів. Голосування тривало 2 місяці й проводилось у 6-ти

номінаціях: кращий гастрономічний, етнічний, історичний, мистецький, музичний та тематичний фестиваль. Переможцями було визнано: серед гастрономічних фестивалів – «Закарпатське Божоле», етнічних – «Трипільське коло: Повітря», історичних – «Стародавній Меджибіж», мистецьких – «Республіка», музичних – «Сусідній світ», тематичних – «Сакура фест» [6].

Дамо коротку характеристику фестивалям-переможцям. На святі молодого вина «Закарпатське Божоле» в м. Ужгороді найкращі виноробами презентують напій з останнього врожаю. Божоле – це перше вино нового сезону. Традиція святкування Божоле виникла в ХІХ ст. у виноградарів регіону Божоле у Франції. Їх вино дозрівало раніше за всіх, збір винограду починався раніше, ніж в інших місцях, а ферментація вина проходила під час його транспортування баржами по річці Соні або візками до передмістя Ліону. Саме завдяки короткому терміну дозрівання Божоле воно зберігає легкість й запах, який відрізняється з року в рік, залежно від урожаю й погодних умов.

Міжнародний етнічний фестиваль «Трипільське коло» має чотирирічний цикл та походить у м. Ржищів Київської області. Кожний Фестивальний рік носить тематику однієї зі стихій природи: Вода, Земля, Повітря та Вогонь. Кожен Фестиваль циклу має власну мистецьку, освітню, екологічну й соціальну тематику. Кожен його відвідувач сприймається творцем оточуючого світу. Тому фестиваль саме через комунікацію й мистецтво дає зрозуміти значущість людини, цінність власного життя, гармонійного відношення до здоров'я, природи, суспільства й активізує її до позитивних змін свого існування, своєї громади, своєї держави.

Фестиваль історичних реконструкцій «Стародавній Меджибіж» проходить у старовинному замку «Білий Лебідь». Тут проходять лицарські турніри, звучить середньовічна й рок-музика, вирує ярмарок і частування. На фестивалі історичних реконструкцій беруть участь військово-історичні клуби, бойова програма проходить впродовж двох фестивальних днів.

Фестиваль «Республіка» – це фестиваль сучасного вуличного мистецтва у всіх його проявах (музика, малюнок, танець), що проходить у місті Кам'янець-Подільський Хмельницької області. Музична частина фестивалю відбувається на території старої фортеці. У ній беруть участь як відомі, так і молоді гурти з України та Росії. В рамках фестивалю проходить «Anti-money fest Respublika» – антикомерційний арт-фестиваль, метою якого є привернення уваги до культурно-соціальних проблем маленьких міст. Усі зароблені гроші витрачаються на художників з різних країн, які до, під час і після проведення фестивалю розмальовували будівлі в місті проведення.

Фестиваль музики та актуального мистецтва «Сусідній світ» проходить в Криму в м. Щолкіно на базі відпочинку «Казантип». На двох сценах фестивалю (Головній та «Солнце») виступають найвідоміші музичні команди та гурти-легенди. Серед молодих гуртів організовані

відбіркові тури відразу у трьох країнах пострадянського простору: в Росії, Україні й Білорусі. Відпочити у «Сусідньому світі» прагнуть не лише меломани, а й усі, хто не байдужий до спорту, активного відпочинку на морі, візуального й літературного мистецтва, а також екстремальних розваг.

Фестиваль «Сакура Фест» в м. Ужгороді має на меті охопити святкуваннями весь період цвітіння сакур. Окрім мистецької складової, фестиваль має ще й екологічну складову, оскільки у 2009 р. ініціативною групою була започаткована акція «Чисте місто», яка з часом знайшла підтримку серед ужгородців. Метою фестивалю є популяризація Ужгорода як культурної мультинаціональної столиці України, де з однаковою повагою ставляться до української культури й культур усіх народів світу. В рамках фестивалю проводяться різноманітні культурні заходи.

Одними з найбільш популярних серед мандрівників є гастрономічні фестивалі, що дають змогу краще зрозуміти культуру й традиції того чи іншого народу, знайомлячись з його кухнею. Українська національна кухня має свої ексклюзивні, смачні та цікаві рецепти. Зараз багато регіонів України намагаються відновити свої гастрономічні бренди. Уточнений перелік гастрономічних фестивалів України на 2012 р. пропонує наступні заходи (див. табл. 1). З таблиці видно, що географія гастрономічних фестивалів нашої країни представлена, в основному, її західним регіоном. Більше половини фестивальних заходів припадає на Закарпатську (9) та Львівську (6) області.

Таблиця 1.

Гастрономічні фестивалі України на 2012 рік.\*

| №<br>п/п | Назва фестивалю                            | Місце проведення   | Дата проведення      |
|----------|--------------------------------------------|--------------------|----------------------|
| 1.       | Свято пампуха                              | м. Львів           | 7–9 січня            |
| 2.       | Червене вино                               | м. Мукачеве        | 13–15 січня          |
| 3.       | Фестиваль гентешів                         | Закарпатська обл.  | 28 січня             |
| 4.       | Свято шоколаду у Львові                    | м. Львів           | 9–12 лютого          |
| 5.       | Всеїдний тиждень на «Мамаєвій Слободі»     | м. Київ            | 13–19 лютого         |
| 6.       | Фестиваль вина на Берегівщині              | Закарпатська обл.  | 17–19 лютого         |
| 7.       | Фестиваль борщу                            | м. Чернігів        | 20–26 лютого         |
| 8.       | Фестиваль Здорової Їжі<br>«Best Food Fest» | м. Київ            | 3–4 березня          |
| 9.       | «Львів на тарілці»                         | м. Львів           | 20–22 квітня         |
| 10.      | Фестиваль риболовів та угорської юшки      | Закарпатська обл.  | 21–22 квітня         |
| 11.      | Сонячний напій                             | м. Ужгород         | 28 квітня – 2 травня |
| 12.      | Угочанська лоза                            | Закарпатська обл.  | 6 травня             |
| 13.      | Фестиваль березового соку                  | Чернівецька обл.   | 6 травня             |
| 14.      | Фестиваль Великоберезнянського             | Закарпатської обл. | 10 червня            |

|     |                                                    |                          |                 |
|-----|----------------------------------------------------|--------------------------|-----------------|
|     | сиру «Молочна ріка»                                |                          |                 |
| 15. | Фестиваль пива                                     | м. Львів                 | 15–17 червня    |
| 16. | Свято галушки у Полтаві                            | м. Полтава               | 16 червня       |
| 17. | Косонський фольклорний фестиваль тушкованого півня | Закарпатської обл.       | 24 червня       |
| 18. | Медовий Спас                                       | міста України            | 14 серпня       |
| 19. | WineFeoFest                                        | м. Феодосія              | 14–16 вересня   |
| 20. | Фестиваль дерунів                                  | Житомирська обл.         | 15–16 вересня   |
| 21. | На каву до Львову                                  | м. Львів                 | 28–30 вересня   |
| 22. | Октоберфест                                        | м. Кам'янець-Подільський | 12–14 жовтня    |
| 23. | Свято сиру і вина у Львові                         | м. Львів                 | 19–21 жовтня    |
| 24. | Фестиваль Сала в Луцьку                            | м. Луцьк                 | 14 жовтня       |
| 25. | Wine Fest                                          | м. Київ                  | 7–9 листопада   |
| 26. | Закарпатське Божоле                                | м. Ужгород               | 15–18 листопада |

\* Складено автором на основі [7].

Крім «Закарпатського Божоле» слід згадати наступні найбільш популярні українські гастрономічні фестивалі, що відбуваються вже впродовж декількох років.

Так *IX фестиваль вина «Угочанська лоза»* проходив 6 травня 2012 р. у м.Виноградів. Виноградів – батьківщина закарпатського виноробства. Не виключено, що першу виноградну лозу завезли сюди ще римські легіонери. Старовинна угорська назва міста «Севлюш» в перекладі означає «виноградник».

Цілі фестивалю «Угочанська лоза»: поширення культури вживання вина; відновлення традицій виноградарства; підтримка місцевих виноробів; розкриття туристичного потенціалу краю, збереження традиційної кухні; надання можливості реалізації виробів народних умільців; популяризація традицій етнічної різноманітності краю; налагодження міжкультурних зв'язків.

Програма фестивалю включає: урочисте проходження святкової колони вулицями міста, виставку-продаж виноробної продукції, нагородження кращих виноробів, фольклорну програму та багато іншого.

*VII фестиваль вина і меду «Сонячний напій 2012»* відбувся 30 квітня – 2 травня в м. Ужгород. У центрі Ужгорода закарпатські винороби та пасічники представляють продукцію своїх приватних господарств. Цього року у фестивалі брали участь майстри меду й вина з інших областей України та ближнього зарубіжжя. Учасниками фестивалю зазвичай бувають й знамениті закарпатські сироварні. Організатори фестивалю пропонують насичену програму, а також великий вибір меду та вина. Цінителі закарпатських вин можуть вибирати собі до смаку один з 50 кращих сортів від найвідоміших виноробів Закарпаття. На святі традиційно представляють мед і продукти бджільництва (у тому числі медовуху) з різних районів краю. Кращі з них визначає експертна комісія.

«*Свято галушки*», традиційної полтавської страви, що вшосте пройшло в червні 2012 р. у Полтаві, відоме своєю «Полтавською битвою»

кухарів». Цього року участь у битві брали 12 закладів ресторанного комплексу обласного центру. На святі працювало «Містечко майстрів», де народні умільці пропонували полтавцям та гостям міста різні сувеніри. Відбувся святковий концерт.

«Фестиваль гентешів» було визнано найкращим гастрономічним фестивалем 2010 року. Гентеші – саме так на Закарпатті називають професійних різників. Походження цього слова угорське, адже, фестиваль проходить у селі Геча Берегівського району Закарпатської області, в якому більшість населення етнічні угорці. Кожен з гентешів, щоб зарізати свиню, застосовує свій власний прийом. Головне, щоб все відбулося дуже швидко і тварина не мучилася. Адже від цього залежить смак м'яса. За вбиту свиню за давнім угорським звичаєм кожному м'ясникові підносять чарку горілки. А гостей, які встигли до відкриття фестивалю, щедро пригощають вином, слив'янкою й глінтвейном. Тут можна скуштувати угорської гурки та інших копченостей. У 2012 р. фестиваль відбувся вшосте.

Міський *Фестиваль пива у Львові* – це фестиваль пивної культури та пивної історії Львова, що проходить з 2008 р. На фестивалі представлені лише львівські торгові марки. Варити пиво у Львові почали ще у XV ст., а у 1533 р. польським королем було видано указ, який давав місту право займатися пивоварінням. Основним елементом фестивалю є етно-театральна культурна програма, саме вона відрізняє свято від пивних фестивалів, які проводилися раніше. Основою святкування є народна музика, танці та ігри у поєднанні з дегустацією різних сортів пива.

*Висновки.* На сьогодні в Україні зростає популярність подієвого туризму, зокрема фестивалів. «Календар фестивалів України» на 2012 р. нараховував 127 заходів [6]. Серед них 26 мистецьких, 23 музичних, 22 етнографічних, 21 тематичний, 20 гастрономічних та 15 історичних. Найбільш насичені фестивальними подіями травень та серпень місяці (по 14), найменша кількість фестивалів відбулась у грудні (6). Фестивалі привертають увагу як українців, так і мешканці сусідніх держав. Особливо охоче їх відвідує молодь. Переможцями рейтингу фестивалів «ТОР-Fest 2011» стали «Закарпатське Божоле», «Трипільське коло: Повітря», «Стародавній Меджибіж», «Республіка», «Сусідній світ», «Сакура фест».

Більше половини гастрономічних фестивалів, що проходили в Україні в 2012 р. (за уточненим переліком їх відбулось 26), припадало на Закарпатську та Львівську області. Їх тематика та географія розширюється з року в рік.

*Використані джерела:*

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
2. Григоращук І. «Тралі-валі фестиваль» або подієвий туризм / І. Григоращук / Журнал «Турбізнес». – №7–8 (13–14). – 2008. – С. 14–15.
3. Лавриненко Г. Формування міжнародного іміджу України в Західному світі (на прикладі Польщі) / Г. Лавриненко / Журнал «Схід». – № 4 (111). – 2011.
4. Онисько М.Б. Міжнародний туризм: світові тенденції та українські реалії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sd.net.ua/2012/05/24/turizm-ukraine-mir.html>

5. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу / І.В. Смаль. – Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя. – 2010. – 336 с.
6. This is Ukraine – путівник по Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://thisisukraine.org>
7. Електронний календар фестивалів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.thisisukraine.org/calendar-2012](http://www.thisisukraine.org/calendar-2012)

УДК 334.48

*Радченко О.М.*

## *СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ В ТУРИЗМІ УКРАЇНИ*

*Статтю присвячено актуальному стану використання соціальних мереж в туризмі України та визначенню напрямів його покращення. Проаналізовано присутність туристичних операторів в найбільш популярних соціальних медіа.*

*Ключові слова: соціальна мережа, Facebook, MySpace, Social bookmarking.*

*Статью посвящено актуальному состоянию использования социальных сетей в туризме Украины и определению путей его улучшения. Проанализировано присутствие туристических операторов в наиболее популярных социальных медиа.*

*Ключевые слова: социальная сеть, Facebook, MySpace, Social bookmarking.*

*The article tells about the current use of social networks in the tourism of Ukraine and attempts to define the ways of its improvement.*

*The presence of touristic operators in the most popular social media is analyzed.*

*Key words: social network, Facebook, MySpace, social bookmarking.*

*Постановка проблеми.* На сьогоднішній день Інтернет – це важлива рекламна платформа для багатьох великих компаній, адже кількість користувачів Інтернет-ресурсів зростає дуже швидко. Фактом є й те, що в наш час соціальні мережі стали одним із найважливіших каналів отримання інформації, спілкування та розваг. Швидкий розвиток всесвітньої мережі і деякі особливі Інтернет-сервіси створюють нові можливості для ПР-діяльності туристичних підприємств. Необхідно відзначити, що на зміну більш традиційним видам просування та рекламування специфічних за формою туристичних послуг приходять соціальні медіа. За результатами телефонного опитування в США, Великобританії та Китаї 64% людей заявили, що використовують соціальні мережі для планування відпочинку, а у віковій групі від 25 до 34 років цей показник навіть вище; 76% респондентів проглядають популярні соціальні сайти для того, щоб вибрати наступне місце відпочинку [1]. Актуальність даної теми полягає у необхідності вивчення соціальних мереж як каналу для просування туристичних послуг в Україні.

*Останні публікації та дослідження.* В статті проф. Мельниченка С. розглянуто інформаційні технології в управлінні суб'єктами туристичної діяльності [2]. В підручнику українського автора Скопень М.М. викладені теоретичні аспекти, практика розв'язування задач з використання інформаційних технологій в умовах господарської діяльності підприємств готельного та туристичного бізнесу на базі таких сучасних пакетів