

Використані джерела:

1. Єрко І. В. Суспільно-географічне дослідження туристичної інфраструктури Волинської області: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. географ. наук: спец. 11.00.02 / І. В. Єрко; / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2011. – 20 с.
2. Комаров М. П. Инфраструктура регионов мира / М. П. Комаров: учебник. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2000. – 347 с.
3. Менеджмент туристичної індустрії / І. М. Школа [та ін.]: навч. посіб. / за ред. І. М. Школи. – Чернівці: Книги – XXI, 2005. – 596 с.
4. Мініч І.М. Соціальні чинники і функції інфраструктури туризму: соціологічний аналіз: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук. 22.00.04 / І.М. Мініч. – К.: Київський інститут туризму, економіки і права, 2002 – 18 с.

УДК 911.3: 796.5 (477)

Топорницька М.Я.

ТЕРИТОРІАЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕТНОФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Виявлено тенденції розвитку фестивалів у Львівській області та охарактеризовано геопросторові особливості організації етнофестивального туризму в регіоні. Запропоновано конкретні рекомендації щодо перспективного розвитку етнофестивального туризму в Львівській області.

Ключові слова: етнічний туризм, етнофестиваль, етнофестивальний туризм, класифікація фестивалів, географія етнофестивалів.

Выявлены тенденции развития фестивалей во Львовской области и охарактеризованы геопространственные особенности организации этнофестивального туризма в регионе. Предложены конкретные рекомендации относительно перспективного развития этнофестивального туризма во Львовской области.

Ключевые слова: этнический туризм, этнофестиваль, этнофестивальный туризм, классификация фестивалей, география этнофестивалей.

Progress of festivals trends are educed in the Lviv area and the geospatial features of organization of ethnic festival tourism are described in a region. It offers specific recommendations for future development of ethnic festival tourism in Lviv region.

Key words: ethnic tourism, ethnofestival, ethnofestival tourism, festivals classification, geography of ethnofestival tourism.

Постановка проблеми дослідження. Туризм – багатостороннє явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має невичерпний потенціал для постійного прогресу, тісно поєднується з багатьма галузями економіки, що зумовлює його провідне місце у соціально-економічному житті країн і народів. З іншого боку, туризм – це активна і невимушена форма спілкування людей. Розширення і поглиблення туристичних зв'язків між країнами – важлива проблема сучасних міжнародних відносин. На світовому рівні характерною ознакою туризму останніх років є достатньо висока динамічність і стабільність розвитку, а також його активний вплив на економіку і культуру багатьох країн світу. Адже ознайомлення зі звичаями, побутом, культурою народу іншої країни, з її історією і етнічними надбаннями спонукає до

міжетнічного порозуміння та консолідації довкола спільних гуманістичних цінностей. Саме цим цілям служить етнофестивальний туризм.

Актуальність дослідження полягає у вивченні фестивалів у Львівській області як цілісного суспільного явища. З урахуванням актуальності досліджуваної проблеми, незначної кількості досліджень з цієї тематики, а також з огляду на об'єктивну потребу у вивченні сучасного українського фестивального процесу визначено вибір теми дослідження.

Теоретичну базу дослідження етнофестивального туризму становлять праці з проблем формулювання термінології, структури та функцій фестивального процесу М. Шведа, А. Бабкіна, специфічних рис культурно-пізнавального і подієвого туризму України О. Любіцевої, О. Бейдика, М. Мальської, М. Рутинського. Аналіз сучасного музичного фестивального процесу в Україні виконано в дослідженнях О. Дячкової, О. Зінкевич, Л. Кияновської, С. Кравцової, М. Шведа та ін. [1, 2, 4–6, 8–11].

Мета дослідження: визначити географічні особливості, функції, тенденції та перспективи розвитку етнофестивалів Львівщини задля удосконалення українського фестивального процесу та розвитку масового туризму у регіоні.

Виклад основного матеріалу. Одним з видів туризму за метою здійснення подорожі є фестивальний туризм. Він є підвидом подійного туризму. Подійний туризм – напрям порівняно молодий і надзвичайно цікавий. Основна мета поїздки приурочена до якої-небудь події. Унікальні тури, що поєднують в собі традиційний відпочинок і участь в самих видовищних заходах планети, поступово завойовують все більшу популярність. Подійний туризм – це неминуща атмосфера свята, індивідуальні умови відпочинку і незабутні враження. Головна особливість подійного туризму – безліч яскравих неповторних моментів. Це вид туризму, що перспективно і динамічно розвивається. Як бачимо, важко провести межу між подійним туризмом і фестивальним. Проте не кожна подія є фестивалем. Так подійний туризм включає такі відмінні атракції, як: паради сексуальних меншин, військові паради, спортивні змагання (Олімпійські ігри, футбольні чемпіонати, кубки), виставки, атракціони, тематичні парки, модні покази, аукціони, авіа- і автосалони і т. ін.

В даний час великим і стабільним сегментом подійного туризму є карнавальні і фестивальні тури. А найбільшим сегментом фестивальних турів є етнофестивальний туризм. Адже саме етнофестивальний туризм дає людям змогу не тільки ознайомитися з життям один одного, а й порівняти різні, часто доволі екзотичні етнокультурні надбання.

Етнофестивалі – це заходи, спрямовані на повернення до місцевих традицій, їх відновлення та збереження, на розвиток та популяризацію звичаїв і обрядів, автентичного фольклору тощо.

Етнофестивалі – дуже популярне явище на Львівщині в останні роки. Адже всі ми живемо в мультинаціональному середовищі, і кожна етнокультурна громада має свою неповторність, культуру, історію,

традиційні види занять, притаманні для певної місцевості. Етнофестивалі присвячуються певному роду занять, обряду або навіть продукту і, як правило, відбуваються в традиційний час, відповідно до визначних подій в житті громади – збору врожаю, медозбору, закінчення посту чи повернення горян з полонин.

Найважливіше, що етнофестивалі сприяють відродженню народних традицій, стилю життя в гармонії з природою та економічному розвитку конкретних громад. Зазвичай, вони проводяться для безпосередніх учасників робіт, але встигли полюбитися й багатьом гостям з інших місць, які вже традиційно відвідують такі заходи. Все це стимулює розвиток туризму, адже навряд чи гість зможе побачити щось подібне в інших країнах, чи навіть в іншому регіоні України.

На сучасному етапі в Україні й, зокрема, у Львівській області проводиться значна кількість етнофестивалів. Більшою мірою вони привертають внутрішніх туристів та ще порівняно незначну кількість іноземних. Ресурсна база етнофестивального туризму складається з існуючої інфраструктури фестивалів, їх організаторів, туристичного, природного та історико-культурного потенціалу області. Дана база досить велика на сучасному етапі і, за умови її ефективного використання, може дозволити розвивати етнофестивальний туризм на Львівщині швидкими темпами. Для фестивального туризму області вирішальне значення має потенціал її подійно-туристичних ресурсів. За О. Бейдиком, подійні туристичні ресурси як складова суспільно-історичних – це специфічний вид інформаційних ресурсів, що проявляються як соціальні та природні рухи, знакові події в історії певної території. За результатами аналізу ряду показників О. Бейдик визначив, що найбільша кількість подій має місце у Львівській області – 94.

Етнофестивальний туризм, який щороку набуває дедалі більшої популярності (що зумовлено більшою збереженістю етнокультурних традицій), у ХХІ ст. стає одним з найважливіших секторів туристичного господарства Львівської області. Після появи в регіоні низки нових етнофестивалів, помітно зросла зацікавленість туристів саме до цього виду відпочинку.

Фестивальний туризм охоплює дві різні категорії мандрівників:

- глядачів;
- учасників конкурсів, концертів, обслуговуючий персонал та ін.

Молодь у віці 18-25 років є найперспективнішим сегментом етнофестивального туризму, оскільки цей сегмент надає перевагу недорогим подорожам із невисоким комфортом і активним відпочинком. Цей сегмент потенційних споживачів становить близько 16 % від загальної кількості населення області. За результатами проведеного нами опитування, на цю категорію припадає 84% вибіркової групи опитаних гостей літніх етнофестивалів Львівської області.

За даними нашого опитування, можна прослідкувати тенденцію, що 8% респондентів відвідують 3-5 фестивалів на рік, менше 3 заходів

відвідує 24%, а більше 10 фестивалів відвідує всього лише 8% опитаних. Щодо кількості днів, якій віддають перевагу потенційні відвідувачі, то це – 2-3 дні, за це віддало свої голоси 96% опитаних. Розвиток етнофестивального туризму приводить до розвитку економічної, соціальної, туристичної інфраструктури Львівщини і господарського комплексу загалом. Це пояснюється тим, що сучасна індустрія туризму пропонує широкий спектр послуг для туристів під час фестивальних подорожей. Це перш за все, послуги:

- доставка туристів у місце проведення фестивалю;
- розміщення туристів (готелі, мотелі, кемпінги і т.і., створення і забезпечення функціонування наметових містечок);
- забезпечення туристів харчуванням (кейтерінг, організація польової кухні і виїзної торгівлі продовольчими товарами, кафе, продуктові лотки і т.і.);
- PR, брендинг, промоція і реклама фестивалю. Медійно-інформаційне та поліграфічне забезпечення заходів;
- збут фестивально-туристичного продукту (послуги туристичних агентств і інших точок з продажу квитків);
- задоволення культурних потреб туристів (відвідування визначних пам'яток, музеїв і виставок і т.і.);
- місцевих територіальних громад із розміщення та задоволення утилітарних потреб туристів;
- майстрів народних ремесел, представників творчих спілок, історичних клубів та інших громадських організацій із організації дозвілля й фестивальних розваг (концерти, майстер-класи тощо);
- торгових підприємств, як загального, так і спеціального призначення (продаж сувенірів, буклетів, листівок, путівників, предметів туристичного спорядження);
- адміністративних органів, служб охорони, волонтерів тощо.

Узагальнюючи, можемо констатувати, що фестивальний туризм виконує важливу функцію в розвитку господарського комплексу Львівщини, тому що:

- збільшує місцеві доходи;
- створює нові робочі місця;
- сприяє розвитку галузей, орієнтованих на виробництво туристичних послуг;
- розвиває соціальну і виробничу інфраструктуру в місцях проведення фестивалів;
- створює позитивний імідж та здійснює туристичну промоцію регіону;
- збільшує валютні надходження в бюджет області і країни загалом.

На даний час у Львівській області фестивальна сфера, не зважаючи на її великий потенціал, займає ще незначне місце в господарській структурі, але з кожним роком ситуація змінюється на краще.

Щодо територіальної структури етнофестивального туризму, то вона є дуже цікавою. Адже місця проведення фестивальних дійств в ряді випадків не співпадають з географічною мережею основних туристичних центрів Львівської області і формують власний етногеопросторовий каркас (див. рис.1).

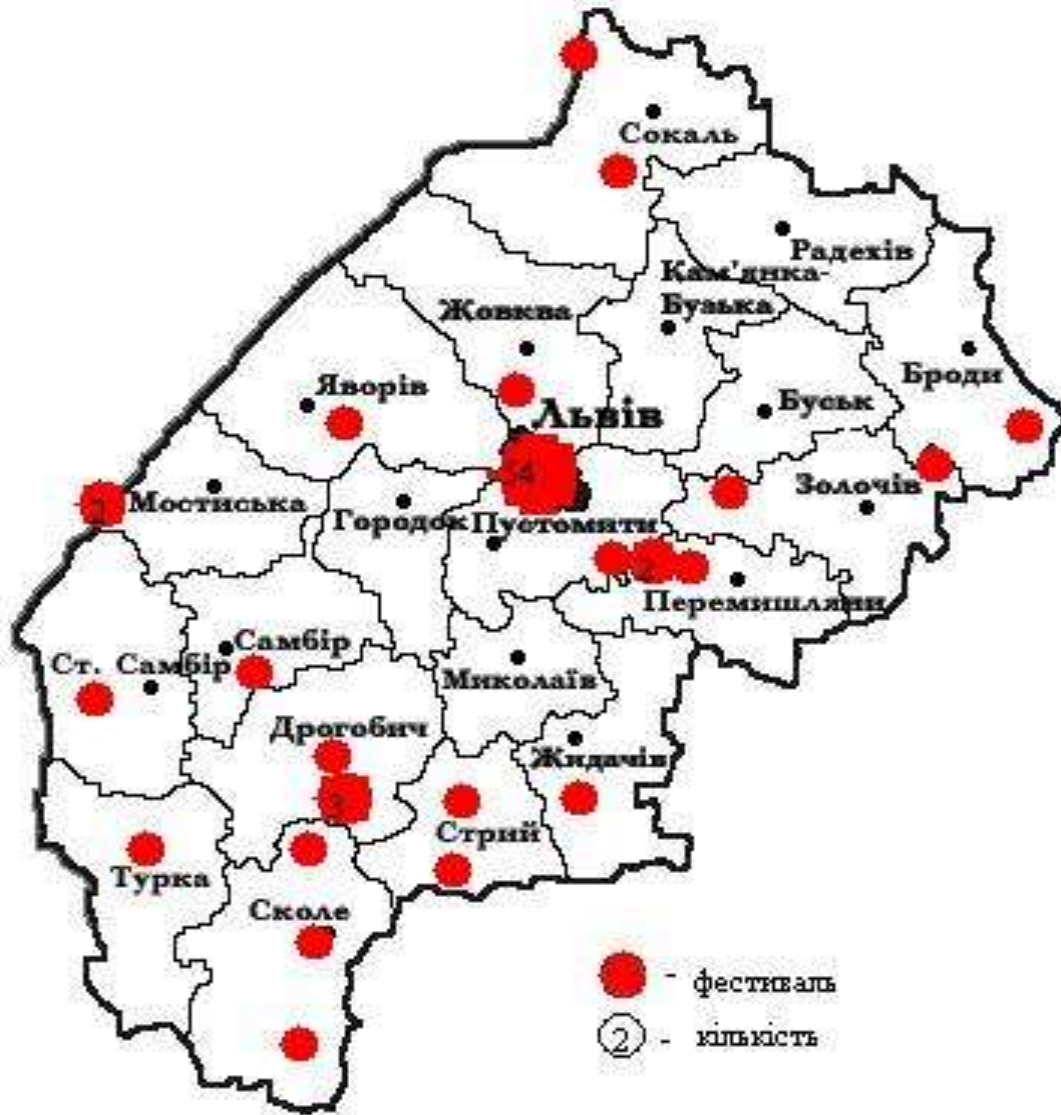


Рис.1. Територіальна організація етнофестивалів Львівської області
(власна розробка)

З наведеної картосхеми напрошується однозначний висновок про те, що територіальна організація етнофестивалів Львівської області має чітку моноцентричну структуру. Місто Львів – жвавий центр міжнародного та міжрегіонального туризму – приймає понад 50% усіх етнофестивальних заходів, що відбуваються упродовж року на теренах області. Географічний розподіл етнофестивальних туристичних потоків у Львівській області надто нерівномірний, що пояснюється насамперед різними рівнями соціально-економічного розвитку окремих міст і районів, інфраструктурним забезпеченням тощо.

Однак, буквально за останні роки намічається тенденція до ускладнення геопросторової організації етнофестивального туризму Львівської області.

З наведеної картосхеми видно, що вже маємо певні підстави виділяти не одне, а два ядра чи ареали, де проводиться найбільше етнофестивалів. Перший – це місто Львів та його околиці, і другий – це Передкарпатський субрегіон.

Зрозуміло, місце проведення більшості етнофестивалів приурочене до якогось туристичного ресурсу чи об'єкту. Найбільше етнофестивалів проводиться в місті Лева, оскільки Львів нагадує музей під відкритим небом, у ньому міститься понад дві тисячі історичних, архітектурних і культурних пам'яток. Також, місто завжди відігравало роль значного історичного, культурного, політичного й економічного центру.

Щодо інших фестивалів, то три з них (у селищах Славське, Глиняни і Верховуж) «прив'язані» до природних ресурсів і пропагують екологічне виховання відвідувачів, звернення уваги до проблем навколишнього середовища. Також до природних ресурсів мають відношення місця розташування таких фестивалів як: «Tribute» в національному природному парку «Сколівські Бескиди», мистецько-туристичні фестивалі в Моршині і Трускавці, які володіють унікальними лікувально-рекреаційними ресурсами.

До місць народження видатних українців приурочено ряд фестивалів у Зашкові, Дрогобичі, Стрию, Руді, Кульчинцях та інших населених пунктах. Для прикладу, фестиваль «Зашків» проводиться на батьківщині полковника армії УНР Євгена Коновальця та пропагує патріотичне виховання і організацію молодіжного руху; етнохоровий фестиваль відбувається в місті Стрий, оскільки це батьківщина Остапа Нижанківського – композитора, диригента, громадського діяча, автора дуже популярних й донині хорових творів («Гуляли», «З окрушків» на слова Ю. Федьковича, «В'язанка слов'янських гімнів»).

В Львівській області формується мережа альтернативних по відношенню до Львова регіональних центрів етнофестивального туризму. Це такі центри як Трускавець, Дрогобич, Славське, Кульчинці, Моршин, Стрий, Самбір, Турка, Яворів, Золочів, Броди і Сокаль.

Міжнародний фестиваль молодих виконавців сучасної української пісні «Молода Галичина» відбувається щороку на Яворівщині в м. Новояворівську – самобутньому етнокультурно-мистецькому районі, де з прадавніх часів збережені унікальні пісенні традиції, автентичне декоративно-прикладне мистецтво, писанкарство та лозоплетення, оригінальна вишивка та ткацтво.

Інші ж найпопулярніші серед туристів етнофестивали Львівської області розташовуються в околі таких традиційних центрів притягання туристичних потоків:

- осередків компактного проживання певної етнічної групи (Бойківський фестиваль в Турці, «Карпатця» в Трускавці),

- замків (Свірж, Старе Село, Золочів),
- старовинних монастирів (Підкамінь, Лаврів, Крехів, Унів),
- атракційних залишків оборонних фортифікацій («Форт місія» в с. Поповичах) і літописних міст Давньої Русі (фестиваль в Звенигороді, «Густань» у с. Уричі) тощо.

Єдиним фестивалем, місце розташування якого приурочене не до туристичних об'єктів і ресурсів, а до інфраструктури, є фестиваль «Кордон 803», який проводиться на кордоні між Україною та Польщею і покликаний пропагувати туристичний і культурно-мистецький обмін між двома братніми державами.

Щодо чинників перспективного розвитку етнофестивального туризму в регіоні, то ми можемо виділити такі основні:

- відзначення здобуття незалежності, свободи діяльності;
- пропаганда міжнародної дружби і співпраці, етнокультурного обміну;
- збагачення та розвиток розмаїття видів сучасного мистецтва, бажання обдарованої молоді демонструвати його широким верствам співгромадян;
- відновлення старожитніх місцевих традицій та етнокультурної спадщини;
- розширення культури і світогляду людей;
- зростання вартості інших подорожей комерційного туризму (натомість, фестивальний туризм є досить дешевим, а отже – масовим і молодіжним).

Підсумовуючи, слід сказати, що етнофестивальний рух є показником і своєрідним каталізатором інтенсивності та якості мистецького життя будь-якої країни. Фестивалі, як переконує світовий і український досвід, – це своєрідні осередки симбіозу традиційної і модерної культури, що визначають напрями розвитку сучасного мистецтва, відкривають нові обрії творчої діяльності, формують нові ідеї, естетичні смаки й культурно-духовні цінності української молоді.

Використані джерела:

- 1.Басюк Д. І. Основи туризмології: Навч. посібник / Д. І. Басюк. – Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2005. – 202 с.
- 2.Бабкин А. В. Специальные виды туризма. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
- 3.Бейдик О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: Монографія / О. О. Бейдик. – К. : Альтерпрес, 2002. – 320 с.
- 4.Зінько Ю. В. Збереження і сталий розвиток Карпат: Навч. посібник зі сталого туризму / за ред. М. Катсакіорі, М. Алемпакі, П. Джеракіс / Ю. Зінько, М. Рутинський, П. Горішевський та ін. – К., 2009. – 60 с.
- 5.Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг: Навч. посібник / О. О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2002. – 436 с.
- 6.Мальська М. П. Туризм у міжнародному і національному вимірах. Історія і сучасність: Монографія / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, Н. М. Паньків. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. – 268 с.
- 7.Паньків Н. М. Туристичне ресурсознавство: Навч. посібник / Н. М. Паньків. – Львів: Укр. бестселер, 2011. – 238 с.

8. Правові і методологічні аспекти сільського та інших немасових видів туризму: Метод. посібник. Вид. 2. / Ю. В. Зінько, В. П. Васільєв, П. А. Горішевський, М. Й. Рутинський. – Одеса, 2009. – 82 с.
9. Римаренко Ю. І. Основи етнодержавознавства: Навч. посібник / Ю. І. Римаренко. – К.: Либідь, 1997. – 656 с.
10. Рутинський М. Й. Туристичний комплекс Карпатського регіону України: Монографія / М. Й. Рутинський, О. В. Стецюк. – Чернівці: Книги – ХХІ, 2008. – 440 с.
11. Рутинський М. Й. Етнофестивальний туризм: теоретичні засади й етногеографічні аспекти організації / М. Й. Рутинський, М. Я. Топорницька // Географія та туризм: Наук. зб. / Відп. ред. Я. Б. Олійник. – К.: Альтерпрес, 2011. – Вип. 16. – С. 82-93.

УДК: 334.48

Радченко О.М.

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ЕКОЛОГІЧНОМУ ТУРИЗМІ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Статтю присвячено актуальному стану маркетингових комунікацій в екологічному туризмі Черкаської області, яка має значний історико-культурний та природний потенціал. Проведено аналіз зв'язків з громадськістю та рекламної діяльності туристичних підприємств і громадських об'єднань, спрямованих на просування екологічних турів та збереження довкілля.

Ключові слова: маркетингові комунікації, екологічний туризм, Черкаська область, екологічний тур.

Статью посвящено актуальному состоянию маркетинговых коммуникаций в экологическом туризме Черкасской области, которая имеет значительный историко-культурный и природный потенциал. Проведено анализ связей с общественностью и рекламной деятельности туристических предприятий и общественных организаций, направленных на продвижение экологических туров и сохранение окружающей среды.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, экологический туризм, Черкасская область, экологический тур.

The article is devoted to the current state of marketing communications in ecological tourism of Cherkasy region, which has significant cultural, historical and environmental potential. Public relations and advertising activities of tourist agencies and public organizations, which promote ecological tours and environment protection, have been analyzed.

Keywords: marketing communications, ecological tourism, Cherkasy region, ecological tour

Постановка проблеми. Серед різновидів туризму особливого поширення набуває сьогодні екологічний туризм, що здійснюється переважно на територіях національних природних парків, біосферних заповідників, регіональних ландшафтних парків тощо. Його інтегруючий характер спрямований на гармонізацію відносин між органами державної влади, туристами, туристичними підприємствами, місцевими громадами, громадськими організаціями та природним середовищем, що реалізується через екологізацію всіх видів туристської діяльності, охорону природи, екологічну освіту та виховання.