

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет магістерської та
аспірантської підготовки
Кафедра менеджменту
природоохоронної діяльності

Магістерська кваліфікаційна робота

на тему: Удосконалення механізмів формування та реалізації регіональної
політики розвитку івентивного туризму

Виконав студент 2 курсу групи MBA-61
спеціальності 074 Публічне управління
та адміністрування
Шманова Ганна Володимирівна

Керівник к.е.н., доцент
Колонтай Світлана Миколаївна

Консультант _____

Рецензент д.е.н., проф.
ІПРЕЕД НАНУ
Бутенко Анатолій Іванович

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет Магістерської та аспірантської підготовки
Кафедра менеджменту природоохоронної діяльності
Рівень вищої освіти магістр
Спеціальність 074 Публічне управління та адміністрування
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

“ 20 ” листопада 2017 року

З А В Д А Н Н Я
НА МАГІСТЕРСЬКУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Шмановій Ганні Володимирівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

Тема роботи Удосконалення механізмів формування та реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму

керівник роботи к.е.н., доцент Колонтай Світлана Миколаївна

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від “02” листопада 2017 року № 321-С

2. Строк подання студентом роботи 1 лютого 2018 року

3. Вихідні дані до роботи Законодавчі та нормативні акти, дані статистичного обліку, спеціальна наукова література та періодичні видання

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

1 Формування та реалізація регіональної політики розвитку івентивного туризму

2 Аналіз регіональної політики розвитку івентивного туризму

3 Механізм реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

1 Порівняльна характеристика івентивного туризму з іншими видами туризму

2 Умови забезпечення ефективності та функції івентивного туризму

3 Зміст регіональної політики розвитку івентивного туризму

4 Напрями та система цілей регіональної політики розвитку івентивного туризму

5 Класифікація факторів розвитку івентивного туризму регіону

6 Міжнародний досвід проведення масштабних івентів та їх вплив на регіональну економіку

7 Стратегічні орієнтири формування іміджу регіонів України як івентивних туристичних дестинацій

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 20 листопада 2017 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів магістерської кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Оцінка виконання етапу	
			у %	за 4-х бальною шкалою
1	Робота з літературними джерелами	20.11-3.12.17	96	відмінно
2	Робота над розділом 1 «Формування та реалізація регіональної політики розвитку івентивного туризму»	4.12-17.12.17	98	відмінно
3	Робота над розділом 2 «Аналіз регіональної політики розвитку івентивного туризму»	18.12-31.12.17	96	відмінно
4	Робота над розділом 3 «Механізм реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму»	8.01-22.01.18	96	відмінно
5	Оформлення роботи	23.01-1.02.18	98	відмінно
	Рубіжна атестація	25.12-29.12.17	98	відмінно
	Інтегральна оцінка виконання етапів календарного плану (як середня по етапам)		97	відмінно

Студент _____ Шманова Г.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Колонтай С.М.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Магістерська кваліфікаційна робота на тему «Удосконалення механізмів формування та реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму»
Шманової Ганни Володимирівни

Актуальність теми. Туристична сфера все частіше розглядається як специфічний, екологічний і привабливий сектор економіки та складова державної і регіональної політики, від якої у значній мірі залежить як соціальний, так і економічний розвиток країни, формується її імідж на міжнародній арені. Івентивний туризм розглядається як вагоме джерело формування позитивного іміджу регіону та на цій основі підвищення рівня його соціально-економічного розвитку в цілому шляхом генерування вхідних туристичних потоків. Важливе значення івентивного туризму для розвитку територіальних господарських систем зумовлює актуальність наукових досліджень з формування та реалізації регіональної політики у цій сфері, спрямованої на максимізацію ефектів від розвитку такого виду туризму для регіону.

Мета і задачі дослідження. Метою магістерської роботи є обґрунтування сутності регіональної політики розвитку івентивного туризму, аналіз регіональної політики розвитку івентивного туризму та дослідження механізмів реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму.

Досягнення поставленої мети зумовило потребу розгляду та вирішення наступних завдань теоретичного та практичного характеру, а саме:

- вивчення зарубіжного досвіду реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму;
- аналіз формування івентивних турпродуктів та просування регіону як івентивної туристичної дестинації;
- дослідження механізмів реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму.

Об'єктом дослідження є комплекс теоретичних і прикладних аспектів формування та реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму.

Предметом дослідження є теоретико - методичні підходи до формування та реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою роботи є фундаментальні концепції економічної теорії та теорії управління, наукові положення в галузі природокористування та охорони навколишнього середовища, класичні підходи до формування екологічної та економічної безпеки, роботи з вдосконалення формування та реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму.

Інформаційною базою виступають нормативно - законодавчі акти України, статистичні звіти Державної служби статистики України, наукові публікації вітчизняних і зарубіжних вчених, інформація електронних Інтернет-ресурсів.

Результати, їх новизна, теоретичне та практичне значення. У магістерській роботі розглянуто питання формування та реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму та розроблено практичні рекомендації щодо їх удосконалення.

Рекомендації щодо використання результатів роботи з зазначенням галузі застосування. Сформульовані та обґрунтовані положення та рекомендації можна застосовувати для подальшого розвитку теоретичних і науково-практичних положень щодо формування та реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму.

Структура і обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Повний обсяг тексту магістерської роботи – 112 сторінок, таблиць – 18, рисунків – 6.

Перелік ключових слів: регіональна політика, туризм, івентивний туризм, політика розвитку туризму, івент.

ANNOTATION

Master's degree qualifying work on a theme of «Improvement of mechanisms for the formation and implementation of regional policy for the development of event tourism»

Shmanova Hanna Volodymyrivna

Actuality of theme. The tourism sector is increasingly seen as a specific, ecological and attractive sector of the economy and a component of state and regional policy, on which the social and economic development of the country depends to a large extent, its image on the international scene is formed. Event tourism is considered as a significant source for the formation of a positive image of the region and, on this basis, increase its level of socio-economic development in general by generating incoming tourism flows. The importance of occasional tourism for the development of territorial economic systems determines the relevance of scientific research on the formation and implementation of regional policy in this area, aimed at maximizing the effects of the development of this type of tourism for the region.

Aim and research tasks. The aim of the master's thesis is to substantiate the essence of the regional policy of the development of inventive tourism, the analysis of the regional policy of the development of inventive tourism and the study of mechanisms for implementing the regional policy of development of inclusive tourism.

The achievement of this goal has determined the need for consideration and solving of the following theoretical and practical tasks, namely:

- study of foreign experience in realization of the regional policy of the development of event tourism;
- analysis of the formation of tourism products and promotion of the region as an exploratory tourist destination;
- research of mechanisms of realization of regional policy of development of tourist tourism.

The object is a complex of theoretical and applied aspects of the formation and implementation of regional policy for the development of event tourism.

The subject of the study there are theoretical and methodical approaches to the formation and implementation of regional policy of development of tourism.

Research methods. The theoretical and methodological basis of the work is the fundamental concepts of economic theory and management theory, scientific positions in the field of nature management and environmental protection, classical approaches to the formation of ecological and economic security, work on improving the formation and implementation of regional policy for the development of event tourism.

The information base is provided by normative and legislative acts of Ukraine, statistical reports of the State Statistics Service of Ukraine, scientific publications of domestic and foreign scientists, information on electronic Internet resources.

Results, their novelty, theoretical and practical value. In the master's work the questions of formation and realization of the regional policy of development of inventive tourism were considered and practical recommendations for their improvement were developed.

Recommendations are in relation to drawing on the results of work with pointing of industry of application. The formulated and substantiated provisions and recommendations can be used for the further development of theoretical and scientific-practical provisions on the formation and implementation of a regional policy for the development of event tourism.

Structure and volume of work. Work consists of entry, three divisions, conclusions, list of the used sources. A complete volume of text of master's degree work is 112 pages, tables - 18 pictures - 6.

Key words: regional policy, tourism, explorative tourism, tourism development policy, event.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ.....	10
1.1 Зміст і значення регіональної політики розвитку івентивного туризму.....	10
1.2 Фактори розвитку івентивного туризму в регіоні.....	19
1.3 Зарубіжний досвід реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму.....	34
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ.....	44
2.1 Аналіз передумов розвитку івентивного туризму в регіонах України.....	44
2.2 Аналіз формування івентивних турпродуктів та просування регіону як івентивної туристичної дестинації (на прикладі Волинської області).....	60
РОЗДІЛ 3 МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ.....	80
3.1 Організаційно-економічні засади реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму.....	80
3.2 Формування іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації.....	89
3.3 Інфраструктурне забезпечення розвитку івентивного туризму в регіоні.....	97
ВИСНОВКИ.....	105
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	108

ВСТУП

Актуальність теми. Україна має значні передумови та потенціал нарощення конкурентоспроможності в умовах глобальних економічних змін. Стратегічними перевагами країни є вигідне розташування, значний економічний, туристичний потенціал, багатство традицій та культурно-історичних пам'яток, мережа транспортних сполучень та ін.

На сучасному етапі розвитку держави поступово відбувається перехід від ресурсомістких виробництв до пошуків інших форм економічної активності, здатних приносити матеріальні блага, покращувати рівень життя населення, не виснажуючи природно-ресурсний потенціал. Одним із таких видів діяльності є сфера туризму, що уособлює засіб духовного, культурного й соціального розвитку особистості та є одним із видів активного відпочинку, який поєднує відновлення продуктивних сил людини з оздоровчими, пізнавальними, спортивними, культурними та розважальними цілями.

Для депресивних регіонів розвиток івентивного туризму, спрямований на збільшення кількості культурних подій та заходів, які відбуватимуться у регіоні, забезпечуватиме потік гостей у регіон та слугуватиме додатковим джерелом бюджетних надходжень, поштовхом розвитку ринкової та соціальної інфраструктури, нових сфер діяльності та суміжних галузей економіки, передумовою створення додаткових робочих місць. Для високо розвинутих регіонів івентивний туризм стане додатковою передумовою підвищення їх інвестиційної привабливості. Тому ведення ефективної регіональної політики розвитку івентивного туризму в регіонах країни, спрямованої на підвищення рівня організації та проведення таких подій, є умовою розвитку індустрії дозвілля та підвищення соціально-економічного розвитку регіонів країни загалом.

Процесу становлення та розвитку регіональної політики розвитку туризму, в тому числі, івентивного, присвячені наукові праці зарубіжних та вітчизняних дослідників, зокрема О. Алексеевої, Є. Альткорна, А.Бабкіна, І.

Балабанова, А. Балабанова, І. Бережної, В. Бирковича, З.Герасимчук, М.Долішнього, А. Дуровича, В. Гуляєва, О. Гулич, В. Євдокименка, В. Квартальнова, В. Кравціва, М. Кабушкіна, А.Коновалова, С.Мельниченко, О. Музиченко-Козловської, Т.Ткаченко, І.Школи, Л.Шульгіна та багатьох інших. Разом з тим, теоретичні та прикладні засади розвитку регіональної політики івентивного туризму у регіонах країни знаходиться на початковій стадії формування. Своєю новизною вони ще не отримали комплексного висвітлення у наукових дослідженнях.

Мета і задачі дослідження. Метою магістерської роботи є обґрунтування сутності регіональної політики розвитку івентивного туризму, аналіз регіональної політики розвитку івентивного туризму та дослідження механізмів реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму.

Досягнення поставленої мети зумовило потребу розгляду та вирішення наступних завдань теоретичного та практичного характеру, а саме:

- аналіз факторів розвитку івентивного туризму в регіоні;
- вивчення зарубіжного досвіду реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму;
- аналіз формування івентивних турпродуктів та просування регіону як івентивної туристичної дестинації;
- дослідження механізмів реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму.
- обґрунтування напрямів формування іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації.

Об'єктом дослідження є комплекс теоретичних і прикладних аспектів формування та реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму.

Предметом дослідження є теоретико - методичні підходи до формування та реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою роботи є фундаментальні концепції економічної теорії та теорії управління, наукові положення в галузі природокористування та охорони навколишнього середовища, класичні підходи до формування екологічної та економічної безпеки, роботи з вдосконалення формування та реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму.

Інформаційною базою виступають нормативно - законодавчі акти України, статистичні звіти Державної служби статистики України, наукові публікації вітчизняних і зарубіжних вчених, інформація електронних Інтернет-ресурсів.

Результати, їх новизна, теоретичне та практичне значення. У магістерській роботі розглянуто питання формування та реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму та розроблено практичні рекомендації щодо їх удосконалення.

Рекомендації щодо використання результатів роботи з зазначенням галузі застосування. Сформульовані та обґрунтовані положення та рекомендації можна застосовувати для подальшого розвитку теоретичних і науково-практичних положень щодо формування та реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму.

РОЗДІЛ 1

ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ

1.1 Зміст і значення регіональної політики розвитку івентивного туризму

Туристична сфера все частіше розглядається як специфічний, екологічний і привабливий сектор економіки та складова державної і регіональної політики, від якої у значній мірі залежить як соціальний, так і економічний розвиток країни, формується її імідж на міжнародній арені.

Надзвичайно потужним є опосередкований вплив розвитку туризму на соціально-економічний стан країни та її регіонів, зокрема через необхідність будівництва, реконструкції та ремонту автомобільних доріг, аеропортів, залізниць, облаштування державного кордону і митних переходів, випуску сувенірної продукції з національною символікою, належне обслуговування сотень тисяч туристів у готельних та розважальних комплексах.

Значного визнання та популярності в світі за останні десятиліття набуває розвиток такого перспективного напрямку туризму як івентивний. Характерною ознакою івентивного туризму є приурочення туристичної подорожі до певної події, свята чи видовища: музичних конкурсів, національних фестивалів та карнавалів, театралізованих дійств, конкурсів, різноманітних змагань та чемпіонатів, політичних акцій, унікальних природних явищ, що мають здатність приваблювати до місць, де вони відбуваються. Історія ж розвитку івентивного туризму сягає глибокої давнини з часів започаткування організації олімпійських змагань у Давній Греції, що об'єднували десятки тисяч зацікавлених з усього Середземномор'я.

Соціальні та економічні вигоди від їх проведення зумовили розширення спектру івентивних заходів у різних країнах світу протягом історичних етапів розвитку суспільства.

На нинішньому етапі розвитку України, що характеризується перенесенням соціально-економічних процесів з галузевого на територіальний рівень, дослідження івентивного туризму, як одного із дієвих напрямків регіонального розвитку, є важливим та своєчасним.

Процес такого дослідження вимагає активізації насамперед теоретичних пошуків з даного питання, що спричиняє розробку концептуальних засад розвитку інвективного туризму, як перспективного напрямку регіонального розвитку.

За словами С.Мельниченко «Івентивні заходи - це виключні заходи, які спрямовані на просування компанії, послуг, товарів і брендів за допомогою яскравих подій, що запам'ятовуються» [3,12].

О.О. Бейдик розвиваючи методологію географії туризму, виділяє подієві рекреаційно-туристичні ресурси як найсуттєвіші прояви соціального та природного руху, знакові події в історії певної території (політичні, військові, культурні, економічні, екологічні).

Білоруські дослідники івентивний туризм розглядають як такий вид туризму, при якому туристи стають свідками величних подій у світі спорту, культури і мистецтва. Такі поїздки залишаються в пам'яті як один із яскравих моментів життя.

З огляду на зазначені думки щодо суті івентивного туризму, можна зробити висновок, що івентивний туризм займає особливе місце у структурі туристичних послуг.

Разом із сукупністю туристичних продуктів подієві тури утворюють індустрію дозвілля, яка також охоплює: готельне господарство (готелі, мотелі, туристичні і спортивні бази); центри відпочинку (кінотеатри, театри, оркестри, хореографічні студії, школи мистецтв, концертні заклади); розважальні і видовищні установи (цирки, ярмарки, фестивалі, карнавали, парки відпочинку, ігрові заклади, нічні клуби, казино); установи активного відпочинку (спортивні клуби різних видів, більярдні салони, майданчики для гри в гольф, басейни, іподроми, треки); клуби-ресторани, кафе-клуби; сімейні

рекреаційні комплекси і центри дозвілля; державні зони відпочинку і історико-культурні місця тощо. Це все дає змогу переконатись, що розвиток однієї з складових туризму - івентивного неможливий без участі інших, та водночас дозволяє очікувати, що при системному, комплексному підході до такого розвитку в кінцевому результаті вигоду отримають усі складові індустрії дозвілля.

З метою дослідження особливостей івентивного туризму і обґрунтування його сутності, визначимо основні ознаки, які йому притаманні. Для цього необхідно провести порівняльну характеристику івентивного туризму з іншими видами туризму (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Порівняльна характеристика івентивного туризму з іншими видами туризму

Ознаки порівняння	Традиційні види туризму	Івентивний туризм
Періодичність проведення	Не встановлюється	Чітко регламентована
Характер проведення	Носить постійний або сезонний характер	Приурочений певній події
Організаційне забезпечення	На засадах операційного менеджменту	На засадах проектного менеджменту
Мета	Переважно комерційна	Комерційна або соціальна
Джерела фінансування	Переважно за кошти туристичних фірм	За рахунок туристичних фірм, бюджетних коштів, інвесторів, спонсорів
Вплив на індустрію дозвілля	Є її основою	Доповнює і стимулює розвиток
Охоплення відвідувачів	Переважно невеликі групи людей	Характеризується масовістю
За методом розміщення	Стаціонарний і пересувний	Переважно стаціонарний
Умови ефективності	Залежить від конкурентоспроможності турпослуг	Залежить від поінформованості населення, реклами події та піаракцій навколо неї
Мотивування	Фізіологічні та духовні потреби особи	Суспільні вподобання, пізнавальна цінність, статус, мода, престиж, значущість події
Додаткові вигоди	Формування туристичних потоків, зростання кількості робочих місць, наповнення бюджетів тощо	«Синергетичний» ефект впливу на розвиток різних секторів економіки та туристичної індустрії території - місця проведення заходів
Залежність від суспільних вподобань	Часткова	У повній мірі
Інформаційний ефект	Тимчасовий	Довготривалий

Провівши порівняльну характеристику івентивного туризму з традиційними видами туризму, виділимо основні ознаки, які йому притаманні. До ознак, характерних івентивному туризму, належать: чітка регламентованість та періодичність проведення заходів; стаціонарність проведення заходів; застосування підходів проектного управління; диверсифікація джерел фінансування; залежність від суспільної думки, статусу, престижу; масовість відвідувачів, залежність від поінформованості населення; довготривалість інформаційного ефекту, стимулювання розвитку різних секторів туріндустрії [14,29].

Враховуючи суть та ознаки івентивного туризму, такий вид туризму виконує ряд функцій, зокрема (рис. 1.1):

- просвітницьку функцію, що реалізується через поширення наукових знань про країну та місцевість, героїчне минуле її народу, традиції, розвиток культури та мистецтва;
- пізнавальну функцію, що передбачає засвоєння нових понять, фактів, відомостей, розширення кругозору;
- виховну функцію, що сприяє самовдосконаленню людини та вихованню цивілізованого ставлення до культурно-історичної спадщини, відродженню національної свідомості, формуванню патріотизму;
- естетичну функцію, що передбачає формування естетичної культури, розкриття художньої своєрідності майстрів та артистів;
- розважальну функцію, що передбачає організацію культурного дозвілля, відпочинку, спілкування;
- економічну функцію, що передбачає фінансові надходження від реалізації заходів, оскільки івентивний туризм забезпечує вхідні туристичні потоки в регіон проведення.

Основними умовами забезпечення ефективності та масштабності івентивних заходів є (рис. 1.1): відповідність суспільним вподобанням; інформованість про подію; ефективна рекламна кампанія; статус та значущість події; організованість події тощо.

Ефективність івентивних заходів слід розглядати з позиції, по-перше, туристичної фірми, яка отримуватиме прибутки від вдало організованого заходу, що в свою чергу спричинятиме економічний ефект для регіону проведення; по-друге, безпосередніх учасників (спортсменів, артистів тощо) у формі заробітної плати, призів, статусу; по-третє, глядачів, які є свідками неповторних подій; по-четверте, регіон, який отримує вхідні туристичні потоки, надходження в бюджет, «інформаційний ефект» та «мультиплікативний ефект» від проведення заходу; по-п'ятому, держава, яка отримує вигоди від міжнародних, загальнодержавних подій.



Рис. 1.1 Умови забезпечення ефективності та функції івентивного туризму

Тобто розвиток івентивного бізнесу надає: туристам та місцевому населенню - послуги, працівникам - робочі місця, власникам - прибуток,

бюджету - надходження. Матиме місце і ефект індустрії дозвілля у вигляді додаткового попиту на товари і послуги у регіоні. Значно зросте попит на сувенірну продукцію, що буде і доходом, і рекламою регіону. Розвиток сфери івентивного туризму матиме соціальне значення за рахунок первшшої (власне в івентивному туризмі) та вторинної зайнятості у регіоні, забезпечуватиме відпочинок у ньому. У цьому і полягає синергетичний ефект івентивних турів для території проведення.

Для депресивних регіонів розвиток івентивного туризму, спрямований на збільшення кількості культурних подій та заходів, які відбуватимуться у регіоні, забезпечуватиме потік гостей у регіон та слугуватиме додатковим джерелом бюджетних надходжень, поштовхом розвитку ринкової та соціальної інфраструктури, нових сфер діяльності та суміжних галузей економіки, передумовою створення додаткових робочих місць. Для високо розвинутих регіонів івентивний туризм стане додатковою передумовою підвищення їх інвестиційної привабливості. Тому ведення ефективної регіональної політики розвитку івентивного туризму в регіонах країни, спрямованої на підвищення рівня організації та проведення таких подій, є умовою розвитку індустрії дозвілля та підвищення соціально-економічного розвитку регіонів країни загалом.

Регіональну політику розвитку івентивного туризму будемо розглядати як систему заходів та інструментів зі створення сприятливих передумов для проведення у регіоні широкомасштабних просвітницьких, спортивних, культурно-розважальних заходів, формування та просування івентивних турпродуктів, що забезпечують туристичну, соціальну й економічну промоцію регіону і на цій основі підвищення рівня його соціально-економічного розвитку в цілому (рис. 1.2).

При цьому регіональну політику розвитку івентивного туризму слід розглядати як складову регіональної політики розвитку туризму. Виокремлення окремого напрямку зумовлене значним економічним,

соціальним та культурним ефектом, який несе в собі сфера розвитку івентивного туризму для регіону.

<p>РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ - система заходів та інструментів зі створення сприятливих передумов для проведення у регіоні широкомасштабних просвітницьких, спортивних, культурно-розважальних заходів, формування та просування івентивних турпродуктів, що забезпечують туристичну, соціальну й економічну промоцію регіону і на цій основі підвищення рівня його соціально-економічного розвитку в цілому</p>	
<p>МЕТА- забезпечення синергетичного впливу івентивних заходів на соціально-економічний розвиток регіону та підвищення його рівня через туристичну, соціальну та економічну промоцію регіону</p>	
<p>ЗАВДАННЯ</p> <ul style="list-style-type: none"> - розроблення та виконання комплексної програми промоції регіону, регіональних програм розвитку івентивного туризму, ринку туристичних послуг, забезпечення захисту і безпеки туристів; - сприяння розвитку міжнародного співробітництва у сфері івентивного туризму; - створення сприятливих організаційних умов для розвитку івентивного туризму, розбудови матеріально-технічної бази туристичної галузі; - організації відпочинку приїжджих, створення для них рекреаційних зон з відповідним оснащенням і сервісом на час проведення івентивного заходу; - сприяння створенню нових туристичних підприємств та організацій, посиленню конкуренції з метою розвитку івентивного туризму; - забезпечення зростання потенціалу туристичних підприємств та обсягів залучення гостей до участі в івентивних заходах; забезпечення раціонального використання, - збереження та примноження туристичних ресурсів, природного та історико-культурного середовища у регіоні; - інформованість населення про можливості ефективного використання вільного часу, проведення змістовного дозвілля; - залучення інвестицій для розвитку туристичної індустрії, ін. 	
<p>ОБ'ЄКТ - система просвітницьких, спортивних, культурно-розважальних заходів, націлених на отримання синергетичного соціально-економічного ефекту для регіону від їх проведення</p>	<p>СУБ'ЄКТ- органи влади загальнодержавного, регіонального та місцевого рівнів, зокрема: державні та місцеві органи влади, органи місцевого самоврядування, органи управління туристичними підприємствами, територіальні громади</p>
<p>РЕЗУЛЬТАТ - синергетичний соціально-економічний ефект, зокрема розвиток суміжних до туризму сфер діяльності, підвищення інвестиційної привабливості, створення додаткових робочих місць, підвищення рівня життя населення; формування позитивного іміджу території; популяризація регіону як місця відпочинку; запровадження культури організованого масового відпочинку, ін.</p>	

Рис. 1.2. Зміст регіональної політики розвитку івентивного туризму

Варто вказати на взаємовплив та взаємозалежність івентивних заходів та соціально-економічного розвитку регіону. З одного боку, високий рівень

соціально-економічного розвитку регіону, що супроводжується високим рівнем його інвестиційного забезпечення, є підґрунтям проведення у регіоні івентивних заходів. І чим ширшим є масштаб проведених заходів, тим більшою є залежність. З іншого боку, високий рівень розвитку івентивного туризму є підґрунтям до підвищення соціально-економічного розвитку регіону за рахунок росту інвестиційної привабливості та синергічного впливу цієї сфери на розвиток інших сфер регіону (рис. 1.3).

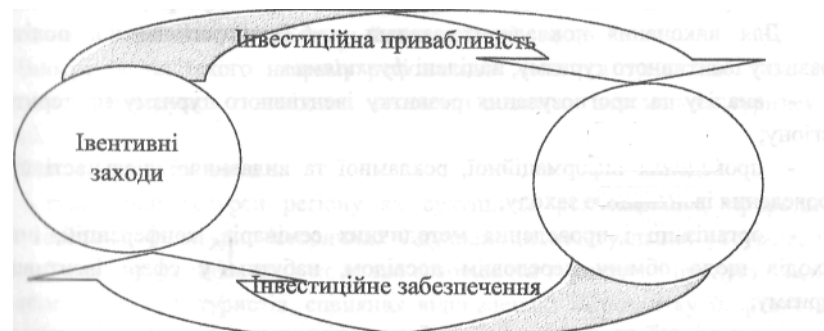


Рис. 1.3 Взаємовплив івентивних заходів та соціально-економічного розвитку регіону

Напрями регіональної політики розвитку івентивного туризму слід згрупувати у три блоки (рис. 1.4):

- 1) *формування передумов розвитку івентивного туризму, які безпосередньо дають можливість регіону формувати певний вид регіонального івентивного туристичного продукту, його масштаби тощо;*
- 2) *формування регіонального івентивного турпродукту та організація івентивного туризму в регіоні;*
- 3) *просування регіону як івентивної туристичної дестинації і стимулювання збуту регіональних івентивних турпродуктів на внутрішньому та зовнішньому туристичних ринках.*

Водночас, на сьогодні забезпечення розвитку івентивного туризму в регіонах України можливе тільки при поєднанні цих трьох напрямів.

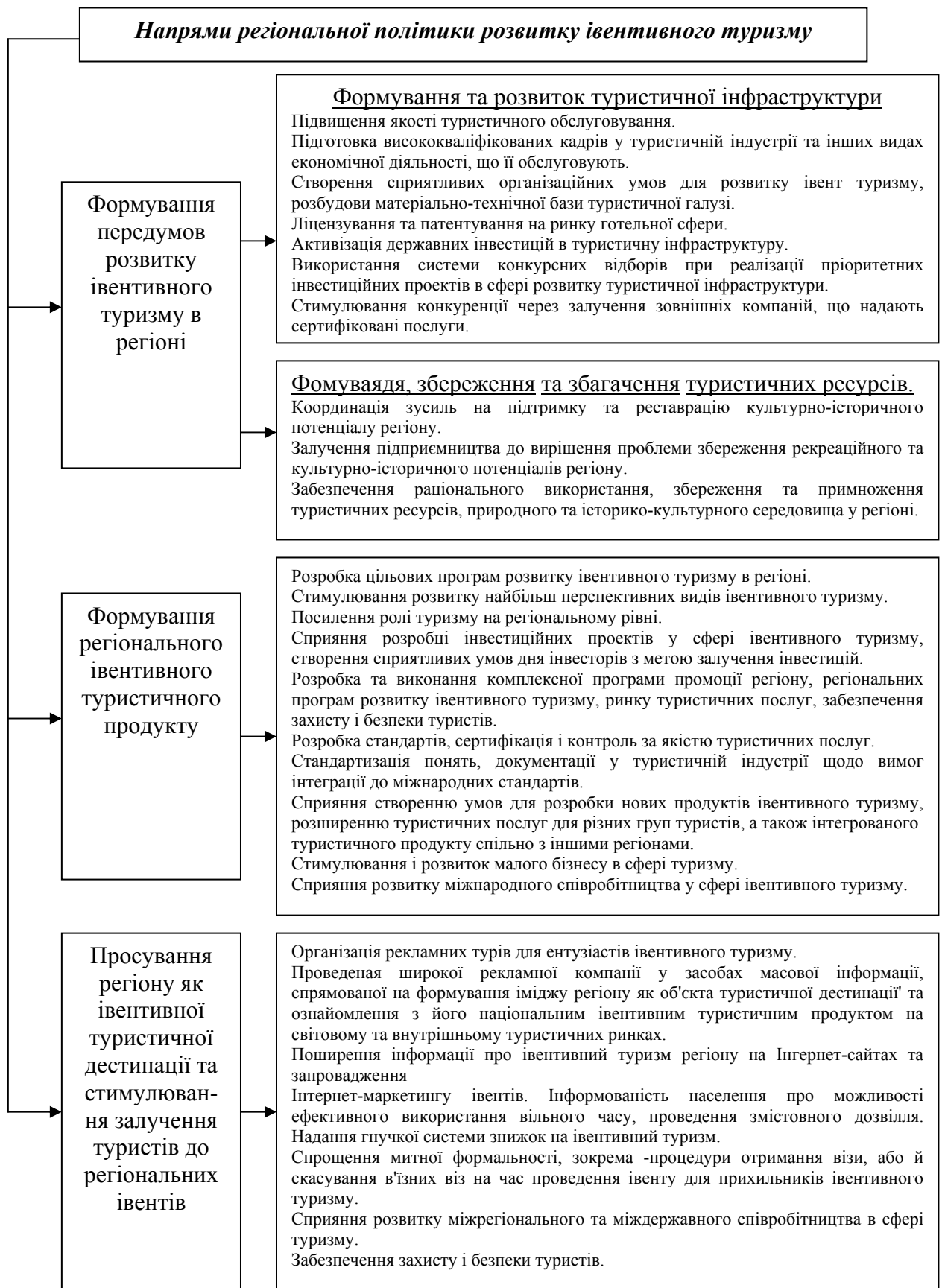


Рис. 1.4 Напрями та система цілей регіональної політики розвитку івентивного туризму

Таким чином, формування регіональної політики розвитку івентивного туризму є необхідним атрибутом забезпечення туристичної, соціальної та економічної промоції регіону, як передумови підвищення рівня його соціально-економічного розвитку. Стимулювання ж розвитку саме івентивних турів в регіоні зумовлено його функціями та перевагами, до яких слід віднести швидку оборотність капіталу у цій сфері, високу доходність, можливість створення штих робочих місць, позитивний вплив на формування іміджу території, популяризацію регіону як місця відпочинку, синергетичний вплив на розвиток штих сфер діяльності та можливість підвищення інвестиційної привабливості регіону [9,16,36].

1.2 Фактори розвитку івентивного туризму в регіоні

Рівень розвитку івентивного туризму регіону, ефективність функціонування індустрії івентивного туризму, а також територіальна організація івентивного туризму в регіоні детермінуються різноманітними факторами, під впливом яких регіони України можуть мати конкурентні переваги або суттєво відставати від регіонів провідних країн світу як за наданням туристичних послуг, так і за розвитком І туристичної індустрії. Тому виявлення і врахування факторів впливу на розвиток івентивного туризму регіону має важливе значення при формуванні та реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму.

Фактори розвитку івентивного туризму регіону варто розглядати як сукупність усіх чинників, загроз та можливостей середовища (внутрішнього і зовнішнього), що діють на івентивний туризм регіону.

Очевидно, що розвиток івентивного туризму в регіоні буде визначатись впливом факторів розвитку туризму загалом, але із врахуванням його особливостей їх дія буде більшою чи меншою мірою чинити вплив на розвиток івентивного туризму (табл. 1.2). Так, з впевненістю можна

стверджувати про вирішальний вплив мотиваційних факторів на розвиток івентивного туризму, які залежать від івенту, до якого він приурочений.

Таблиця 1.2

Порівняльна характеристика особливостей впливу окремих факторів на розвиток івентивного туризму та інших видів туризму в регіоні

Фактори	Рівень і характер впливу на розвиток	
	Туризму	Івентивного туризму
<i>1. Мотиваційні фактори</i>		
1.1. пізнавальні мотиви	Можливість побачити „на власні очі" видатні пам'ятки культури та історії, побувати у загально відомих місцях світу	Причетність до івенту та його пізнавальна цінність головним чином визначають причини, які спонукають туристів відвідати ті чи інші об'єкти івентивного туризму, визначають вибір туристами того чи іншої» івенту
1.2. можливість отримання нових вражень	Отримання нових вражень від природно-рекреаційних та естетичних ресурсів регіону, його культурно-історичної спадщини	Можливість споглядати подію, яка є суспільним вподобанням, робить її ще більш цінною для туристів
1.3. модні тенденції	Мода на подорожі в ті чи інші туристичні місця робить їх привабливими для туристів	Статус, мода, престиж, та значущість події в регіон чинять суттєвий вплив на івентивний туризм і робить його привабливим для туристів і задовольняє прагнення належати до певної соціальної групи
1.4. пізнання природи	Має визначальний вплив на вибір місця відпочинку	Вплив дуже слабкий і такий мотив має другорядне значення
1.5. потреба в оздоровленні	Має визначальний вплив на вибір місця відпочинку	Відсутній вплив, або дуже слабкий, адже туристи їдуть не за відпочинком, а за спогляданням і новими враженнями від події, що є головною метою івентивного туризму, а відпочинок, бізнес, шоппінг можуть бути другорядними цілями
1.6. можливість самовиразитись та сомоутвердитись	Має вплив на вибір туристами, які прагнуть не відставати від інших споживачів, а тому подорожують туди, де інші	Можливість побувати серед однодумців та відчутти свою значимість, а також самовиразитись через причетність до івенту.
<i>2. Економічні фактори</i>		
2.1. інноваційний потенціал регіону	Чинить суттєвий вплив на пропозицію послуг туризму, їх конкурентоспроможність, а тому і формування	Чинить визначальний вплив на пропозицію послуг івентивного туризму в регіоні, а тому і формування попиту на даний вид туризму

	попиту на туризм в регіоні	
2.2. розвиток туристичної інфраструктури в регіоні	Чинить визначальний вплив на конкурентоспроможність послуг туризму в регіоні	Існує прямий зв'язок між рівнем конкурентоспроможності івентивного туризму в регіоні та розвитком туристичної інфраструктури
2.3. фінансовий потенціал регіону	Визначальний вплив, адже наявність достатніх фінансових ресурсів у регіоні дозволяє спрямувати їх у розвиток індустрії туризму на високому рівні	Визначальний вплив, адже наявність достатніх фінансових ресурсів у регіону дозволяє спрямувати у розвиток індустрії івентивного туризму на високому рівні
2.4. розвиток транспорту і комунікацій	Чинить значний вплив на конкурентоспроможність послуг туризму в регіоні	Чинить значний вплив на конкурентоспроможність послуг івентивного туризму в регіоні
<i>3. Соціальні фактори</i>		
3.1. рівень добробуту населення регіону	Напряму пов'язаний із рівнем туристичного потоку	Цільовою аудиторією івентивного туризму є забезпечені туристи з доходами вище середнього рівня, які більш стійкі до змін рівнів їх добробуту
3.2. зміна чисельності населення регіону	Спричиняє відповідну зміну туристичного потенціалу	Зумовлює відповідну зміну туристичного потенціалу; зокрема - її зменшення зумовить і скорочення потенційних внутрішніх туристів з регіону, і навпаки
3.3. розвиток фонду вільного часу в населення	Сприяє реалізації рекреаційних потреб і розвитку туризму	Сприяє можливості долучитися до івентивного туризму, але зв'язок є слабким, адже івентивний туризм не потребує значних витрат часу (2-5 днів)
<i>4. Екологічні фактори</i>		
4.1 Природно-рекреаційні та естетичні ресурси регіону	Визначальний вплив, оскільки туристи прагнуть задовольнити свої фізіологічні та духовні потреби	Визначальний вплив, оскільки туристи прагнуть задовольнити свої фізіологічні та духовні потреби
4.2 Рівень екологічного розвитку регіону	Визначальний вплив, оскільки туристи прагнуть задовольнити свої фізіологічні та духовні потреби	Незначний вплив, однак місцями проведення івентивних заходів є найбільш благосприятливі території
<i>5. Геополітичні фактори</i>		
5.1 Географічне положення регіону	Визначальний вплив, оскільки туристи прагнуть задовольнити свої фізіологічні та духовні потреби	Слабкий вплив, адже вирішальне значення має подія, а не місце її проведення
5.2 Клімат регіону	Визначальний вплив при виборі туристичного місця	Слабкий вплив, адже вирішальне значення має подія, а кліматична зона її проведення відіграє вторинну роль

5.3 Політичне становище	Визначальний вплив, оскільки для задоволення своїх духовних потреб туристи оберуть політичне стабільний регіон з відкритими зовнішньополітичними зв'язками	Опосередкований вплив
<i>6. Культурно-історичні фактори</i>		
6.1 Менталітет населення регіону	Середній рівень впливу, що визначає гостинність та доброзичливість населення регіону	Несуттєвий вплив, оскільки туристи не ставлять за мету знайомитись із населенням регіону, а споглядання івенту та пошук однодумців
6.2 Культурно-історична спадщина регіону	Прямий і значний вплив, якщо туристи керуються мотивами побачити видатні пам'ятки культури та історії.	Прямий і значний вплив на розвиток фольклорно-історичного, публічно-мистецького та культурно - розважального видів івентивного туризму. Прямий зв'язок із розвитком спортивного, економіко-політичного чи релігійного івентивного туризму відсутній, інтерес до культурних і архітектурних цінностей регіону з боку туристів, що цікавляться такими івентами, не є визначальним, але може посилювати ефект притоку туристів до регіону.
<i>7. Організаційні фактори</i>		
7.1 Рівень організованості	Визначає туристичний потік у теперішньому часі і в майбутньому	Визначає туристичний потік у теперішньому часі і в майбутньому
7.2 Рекламна компанія	Поінформованість про курортні місця регіону стимулює формування на них попиту	Поінформованість населення про подію в регіоні, ефективна реклама події та тар акції навколо неї стимулюють формування попиту на івентивний туризм в регіоні
7.3 Рівень (якість) послуг івентивного туризму	Має визначальний вплив та залежить від фінансового стану турфірм, а для туристів визначається рівнем їх купівельної спроможності.	Має визначальний вплив та дозволяє задовольнити економічні потреби й престиж: економія часу й зусиль при досягненні комфорту

Фактори розвитку івентивного туризму регіону можна класифікувати за наступними критеріями (табл. 1.3):

1) за цільовою спрямованістю (згідно до такої класифікацією) встановлюються цільові орієнтири впливу факторів на розвиток івентивного туризму регіону, хоча ідеальним є їх поєднання):

- фактори впливу на попит в івентивному туризмі в регіоні, які спрямовані на залучення вітчизняних та іноземних громадян до послуг івентивного туризму регіону (табл. 1.4).

Таблиця 1.3

Класифікація факторів розвитку івентивного туризму регіону

<i>Класифікаційні ознаки</i>	<i>Різновиди факторів розвитку івентивного туризму регіону</i>
1. За спрямованістю	1.1. Фактори впливу на попит в івентивному туризмі регіону 1.2. Фактори пропозиції послуг івентивного туризму в регіоні
2. За походженням	2.1. Мотиваційні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні 2.2. Організаційні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні 2.3. Соціальні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні 2.4. Економічні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні 2.5. Екологічні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні 2.6. Геополітичні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні 2.7. Культурно-історичні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні
3. За характером дії (впливу)	3.1. Фактори стимулятори розвитку івентивного туризму в регіоні 3.2. Фактори дестимулятори розвитку івентивного туризму в регіоні
4. Залежно від джерела виникнення	4.1. Екзогенні (зовнішні) фактори розвитку івентивного туризму в регіоні 4.2. Ендогенні (внутрішні) фактори розвитку івентивного туризму в регіоні
5. За тісністю впливу	5.1. Фактори прямого впливу на розвиток івентивного туризму в регіоні 5.2. Фактори непрямого (опосередкованого) впливу на розвиток івентивного туризму в регіоні
6. За стабільністю впливу	6.1. Статичні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні 6.2. Динамічні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні
7. За масштабом (спектром) впливу	7.1. Локальні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні 7.2. Загальні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні
8. Залежно від кількісно-якісних характеристик	8.1. Інтенсивні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні 8.2. Екстенсивні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні
9. За суб'єктивно-об'єктивними причинами виникнення	9.1. Об'єктивні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні 9.2. Суб'єктивні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні

Фактори впливу на попит і пропозицію послуг івентивного туризму в
регіоні

Фактори пропозиції (виробництва) послуг івентивного туризму в регіоні	Фактори попиту на івентивний туризм в регіоні
<ol style="list-style-type: none"> 1. Висока організованість події у регіоні та спеціалізованість регіонального менеджменту. 2. Достатність фінансового потенціалу регіону та його ефективне використання. 3. Заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток туризму. 4. Розвинена туристична, інформаційна, транспортна інфраструктура регіону та безпека подорожей. 5. Ефективна рекламна кампанія івентивного туризму юну в світових масштабах. 6. Високий рівень сервісу. 7. Сучасна банківська мережа в регіоні. 8. Зростання ділових зв'язків регіону. 9. Спрощення та гармонізація податкового, митного та інших форм регулювання на державному та світовому туристичному ринках. 10. Зміцнення позицій країни на світовому туристичному ринку. 11. Розвиток екологічних та оздоровчих турів, оздоровчих центрів в регіоні. 12. Висока концентрація історичних і культурних та інших пам'яток. 13. Дивовижна архітектура і дизайн регіону. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Інноваційність (унікальність, креативність) події. 2. Статус, мода, престиж, та значущість події в регіоні, якій присвячений івентивний туризм. 3. Можливість отримання нових вражень та пізнання події. 4. Можливість поєднання споглядання івенту з відпочинком на морі (річці, озері), оглядом визначних культурно-історичних пам'яток, екзотичної природи, об'єктів природно-заповідного фонду, чарівних ландшафтів регіону. 5. Зручний транзитний шлях для туристів, що мандрують в Західну Європу та Азію.

- фактори пропозиції послуг івентивного туризму в регіоні, що дозволяють диференціювати івентивні турпродукти, а також розширити послуги івентивного туризму окремого регіону із врахуванням його потенціалу (табл. 1.4).

2) за походженням (така класифікація дає змогу детально підходити до дослідження факторів розвитку івентивного туризму регіону залежно від сфери їх виникнення):

- мотиваційні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні - це психологічні чинники (людські потреби, мотиви, цінності, стереотипи тощо). Основні мотиви туристів, що виявляють інтерес до івентивного туризму представлено у таблиці 1.5.

Таблиця 1.5

Мотиви туристів, що виявляють інтерес до івентивного туризму

Тип туристів		Основні мотиви туристів	Потенціал попиту на івентивний туризм в регіоні
За інтенсивністю зацікавленості івентивним туризмом та масштабом інтересів	ентузіаст івентивного туризму	причетність до івенту та його споглядання на «власні очі», що зумовлене модою і престижем такого виду туризму	невисокий
	турист, що цікавиться івентивним туризмом в цілому, а не лише певним його видом чи окремим івентом	причетність до івенту. Встановлення взаємозв'язків з іншими такими ж туристами	середній
	турист, який цікавиться певним івентом	причетність до івенту та його пізнання і споглядання на «власні очі», що зумовлене спеціальними інтересами. Формування і приналежність до фан-клубів	високий
За об'єктом зацікавленості (об'єктом івенту)	турист, що цікавиться спортом, або пригодами	у центрі уваги - активний відпочинок та споглядання спортивних подій	від середнього до високого залежно від івенту
	турист, що цікавиться культурою та історією	потреба в пізнанні історії світу та естетичному розвитку	від середнього до високого залежно від івенту
	турист, що цікавиться природою	легко досяжні (очевидні) заходи івентивного туризму. Пізнання природи і культури у місці призначення івенту. Потреба в оздоровленні	невеликий

Таким чином, серед основних мотивів здійснення івентивний туристичних подорожей можна виділити наступні: причетність до івенту,

можливість отримання нових вражень, пізнавальні мотиви (побачити «на власні очі» івент, видатні пам'ятки культури та історії, побувати у загально відомих місцях світу), модні тенденції (мода на івент, подорожі в ті чи інші туристичні місця). Другорядними цілями є: пізнання природи, потреба в оздоровленні.

- *організаційні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні* - це іманентні фактори розвитку івентивного туризму регіону, властиві саме індустрії туризму.

- *соціальні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні* визначаються умовами праці та життя його населення (демографічні процеси: зміна чисельності, щільності, складу і структури населення регіону; зміна тривалості оплачуваних відпусток і тривалості робочого тижня; зміна кількості працюючих жінок і доходу на кожну родину, домогосподарство; зміна частки самотніх людей; тенденція до більш пізнього шлюбу і створення родини; надзвичайно швидке зростання, чи зменшення числа бездітних пар у складі населення; зміни імміграційних обмежень; зміна пенсійного віку; зростає усвідомлення туристських можливостей; загальна зміна народонаселення; урбанізація; кількість працездатного населення; можливість для прийому й обслуговування гостей; здоров'я, безпека, добробут як громадян країни, так її гостей), які обумовлюють потенціал туристів, наявність вільного часу у населення та їх можливість приєднатись до івентивного туризму;

- *економічні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні* (полягають у зміні структури споживання товарів і послуг у бік збільшення-зменшення в споживчому кошику населення частки різних послуг, у тому числі й послуг івентивного туризму).

Дія таких факторів найбільшою мірою проявляється на розвитку такого виду туризму як івентивний, адже цільовою аудиторією івентивного туризму є забезпечені туристи з доходами вище середнього рівня, а також їх компанії з декількох пар, які обиратимуть відповідно і належні умови організації свого

дозвілля, тобто вибір буде здійснено на користь туристичне розвинених територій.

Залучення новітніх технологій до індустрії івентивного туризму надасть можливість ефективно використовувати наявні туристичні та рекреаційні ресурси, сприяти розвитку сучасної туристичної інфраструктури, збільшити обсяг туристичних послуг і товарів, покращити їх якість, створити сприятливі умови для задоволення потреб туристів, підвищити рівень транспортної інфраструктури, створити умови для відновлення навколишнього середовища, об'єктів історико-культурної спадщини, підвищити забезпеченість галузі туризму кадрами .

- *екологічні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні* визначають додаткові можливі доповнення івентивних турпродуктів іншими атракціями. До даних факторів належать природно-кліматичні умови та природно-ресурсний потенціал регіону (ландшафт, природа, клімат, рельєф місцевості, водні ресурси, рослинний і тваринний світ, підземне багатство - мінеральні води, печери), стан навколишнього природного середовища, унікальність рекреаційних ресурсів, рекреаційне навантаження на екосистеми, атрактивність туристичного регіону.

- *геополітичні фактори розвитку івентивного туризму регіону*, які характеризуються географічним положенням регіону, пов'язані з політичною стабільністю та відкритістю регіону, міжнародними відносинами регіону, його позиціями на світовому туристичному ринку, перерозподілом сфер впливу, правовою базою та державною підтримкою підприємницької діяльності у галузі туризму, нормативною базою процесів приватизації та роздержавлення рекреаційних об'єктів, відповідністю існуючої правової бази, що регулює прямо чи опосередковано процеси в рекреаційній сфері, особливостям її функціонування; змінами (пом'якшенням, чи жорсткістю) міжнародного клімату; конкурентними перевагами вітчизняних виробників туристичних послуг у системі світового туризму; процесами глобалізації; інтеграцією регіону в світовий економічний простір

і міжнародний поділ праці на основі розвитку різних форм зовнішньоекономічних зв'язків; переходом від конфронтації між окремими державами до співробітництва і взаєморозуміння, рішенням спірних міжнародних питань шляхом переговорного процесу; розсудливість і проникливість урядових програм, ступінь кооперації між туристом, приватним підприємством та туризмом.

- *культурно-історичні фактори розвитку івентивного туризму регіону* відображають багатство матеріальної і духовної культури народів, надбаної за тривалу його історію, що так приваблює туристів (старовинні міста, пам'ятники архітектури, історії; місцевості пов'язані з визначними подіями історії; колекції історичних музеїв; місця археологічних розкопок; рівень культурного розвитку населення регіону; прагнення людей до ознайомлення із вітчизняними таї закордонними культурними цінностями та ін.). Такі фактори дають можливість урізноманітнити пропозицію послуг івентивного туризму, приуроченого до якоїсь певної події, іншими культурно-розважальними заходами та на цій основі стимулювати попит на даний вид туристичних послуг. 3) за характером дії (впливу) - така класифікація необхідна для з'ясування характеру впливу - стимулюючої чи дестимулюючої його дії на розвиток івентивного туризму регіону (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

Фактори стимулятори та дестимулятори розвитку івентивного туризму
регіону

<i>Фактори розвитку івентивного туризму</i>	<i>Стимулятори</i>	<i>Дестимулятори</i>
1	2	3
<i>Мотиваційні фактори</i>	Причетність до івенту. Можливість отримання нових вражень. Пізнавальні мотиви (побачити «на власні очі» івент, видатні пам'ятки культури та історії, побувати у загально відомих місцях світу). Модні тенденції (мода на івент, подорожі в ті чи інші туристичні місій).	Боязнь перельотів, натовпу. Інші пріоритети і цінності. «Моральна застарілість» івенту.

<i>Економічні фактори</i>	<p>Високий економічний розвиток регіону. Стабільність і відкритість економіки регіону. Розвиток транспорту, засобів комунікацій та інформаційних технологій. Інноваційність розвитку економіки регіону. Ріст реального доходу населення. Рівномірний розподіл доходів. Стабільність валюти. Орієнтація суспільства на інтелект-економіку. Достатнє фінансування івентивного туризму в регіоні. Заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток івентивного туризму в регіоні. Розробка нових національних туристичних продуктів, інноваційних проектів та наукових досліджень з питань розвитку івентивного туризму. Впровадження в туристичну індустрію комп'ютерної техніки. Підвищення добробуту населення.</p>	<p>Закритість економіки. Економічні кризові явища. Стагнація економіки. Спад промисловості (ріст безробіття, скорочення заробітної плати, тимчасова робота). Нестабільність валюти. Недостатнє фінансування. Недостатній рівень розвитку та недосконалість інформаційної, транспортної, сервісної та туристичної інфраструктури. Повільні темпи зростання обсягів інвестицій у розвиток матеріальної бази івентивного туризму. Відсутністю відповідних об'єктів для розвитку туристичної діяльності. Нерозвиненість індустрії івентивного туризму. Скорочення кількості підприємств готельного господарства. Недооцінювання ролі туристичного бізнесу у наповненні бюджету. Відсутність інноваційних проектів та наукових досліджень з питань розвитку перспективних видів івентивного туризму. Недооцінка ролі туризму в інтелектуалізації туризму на світовому туристичному ринку.</p>
<i>Соціальні фактори</i>	<p>Ріст народонаселення планети і збільшення гвітового туристичного потенціалу. Зростання суспільного багатства і доходів населення. Скорочення робочого і збільшення вільного Іасу. Посилення урбанізації. Збільшення ривалості оплачуваних відпусток. Побудова нтелектуального суспільства. Стимулювання вентивного туризму серед молоді.</p>	<p>Чітка орієнтація на цільову групу. Падіння добробуту населення. Низький рівень доходів населення та нестача вільного часу. Соціальна напруженість в суспільстві. Відсутність населенні середнього класу і переважання низько І забезпеченого населення.</p>
<i>Екологічні фактори</i>	<p>Екзотична і унікальна природа. Природно-екреаційні та естетичні ресурси. Унікальність уристичних і рекреаційних ресурсів, лсологічна безпека. Ефективне рекреаційне риродокористування.</p>	<p>Невпорядкованість туристичних ресурсів. Монопольна власність держави на природні рекреаційні ресурси. Низький рівень екологічної культури населеная. Значне антропогенне навантаження на рекреаційні території. Забруднення навколишнього середовища й екологічна небезпека. Неефективне використання рекреаційних ресурсів.</p>
<i>Геополітичні фактори</i>	<p>Вигідне географічне розташування. Комфортний клімат. Конкурентні переваги вітчизняних виробників туристичних послуг у истемі світового туризму. Інтеграція в світовий економічний простір, співробітництво і взаєморозуміння, процеси лобалізації. Розвиток різних форм зовнішньоекономічних зв'язків. Пом'якшення міжнародного клімату. Політична стабільність,зміцнення позицій України на світовому туристичному ринку. Сприяння розвитку ндустрії пріоритетної туристичної діяльності на світовому туристичному ринку шляхом участі держави у підготовці і перепідготовці кадрів для туристичної діяльності, державної підтримкаи малих і середніх підприємств, поширення інформації про стан туристичної галузі в середині країни та за її межами. Просування національного турпродукту на міжнародних туристичних ринках. Спрощення та гармонізація податкового,</p>	<p>Нестабільність політики. Напруженість у міжнародних відносинах. Недосконалістю ормативно-правової бази. Юридичні бмеження туризму: заборона на вільне пересування туристів. Відсутністю цілісної истеми державного управління туризмом у регіонах. Підпорядкованістю закладів юзміщення туристів, санаторно-курортних, оздоровчих та рекреаційних закладів, які надають туристичні послуги, різним міністерствам, іншим центральним органам виконавчої влади. Нечітке визначення у законодавстві належності підприємств готельного господарства до підприємств, які надають туристичні послуги. Неналежна методична, організаційна, інформаційна та матеріальна підтримка суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави. Жорсткість міжнародного клімату. Криза традиційного інституту - інституту національної суверенної держави.</p>

	митного та інших форм регулювання на державному та світовому туристичному ринках.	
<i>Культурно-історичні фактори</i>	Культурна спадщина. Привітний менталітет народу, національно-релігійні його характеристики. Наявність визначних місць та унікальних історичних, архітектурних та археологічних пам'яток. Пріоритети системи духовних цінностей суспільства.	Нераціональне використання культурно-історичної та культурної спадщини і довкілля Суворий та норовистий менталітет ті національно-релігійні характеристики регіону.
<i>Організаційні фактори</i>	Розширення та диференціація пропозиції на національному ринку послуг івентивного туризму. Ефективна рекламна кампанія навколо івенту та піар акції. Наявність спеціалізованого менеджменту. Креативність та різноманіття культурно-розважальню заходів. Місцезнаходження готелів, мотелів будинків відпочинку, пансіонатів, санаторіїв поруч до головних події івентивного туризму. Наявність ресторанів і закладів якісного харчування. Вишукана архітектура та дизайні готелів і ресторанів. Значна кількість працівників, зайнятих у сфері івентивного туризму, та високий рівень обслуговування. Наявність магазинів, пунктів прокат костюмів, авто тощо.	Низька організація робіт. Недостатня забезпеченість галузі івентивного туризму висококваліфікованими спеціалістами. Невідповідність туристичних закладів міжнародним стандартам. Низький рівень сервісу. Невигідне місцезнаходження готелів мотелів, будинків відпочинку щодо місці перебігу основної події. Неefективна реклами кампанія навколо івенту. Низький рівень знань про туристичні послуги регіону серед його населення та населення інших регіонів та держав.

- *фактори стимулятори розвитку івентивного туризму в регіоні* — це ті фактори, які здійснюють стимулюючий (позитивний) вплив на розвиток івентивного туризму в регіоні, сприяючи підвищенню його рівня;

- *фактори дестимулятори розвитку івентивного туризму в регіоні* — такі фактори, які сприяють зниженню рівня розвитку івентивного туризму в регіоні, в чому проявляється їх негативний (дестимулюючий) вплив на розвиток такого виду туризму (кризи; політична, економічна, соціальна нестабільність, ріст цін; інфляція; безробіття; ріст зовнішнього боргу; криміногенний стан, несприятлива екологічна ситуація; банкрутство туристичних підприємств і турфірм; невиконання турфірмами зобов'язань тощо);

4) залежно від джерела виникнення (необхідність у такій класифікаційній ознаці полягає у визначенні джерел виникнення факторів впливу на розвиток івентивного туризму в регіоні):

- *екзогенні (зовнішні) фактори розвитку івентивного туризму в регіоні*
 - це економічні, соціальні, екологічні, політичні фактори, які перебувають у зоні контролю окремого регіону та передбачають економічні, соціальні, екологічні зміни в регіоні, зміну політичного і правового регулювання, стабільність країни, політичні відносини з країнами, міжнародний розподіл праці, політичну економічну ситуацію в країні та регіоні, зокрема, внутрішню політику країни, регіональну політику, суспільний лад, рівень розвитку) продуктивних сил, структуру і рівень добробуту населення, освітній та культурний рівень населення, можливість отримання пільг і знижок на туристичні послуги за рахунок держави й громадських організацій, підприємств; та установ; торговий розвиток, розвиток транспортної інфраструктури і безпеки подорожей тощо;

- *ендогенні (внутрішні) фактори розвитку івентивного туризму в регіоні*, які є визначальними при розвитку регіональної індустрії івентивного туризму, оскільки не контролюються й не залежать від регіону й діють безпосередньо у сфері івентивного туризму. Серед них виділяються: організаційні фактори, природно-географічні особливості й кліматичні умови регіону, наявність і якість природних ресурсів і можливість їх зручного використання, рівень розвитку туристичної інфраструктури, рекреаційної сфери, транспортних мереж та транспортної інфраструктури регіону;

5) за направленістю впливу (класифікація за даною ознакою потрібна для визначення направленості впливу окремих факторів на досліджувану проблему, оскільки не всі фактори розвитку івентивного туризму регіону однакові за своїм значенням і вплив окремих з них взагалі незначний порівняно з іншими):

- *фактори прямого впливу на розвиток івентивного туризму в регіоні*
 — це фактори, які безпосередньо впливають на розвиток туристичного потенціалу її ні у, викликаючи його зміни (мотиваційні, організаційні, природно-ресурсні, географічні, культурно-історичні фактори);

- *фактори непрямого (опосередкованого) впливу на розвиток івентивного туризму в регіоні* - це фактори, які впливають на розвиток івентивного туризму через численні причинно-наслідкові зв'язки, вони можуть не чинити безпосереднього впливу на такий розвиток, але позначаються на ньому (економічні, політичні, науково-технічні, екологічні, соціальні фактори);

б) за стабільністю впливу (дана класифікація визначає стабільність впливу окремих факторів на розвиток івентивного туризму в регіоні залежно від часового діапазону):

- *статичні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні* мають незмінне в часі значення і до них належать природно-кліматичні, географічні, культурно-історичні фактори тощо;

- *динамічні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні* змінюються в часі й просторі, мають різне значення і характер впливу на розвиток івентивного туризму та включають мотиваційні, організаційні, соціальні, економічні, політичні фактори;

7) за масштабом (спектром) впливу (така класифікація факторів дає змогу визначати масштаб їх впливу на розвиток івентивного туризму в регіоні):

- *локальні фактори розвитку івентивного туризму і регіоні* визначають межі туристичної діяльності та її розвиток на конкретній території в регіоні або окремій країні. До таких факторів належать природні, екологічні та культурно-історичні фактори тощо;

- *загальні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні* впливають на нього за всією територією регіону;

8) залежно від кількісно-якісних характеристик (дана класифікація визначає кількісно-якісні характеристики факторів впливу на розвиток івентивного туризму регіону):

- *інтенсивні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні* спрямовані на урізноманітнення пропозиції на ринку послуг івентивного

туризму та завоювання провідних позицій даного регіону на світовому та державному ринках туристичних послуг та характеризуються підвищенням кваліфікації туристичного персоналу, технічним удосконаленням матеріальної бази на основі досягнень науки і техніки, запровадженням різного роду інновацій в якість обслуговування, індустріалізацією, комп'ютеризацією, технологізацією івентивного туризму регіону, ефективним використанням наявних в регіоні природних, фінансових, матеріально-технічних ресурсів;

- *екстенсивні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні* спрямовані на: приєднання нових територій в межах регіонів, що на даному етапі мають значні відносні переваги, до світового туристичного процесу; шляхом створення там індустрії туризму за світовими стандартами; ріст чисельності працівників в даній сфері; збільшення кількості залучених в туристичну індустрію матеріально-технічних ресурсів; будівництво нових об'єктів туризму, які за технічним рівнем аналогічні до існуючих;

9) за суб'єктивно-об'єктивними причинами виникнення (класифікація зі даною ознакою дає змогу встановити об'єктивно-суб'єктивні причини формування факторів розвитку івентивного туризму в регіоні):

- *об'єктивні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні*, які існують поза впливом людини (природно-ресурсні, географічні тощо);

- *суб'єктивні фактори розвитку івентивного туризму в регіоні* виникнення і врахування яких залежить від волі людини (мотиваційні, організаційні, економічні, соціальні, політичні, екологічні, що стосуються антропогенного навантаження на навколишнє середовище).

Підсумовуючи вищезазначене, рівень розвитку івентивного туризму регіону на пряму в більшій чи меншій мірі визначається дією сукупності факторів, що можна представити у вигляді наступної функції:

$$Y = F(x_1, \dots, x_n) \quad ,$$

де Y - рівень розвитку івентивного туризму в регіоні;

x_1, \dots, x_n - фактори впливу на розвиток івентивного туризму в регіоні.

Інтереси ж регіону, що пропонує послуги івентивного туризму, можна виразити з використанням наступної цільової функції:

$$F(x_1, \dots, x_n) \rightarrow \max$$

Вивчення факторів розвитку івентивного туризму в регіоні є важливою складовою формування та реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму загалом, їх врахування дозволяє спиратись на наукові обґрунтування при формуванні та реалізації такої політики, дає можливість аналізувати рівень та характер впливу того чи іншого фактора на розвиток івентивного туризму в регіоні та розробити заходи щодо використанні стимулюючих та обмеження дії стримуючих факторів такого розвитку [9,38].

1.3 Зарубіжний досвід реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму

Одним із важливих аспектів для регіональної політики розвитку івентивного туризму є вивчення зарубіжного досвіду організації та проведення заходів у регіоні — адже подієві тури як явище можна спостерігати у багатьох країнах світу, а в економічній системі нашої держави воно робить лише перші кроки. Специфіка івентивного туризму, як виду економічної діяльності, полягає не тільки у задоволенні потреб споживачів у відпочинку та нових враженнях, а й у здійсненні вагомого впливу на інші сектори економіки через диверсифіковані зв'язки. Враховуючи актуальність та необхідність подальшого вивчення зарубіжного досвіду організації та проведення заходів івентивного туризму, дослідимо різні події, які проводяться у закордонних країнах, відокремлюючи особливості їх організації та проведення на регіональному рівні.

Туристів, що орієнтуються в своїх виїздах на свята, ярмарки, фестивалі, змагання тощо приваблює новизна такого туристичного продукту, незалежність від сезону, оригінальність та ряд інших факторів, які схиляють його вибір на користь саме івентивного туризму.

За міжнародним підходом, нині сформувалася окрема сфера діяльності з організації, супроводу, проведення різного роду виставок, конгресів, заохочувальних турів MICE, що розшифровується як: «Meetings» (зустрічі), «incentives» (заохочувальні заходи), «Congress» (конгреси), «Exhibitions&Events» (виставки і події).

Всесвітня туристична організація відзначає, що найбільша кількість туристів відвідує Європу - понад 50 % усіх туристичних подорожей. Це можна пояснити тим, що в жодній іншій частині світу на досить невеликому просторі немає такого різноманіття туристичних ресурсів та яскравих подій. Подієві ресурси, зокрема, належать до динамічних чинників формування туристичних потоків і комплексів, оскільки включають мотиваційні передумови подорожі до місця, де відбувається подія чи явище. Вони включають найбільш суттєві прояви сучасного суспільного життя, переконання й уявлення про стиль і стереотип поведінки людини. Унікальний європейський туристичний продукт, важливе місце у якому займає івентивний туризм, робить Європу лідером ринку у сфері туризму та подорожей [14,26,34].

Друге місце займають країни Північної Америки, насамперед США, на частку яких припадає 17%. Третє місце займають країни азійсько-тихоокеанського регіону, де ринок даного виду туризму в останні роки розвивається найбільш швидкими темпами. Лише 10% ринку івент-туризму належить країнам СНД, 7% - країнам Латинської Америки.

За оцінками World Travel & Tourism Council, подорожі та туризм в Європі мають у 2015 році безпосередній внесок до ВВП 555 млрд. дол. США і підтримку 9,7 млн. робочих місць. Якщо брати до уваги і опосередковані ефекти, то загальна економічна цінність складала 1535 млрд. дол. США у ВВП і 28,1 млн. робочих місць. Цей внесок доволі рівномірно розподіляється за основними напрямками в Європі, ніж це має місце в Північній і Південній Америці. Основними країнами-бенефіціарами є Франція (15% від загального числа регіональних поїздок і частки туризму у ВВП), Іспанія (13%), Італія

(11%), Великобританія (11%) та Німеччина (10%). Експерти зазначають, що в наступні десять років найбільший приріст подорожей спостерігатиметься в Чорногорії (майже вдвічі). Серед інших країн, які посилено привертатимуть увагу туристів, виділяють Намібію, Китай (провінція Хайнань), Азербайджан, Таїланд та Індію. Тому активізація регіональної політики розвитку івентивного туризму в Україні є необхідною передумовою нарощення вхідних туристичних потоків у регіони України.

Слід відзначити, що нині активізується діловий івентивний туризм, який передбачає подорожі на міжнародні зустрічі, виставки, конференції та конгреси. Взагалі, міжнародні виставки як заходи подієвого туризму, не менш популярні, ніж спортивні. Протягом останніх років інтерес до виставок зростає. Згідно з даними Всесвітньої асоціації виставкової індустрії, на США, Китай, Німеччину, Італію і Францію припадає 59% загальносвітового закритого виставкового простору [10]. Лідерами за площею виставкових просторів і раніше залишаються США, Китай, Німеччина, Італія, Франція, Іспанія, Нідерланди, Бразилія, Великобританія, Канада, Росія, Швейцарія, Бельгія, Туреччина і Мексика. Наприклад, на такі витрати в США припадає більше, ніж на території всіх країн ЄС, і вони складають 26% ринку ділових поїздок. Згідно з проведеними дослідженнями ділові івентивні поїздки є каталізатором економічного зростання з ефективністю 10:1. Тобто, одна одиниця витрат в даному випадку зумовлює віддачу у вигляді додаткових продажів в результаті нових домовленостей у десятикратному розмірі.

З метою виокремлення зарубіжного досвіду організації та проведення різних подій у регіонах та знаходження важливих для врахування при формуванні та реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму аспектів розглянемо особливості проведення яскравих подій та заходів у регіонах світу, які найбільшою мірою привертають увагу туристів (табл. 1.7). Данні свідчать, що успіхом і відомістю користуються події чи заходи, тематика і атмосфера яких має приналежність до регіону, де вони проходять, як це відбувається, наприклад, із Днем Святого Патріка в Ірландії. В уявленні

потенційних туристів про певний регіон так чи інакше сформовані певні стійкі асоціації, пов'язані з ним - це може бути як певна сфера економічної діяльності, так і уявлення про традиції, побут, особливості регіону тощо (тюльпани асоціюються із Нідерландами, твердий сир, годинники - із Швейцарією, гостинність і унікальний фольклор - з Україною і т.д.). Відповідно спостерігаємо, що у Нідерландах проводяться заходи, пов'язані з тематикою квітів. Власне одним із більш універсальних видів івентів є карнавали, оскільки вони піддаються трансформації і адаптації відповідно до регіону проведення - адже карнавали у Італії, Бразилії чи Франції значно різняться між собою, зберігаючи кожен свою регіональну унікальність та специфіку. Також широкою популярністю користуються різноманітні спортивні змагання.

Дані таблиці 1.7 дозволяють зробити висновок, що організаційні функції з проведення масштабних заходів зосереджуються, в основному, на регіональному рівні. Міжнародний рівень організації стосується лише тих івентів, які передбачають суперництво країн за спортивними, креативними індустріями тощо.

З метою виокремлення типів івентів за рівнем організації, наведемо розподіл типових заходів івентивного туризму за цільовою спрямованістю територіальними рівнями організації проведення (табл. 1.8).

Тобто залежно від масштабів події, яка організовується в регіоні, різняться необхідні на її проведення ресурси, і відповідно визначальні організаційні рішення приймаються на вищому рівні.

Для формування регіональної політики розвитку івентивного туризму ще одним корисним досвідом організаторів є врахування недоліків, які виникають і їх оперативне виправлення. Наприклад, після виникнення великих черг до санітарних зон, їх кількість при організації наступного заходу збільшується. Зарубіжний досвід засвідчує важливість швидкої реакції на виправлення помилок в організації івентів та передбачає реалізацію гнучко регіональної політики розвитку івентивного туризму.

Таблиця 1.7

Міжнародний досвід проведення масштабних івентів та їх вплив на
регіональну економіку

Країна	Івент	Охоплення туристами осіб	Зміст івенту	Особливості проведення	Організаційні функції			Вплив на економіку регіону
					Міжнародного рівня	Національного рівня	Регіонального рівня	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Нігерія, Мексика, США, Росія, Україна, ін.	День Святого Патріка	1,5 млн лише у Дубліні	Загальнонаціональне свято шанування Святого Патріка. Колір свята — зелений. Напередодні все, що можливо, намагаються «озеленювати». Створений особливий сорт пива під тематику свята. Проходять вистави вуличних театрів, які збирають велику кількість глядачів.	Обов'язковою атрибутикою є національні костюми, вшанування і збереження традицій. Обираються персонажі, які протягом наступного року представляють крашу і свято в усіх видах реклами регіону. Періодичність - щороку		В Ірландії, Північній Ірландії, на острові Монтсеррат і в канадській провінції Ньюфаундленд і Лабрадор визнано національним святом. Встановлено вихідним днем	Організація музичних та пивних вечірок, вуличних ходів, підготовка вулиць, пабів, підтримка правопорядку організація роздрібно-вуличної торгівлі	Це святкування і усе з ним пов'язане є візитовою Ірландії, рекламою її регіонів, що допомагає залучати туристів, і не лише на святкування Дня Святого Патріка, стимулює зайнятість населення регіонів (в т.ч. в тимчасову). Підтримка іміджу об'єкта туризму
Італія, Франція, Іспанія, Німеччина, Латинська Америка	Карнавали	До 200-300 тис. осіб карнавал	Свято, яке супроводжується вуличною ходою і маскарадом та танцями. Влаштуються театралізовані вистави вуличних артистів. Особливістю є збереження територіальної належності до території проведення в змісті кожного карнавалу	Високий рівень організації заходів, різноманіття декорацій та атрибутики карнавалів, наповнення різними атракціями для забезпечення зацікавленості у відвідуванні заходу в регіоні та привернення туристів. Періодичність — переважно щороку		Визначення дати проведення	Усі функції з організації та проведення заходів	Зазвичай у карнавалах бере участь велика кількість гостей та туристів, що дає надходження в регіон, а також сприяє формуванню іміджу регіону об'єкта івентивного туризму
Десятки країн по всьому світу	Гран-прі «Формула 1»		Чемпіонат світу з кільцевих автоперегонів; яйігюгулярніший, найдорожчий та високотехнологічний вид автогонок. Складається з Гран-прі (чи етапів), які проводяться на	У кожному конкретному регіоні проведення змагань присутні окремі особливості - будуються і облаштовуються унікальні траси,	Визначення правил проведення країни проведення, фінансова підтримка	Будівництво трас, стадіонів, готелів, підтримка правопорядку	Підготовка вулиць, міст, ресторанів, більшість функцій з організації та проведення	Перегони можуть проводитися у міжсезоння, що забезпечує більш рівномірне завантаження готелів і продовжує

			спеціально побудованих трасах чи підготовлених вулицях міст	формується програма перебування учасників та гостей-туристів. Формула-1 є найдорожчим спортом у світі. Періодичність - багато разів на рік			я заходів	туристичні сезони Розвиток інфраструктури регіону Поширення інформації про регіон завдяки проведенню у ньому відомої події
Німеччина (Мюнхен)	Октоберфест	Близько 6 млн. осіб	Один із найбільших у світі ярмарків, за даними його відвідують близько шести мільйонів людей на рік. Є важливою частиною баварської культури, іб-денний фестиваль підтримки великою кількістю атракціонів	Своєрідність організації святкувань: обов'язковий парад броварень та церемонія відкриття свята опівдні. Забезпечується різноманітність вибору атракціонів для відвідувачів. Розробляються індивідуальні сувеніри. Періодичність — щороку			Підготовка традиційного місяця - майданчика «Луг Терези» (Мюнхен), будівництво карусель, організація роздрібно-вуличної торгівлі, підтримка правопорядку	Октоберфест дає за два тижні проведення близько мільярда євро обороту для регіону. Підвищується тимчасова зайнятість населення регіону. Популяризація регіону та загалом національних традицій. Продаж сувенірів протягом року.

Таблиця 1.8

Розподіл типових заходів івентивного туризму за цільовою спрямованістю та територіальною організацією проведення

Цільова спрямованість	Рівні територіальною організацією проведення івентивного туризму			
	Міжнародний	Транскордонний	Національний	Регіональний
Спортивні	Олімпіада, Чемпіонати світу	Євро 2012 Польща-Україна	Корида, Чемпіонати країни	Регіональні ралійні перегони Регіональні та місцеві змагання
Розважальні та культурно-мистецькі	Музичні фестивалі - Празька весна, Чехія	Європейські Дні Добросусідства, Євробачення	Карнавали в Парижі, Венеції	Виставка квітів (Амстердам), Новорічні свята в різних регіонах
Змішані	Покази мод (Париж)	Кордон 835 (Польща-Україна)	Дні Незалежності	Октоберфест (Мюнхен), Дні міста

Враховуючи різноманітність організованих заходів івентивного туризму у регіонах світу, можна класифікувати за типами заходів окремі види івентивного туризму, проаналізувавши світовий досвід організації та проведення різноманітних подій (рис. 1.5).



Рис. 1.5 Класифікація видів івентів

Наведена класифікація дозволяє виокремити окремі види івентів залежно від періодичності та тривалості проведення, рівня проведення, тематики та використання символіки. Враховуючи проведену класифікацію івентів, подамо класифікацію видів івентивного туризму за типами івентів у світі на прикладах (табл. 1.9).

Таблиця 1.9

Класифікація видів івентивного туризму за типами івентів у світі

Івенти	Типи заходів	Види івентивного туризму
"Октоберфест" (Мюнхен, Німеччина), фестиваль морепродуктів (Іспанія)	Різноматичні фестивалі та ярмарки, виставки, конкурси	<i>Публічно-мистецький</i>
Виставка тюльпанів (Нідерланди), фестиваль квітів у Челсі (Велика Британія)		
"Євробачення", фестиваль джазу в Монтре (Швейцарія), "Нова хвиля" (Латвія)		
Канський (Франція), Берлінський (Німеччина) кінофестивалі		
"Райзен Гамбург" (туристичний ярмарок, Німеччина), Брюссельський міжнародний книжковий ярмарок (Бельгія)		
Midsummer's Day (Велика Британія), фестиваль кельтської музики (Франція)	фольклорні обряди, реконструкції, національні свята і фестивалі	<i>Фольклорно-історичний</i>
Фестиваль Святого Патрика (Велика Британія, Ірландія), "Парад кохання" (Німеччина)		
Олімпійські ігри, чемпіонати світу і Європи з футболу й інших видів спорту	Спортивні змагання, ралі, перегони і регати, спортивні фестивалі	<i>Спортивний</i>
Формула-1, міжнародні автоперегони, регати: Vendee Globe, Volvo Ocean Race		
"Лижний фестиваль" (Норвегія), "Перегони човнів" (Велика Британія)		
Шоу Lord of the Dance (Велика Британія), "Кіносценія" (Франція)	Театралізовані шоу, карнавали, покази мод	<i>Культурно-розважальний</i>
Карнавал в Новому Орлеані (США), Венеціанський карнавал (Італія), карнавал в Ріо-де-Жанейро (Бразилія), карнавал в Мацатлані (Мексика)		
Тиждень високої моди в Парижі (Франція), Milano Moda Donna (Італія)		
Сотбі'с, Крісті'с (Велика Британія), NAFA (Канада), Flora Holand (Нідерланди)	Аукціони	<i>Економічно-політичний</i>
Детройтський (США), Франкфуртський (Німеччина), Лондонський (Велика Британія), Женевський (Швейцарія), Токійський (Японія) автосалони, авіасалон в Ле Курже (Франція)	Автомобільні й авіаційні салони	
Всесвітній економічний форум у Давосі (Швейцарія), Генеральна асамблея ООН, зустрічі світових лідерів	Політичні й економічні форуми	
Сходження Благодатного вогню у переддень Воскресіння Христового (Єрусалим)	Релігійні свята, ходи і події	<i>Релігійний</i>

Наведена класифікація та приклади зарубіжного досвіду організації заходів івентивного туризму дозволяють їх враховувати при формуванні регіональної політики розвитку івентивного туризму в Україні. Так, в окремо взятому регіоні доцільним буде розвивати саме той вид івентивного туризму, передумови для якого будуть найкращими, а можливості для його розвитку оптимальними, що відповідно принесе економічні, суспільні результати та сприятиме загальному підвищенню рівня життя населення регіону.

Зарубіжний досвід організації івентивного туризму також дозволяє звернути увагу на можливі варіанти масштабності проведення івентзаходів. Адже якщо, наприклад, Венеціанський карнавал приваблює близько 500 тисяч туристів, і для цієї кількості гостей необхідно забезпечити комфортні умов перебування у регіоні проведення, то не кожному 200-300 тисячному місту це під силу.

Відповідно, орієнтуючись на невелику кількість відвідувачів та близьку зону охоплення цільової аудиторії туристів, розвиватиметься місцевий івентивний туризм. Розвинувши інфраструктуру та накопичивши можливості для подальшого розвитку івентивного туризму у регіоні, можливим стане проведення заходів регіонального рівня - концертів та фестивалів, змагань, на які з'їжджатимуться туристи як з всього регіону, у якому проводиться івент, так з сусідніх регіонів.

Закордонний досвід показав, що регіональна політика розвитку івентивного туризму потребує організаційного, інформаційного, матеріально-технічного, інфраструктурного, фінансового, кадрового забезпечення, джерелом якого є органи державної та регіональної влади та місцевого самоврядування, туристичні бізнес-структури регіону, громадські організації, міжнародні організації, вищі навчальні заклади, фінансово-кредитні установи, які є суб'єктами цієї політики.

Інформаційне забезпечення є одним із основних складових івентивного туризму. Це підтверджують дослідження вітчизняних та закордонних

дослідників. Зокрема, сайти, засоби реклами, інформаційні стенди, пункти надання інформації слугують значною підтримкою і допомогою як при організації івенту, так і під час його проведення і після закінчення. Інформація забезпечує взаємоузгоджену співпрацю організаторів фестивалю, місцевої влади та інших бізнесових структур для отримання взаємної вигоди. Адже або власне на сайті ж або шляхом розміщених на ньому посилань, оголошень і банерів пропонуються і екскурсії, і, як уже зазначалось, продаж квитків на шпиль і сувенірної продукції, пошук і бронювання закладів розміщення, пропонується широкий вибір різноманітних розваг тощо.

Завдяки зростанню і поширенню проникнення інтернету, за останні десять років спостерігається безпрецедентне зростання пошуку івентів в Інтернеті починаючи від дослідження до пошуку пунктів призначення для бронювання.

Нормативно-правове забезпечення розвитку івентивного туризму представлено органами державної та регіональної влади та самоврядування, а також, при організації івентів міжнародного рівня, - міжнародних організацій.

Враховуючи вищенаведене, слід зазначити, що івентивний туризм є унікальним видом туризму, оскільки він невичерпний за змістом. В недалекому майбутньому кількість учасників івентивних турів може навіть перевищити кількість учасників екскурсійних турів.

Із даного дослідження випливає важливий висновок про те, що розвиток івентивного туризму в регіонах країни базується на пошуку унікального та притаманного лише конкретному регіону заходу, інформаційна, матеріально-технічна, кадрова та інша підтримка якого дозволить розвивати сферу івентивного туризму в регіонах країни [10,19,22,43].

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ

2.1 Аналіз передумов розвитку івентивного туризму в регіонах України

Україна, володіючи багатими природним і культурним потенціалами, займає доволі скромне місце на міжнародному туристичному ринку.

Івентивний туризм почав розвиватися в Україні не так давно. Відповідно, подій, здатних залучити туристів до України, поки не дуже багато. Але вони з'являться найближчим часом, оскільки таке завдання поставлене не лише перед державною владою та, зокрема, Міністерством культури і туризму України, Державною службою курортів і туризму, а й перед регіональною владою та, насамперед, управліннями культури і туризму облдержадміністрацій. У кожному разі організувати поїздку на ту чи іншу подію зможе будь-яке приймаюче підприємство в Україні. Але подбати про це треба заздалегідь. Серед подій, які приваблюють туристів в Україну, - великі міжнародні спортивні змагання (хокейні турніри і футбольні матчі, спортивні свята), культурні події - Всеукраїнський фестиваль сучасної пісні і популярної музики «Червона рута», етнічні (тижні культури і мистецтва різних країн чи народів) і релігійні свята. Також увійшли в практику народні свята-конкурси «Лесині джерела», «Сорочинський ярмарок»; міжнародні фестивалі українського фольклору «Берегиня», авторської пісні «Золоті ворота».

Ставши незалежною, Україна розпочала відтворювати та захищати свою історико-культурну спадщину. Однак, фінансово-економічна криза уповільнила процес культурно-туристичного розвитку, створила для держави складну проблему не тільки в плані розвитку, але й утримання туристичної інфраструктури.

З метою визначення спроможності регіонів України на сьогодні формувати івентивний туристичний продукт для туристів з усього світу, проаналізуємо та здійснимо оцінку сформованих у них передумов розвитку івентивного туризму, що передбачає:

- аналіз та оцінку туристичних ресурсів регіону;
- аналіз та оцінку туристичної інфраструктури регіону.

1) Аналіз та оцінка туристичних ресурсів регіонів.

Дослідження передумов розвитку івентивного туризму в регіонах України розпочнемо з аналізу складових туристичних ресурсів, до яких належать рекреаційні, природно-антропогенні, історико-культурні і духовно-інтелектуальні ресурси.

Аналіз рекреаційної складової туристичних ресурсів регіонів України проводитимемо на основі вивчення його ресурсних компонент: мінеральних водних, лісових, кліматичних, мисливських ресурсів, природно-географічних умов. Такі ресурси мають важливе значення з позиції розвитку таких видів івентивного туризму, як спортивний (водний, підводний, лижний, гірський) та культурно-розважальний (пригодницький, рибальський, мисливський) тощо.

Найбільший рівень забезпеченості мінеральними водами у Тернопільській області, запас яких в 5,68 раз перевищує середній по Україні, Львівській (4,79), Закарпатській (3,75), Івано-Франківській (2,95) областях. Середніми можна вважати запаси мінеральних вод у Полтавській області, де рівень забезпеченості перевищує середній в Україні в 1,62 рази, Хмельницькій (1,61), Чернігівській (1,5) та Донецькій (1,05). Найменші запаси мінеральних вод у Сумській та Волинській областях, де рівень забезпеченості становить тільки 0,16 від середнього в державі, також аутсайдерами є Чернівецька область (0,22), Дніпропетровська область (0,24).

Найбільші запаси лікувальних грязей зосереджені у Волинській та Львівській областях, де рівень їх перевищує середнє в Україні значення відповідно в 1,18 та 2,37 рази. Значний запас лікувальних грязей існує в

Івано-Франківській області, хоча він і менший за середнє значення в державі на 16%. Значно менші запаси сконцентровані у Вінницькій, Закарпатській, Полтавській, Рівненській, Чернігівській областях. Найменше лікувальних грязей у Тернопільській області - 0,0034 м³/люд та Чернігівській - 0,0114 м³/люд. Разом з тим, у 16 регіонах (Дніпропетровська, Донецька, Житомирська, Запорізька, Київська, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Одеська, Сумська, Харківська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька області та м. Київ) запасів лікувальних грязей зовсім не виявлено. Достатній рівень забезпеченості регіонів України мінеральними ресурсами дає можливість для розвитку в них спортивного та культурно-розважального туризму та адаптації туристичного потенціалу до задоволення потреб саме в цих ресурсах та послугах і формуванні відповідного івентивного туризму.

Серед земель, зайнятих водами, у регіонах переважають землі, на яких розміщені озера та штучні водосховища, відповідно 874,0 та 284 тис. га. Найбільша площа земель, зайнятих озерами, зафіксована в Херсонській (327,9 тис. га. 37,52%), Одеській (168,4 тис. га, 19,27%) та Миколаївській (87,8 тис. га, 10,05%) областях.

Найбільші площі земель, зайнятих штучними водосховищами, знаходяться у Одеській (78,33 тис. га, або 27,58% від загальної площі всіх водосховищ України) Харківській (32,4 тис. га, або 11,41%) та Херсонській (27,4 тис. га, або 98,65%) областях. Землі, відведені під ставки, переважають у Вінницькій (22,5 тис.га) Київській (16,4 тис. га) і Кіровоградській (16,05 тис. га) областях.

Найбільші площі земель річкового фонду зосереджені у Дніпропетровській (22,7 тис. га, або 9,42% площі усього річкового фонду України), Миколаївській (19,8 тис. га, або 8,22%), Чернігівській (17,6 тис. га, або 7,31%), Одеській (15,4 тис. га, або 6,39%) та Івано-Франківській (14,6 тис. га, або 6,06%) областях.

Особливе значення з точки зору туризму належить Чорному морю. Найвигідніше географічне розміщення відносно Чорного та Азовського морів спостерігається за Херсонською, Запорізькою, Донецькою, Миколаївською, Дніпропетровською, Одеською, Харківською областями, при цьому перших два регіони мають вихід до обох морів.

Найвигідніше прирічкове розташування мають Одеська, Кіровоградська, Вінницька та Миколаївська області, на ранг гірше - у Дніпропетровській, Житомирській, Київській, Полтавській, Херсонській, Хмельницькій, Черкаській Чернівецькій областях. Найменш вигідне прирічкове положення у Волинській, Львівській та Закарпатській областей.

При достатньому рівні забезпеченості поверхневими водними ресурсами формування туристичного потенціалу має орієнтуватися на задоволення потреб туристів у спортивному відпочинку, тобто спортивному івентивному туризмі та зокрема розвитку риболовного, водного і екологічного туризму. Зокрема, це можливо в Волинській, Закарпатській, Львівській, Рівненській та Черкаській областях.

Ще однією складовою, що характеризує рекреаційну компоненту туристичних ресурсів регіону, є лісові ресурси. За кількістю лісових насаджень Україна посідає одне з перших місць серед країн Європи. Основні площі лісів та лісовкритих територій зосереджено у Житомирській (10,3%), Рівненській (7,59%), Закарпатській (6,89%), Чернігівській (6,83%), Львівській (6,6%), Волинській (6,59%), Київській (6,19%), Івано-Франківській (6,06%) областях. Незначна частка в Запорізькій (1,11%), Миколаївській (1,15%), Херсонській (1,44%), І Кіровоградській (1,73%), Дніпропетровській (1,83%), Донецькій (1,94%) областях. Отже, у Волинській, Житомирській, Закарпатській, Івано-Франківській, Рівненській і Чернігівській областях є можливості для формування такого типу івентивного туризму, реалізація якого забезпечила б задоволення потреб туристів у спортивному та культурно-розважальному івентивному туризмі, а також при цьому й оздоровчому відпочинку. Наявність лісів також

сприяє розвитку специфічних видів івентивного туризму, зокрема полюванню. Найбільш значними мисливськими ресурсами володіють Волинська, Івано-Франківська та Закарпатська області. Це перш за все численні популяції лосів, оленів, косуль, диких кабанів, лисиць, зайців, пернатої дичини.

Дослідження рекреаційної складової туристичних ресурсів регіонів України показали, що високий рівень забезпечення рекреаційними ресурсами мають Івано-Франківська, Закарпатська, Львівська та Чернівецька області, середній - Вінницька, Волинська, Житомирська, Київська, Одеська, Полтавська, Рівненська, Сумська, Харківська, Хмельницька, Черкаська, Чернігівська області. Таким чином, в зазначених регіонах найкращим чином сформовані передумови для спортивного та культурно-розважального (з природним нахилом) видів івентивного туризму. До регіонів із низьким рівнем забезпечення рекреаційними ресурсами відноситься Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Тернопільська, Хмельницька області [10,19,21].

Аналіз природно-антропогенної складової туристичних ресурсів регіонів України. До природно-антропогенної компоненти туристичних ресурсів регіону належать об'єкти природно-заповідного фонду, а також ботанічні сади, зоопарки, дендропарки, лісопарки, лукопарки, гідропарки тощо. Такі ресурси створюють передумови для організації та проведення культурно-розважального івентивного туризму на території регіону, а також можуть використовуватись як доповнення та урізноманітнення послуг івентивних турпродуктів.

Найбільша частка об'єктів природно-заповідного фонду у загальній площі припадає на Хмельницьку область (19,94%). У Херсонській області вона становить 14,86%, у Закарпатській - 10,65%, Івано-Франківській - 7,84%, Запорізькій області - 7,24%.

Аналіз культурно-історичної складової туристичних ресурсів регіонів України. До складу івентивних туристичних ресурсів також входять

культурно-історичні ресурси, що включають історичні й археологічні пам'ятки, архітектурно-містобудівні споруди, сакральні споруди, музеї та музейні комплекси, на основі яких можна формувати фольклорно-історичні, культурно-розважальні, релігійні, економіко-політичні івенти.

Під охороною України перебуває понад 15,6 тис. пам'яток містобудування і архітектури, при тому, що сьогодні на облік взято далеко не всі історико-архітектурні об'єкти. Хронологічний діапазон архітектурних пам'яток України дуже широкий. Залишки найдавніших з них на місці стародавніх грецьких колоній збереглися в Північному Причорномор'ї (Ольвія, Херсонес, Пантікапей та ін.).

Проведений аналіз дає можливість виділити регіони-лідери за рівнем забезпеченості історико-культурними ресурсами. Це Львівська область, на території якої розміщено 508 об'єктів архітектурно-містобудівних споруд (замків, башт), що становить 21,77% загальної чисельності таких споруд в Україні, Хмельницька область - відповідно 184 та 7,88%. Найбільша кількість сакральних споруд розташована на території Львівської (15,06%), Тернопільської (9,69%), Івано-Франківської (8,32%) та Закарпатської (7,36%) областей.

Більшість музеїв та музейних комплексів функціонують на території Львівської (3934 од., або 8% їх загальної кількості) та Чернігівської областей (5,82%). Зокрема, в Україні налічується 546 музеїв. Найбільша кількість музеїв розташована на території м. Київ - 42, в Харківській області - 33 та в І Полтавській і Чернігівській областях - по 32 музеї.

Аналіз духовно-інтелектуальної складової туристичних ресурсів регіонів України. Єдиними показниками релігійного життя, які на цей час офіційно фіксуються органами державної влади, є діючі релігійні організації. До них державна статистика включає управлінські структури конфесій, церков чи течій, релігійні громади (парафії), монастирі, місії і братства, а також духовні навчальні заклади. Таким чином, проаналізуємо духовно-інтелектуальний потенціал регіонів України, розглянувши чисельність

релігійних організацій та їх конфесій, що визначатиме можливість проведення в них релігійного івентивного туризму.

Загалом релігійне життя в Україні представлене 55 віросповідними напрямками, в межах яких діють майже 34 тис. релігійних організацій, зокрема, 32,5 тис. релігійних громад, 82 центри та 246 управлінь, 420 монастирів, 333 місії, 74 братства, 192 духовних навчальних закладів, 12,7 тис. недільних шкіл.

Соціально-політична проблематика діяльності релігійних організацій є територіально-диференційованою, що зумовлює актуальність її аналізу в розрізі окремих регіонів. Релігійні організації розміщені по Україні досить нерівномірно. Так, шість регіонів східної і центральної України (Сумська, Харківська, Донецька, Луганська, Запорізька і Дніпропетровська) разом мають їх менше як три західні регіони (Львівська, Івано-Франківська та Тернопільська області), хоч за кількістю населення вказані перші регіонидесь в 5 разів перевищують другі. Найменше громад мають Кіровоградська, Миколаївська, Луганська, Харківська і Сумська області, а найбільше - Львівська, Тернопільська, Закарпатська, Вінницька і Хмельницька області.

Релігійне життя має свої територіальні особливості. Так, лише дві конфесії - Українська греко-католицька церква (УГКЦ) та Українська православна церква московського патріархату (УПЦ (МП)) мають досить чітко виражені ареали домінуючого впливу. УПЦ (МП) переважає на півдні та сході України та сході Поділля (в Чернігівській, Сумській, Харківській, Полтавській, Луганській, Херсонській, Одеській, Вінницькій та Хмельницькій областях їх частка перевищує 50% від загальної чисельності громад). Значним є її вплив і в Закарпатській області (близько 50%). Важливою є також ситуація щодо адміністративно-територіальної організації конфесії. Неправомірним є розташування центру конфесії поза межами держави (незалежна держава - незалежна помісна церква).

Об'єктивний аналіз територіальної структури релігійної сфери свідчить про збереження суттєвих, історично зумовлених регіональних відмінностей.

Саме політичні кордони минулого є одним з основних чинників релігійно-конфесійної диференціації.

З врахуванням характеру та розміщення духовно-інтелектуальної складової туристичних ресурсів найбільш сприятливі умови для формування релігійних і центрів спостерігаються у м. Київ, Львівській, Київській, Чернівецькій, Одеській областях.

Узагальнюючи проведений аналіз туристичних ресурсів регіонів України, зазначимо, що їх сформованість визначає можливості організувати певний вид івентивного туризму в тому чи іншому регіоні країни. На основі проведеного аналізу, визначимо спроможність регіонів України формувати івентивний туристичний продукт з позиції їх забезпеченості туристичними ресурсами для певного виду івенту (табл. 2.1).

Наявні туристичні ресурси сприяють входженню регіонів України на світовий туристичний ринок, але навіть значні туристичні ресурси ще не є гарантією успішного розвитку івентивної туристичної індустрії. Не менш важливою передумовою розвитку івентивного туризму в регіонах України є розвиток туристичної інфраструктури [10,38,41].

2) *Аналіз та оцінка сформованості туристичної інфраструктури в регіонах України.* Невід'ємною передумовою розвитку івентивного туризму в регіонах України та ефективної регіональної політики його розвитку є їх туристична інфраструктура, яка охоплює заклади туристичного обслуговування (туроператори, тур агенти), заклади проживання (готелі, туркомплекси, турбази, будинки відпочинку, кемпінги, мотелі, пансіонати, ресторани, кафе, бари), заклади громадського харчування, транспорт (автомобільний, залізничний, морський, річковий транспорт, аеропорти, транспортні магістралі, автостоянки), засоби зв'язку та заклади й об'єкти відвідування (спортивно-оздоровчі, культурно-розважальні тощо) в час дозвілля й оздоровлення.

Аналіз забезпеченості регіонів України закладами туристичного обслуговування як елементів туристичної інфраструктури. Заклади

туристичного обслуговування здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг [9].

Таблиця 2.1

Позиціонування регіонів України за рівнем спроможності формування івентивного туризму певного виду станом на 2016 рік

Регіони України	Види івентивного туризму в регіоні					
	спортивний	фольклорно-історичний	публічно-мистецький	культурно-розважальний	економічно-політичний	релігійний
Вінницька		+				
Волинська		+	+	+	+	+
Дніпропетровська	+	+	+	+	+	+
Донецька	+	+	+	+	+	+
Житомирська		+				
Закарпатська		+	+	+		
Запорізька		+	+	+	+	+
Івано-Франківська		+	+	+	+	+
Київська		+	+			
Кіровоградська				+		
Луганська				+		
Львівська	+	+	+	+	+	+
Миколаївська						
Одеська	+	+	+	+	+	+
Полтавська		+	+	+	+	+
Рівненська		+	+	+		
Сумська				+		
Тернопільська						
Харківська	+	+	+	+	+	+
Херсонська						
Хмельницька		+	+			
Черкаська						
Чернівецька		+	+	+		
Чернігівська						
м. Київ	+	+	+	+	+	+

+ високий рівень; - низький рівень.

Протягом 2016 року чинними були 7954 ліцензій на туристичну діяльність, з них туроператорів - 2307 та турагентів - 5647, відповідно 29% і 71%. У порівнянні з 2013 роком спостерігається збільшення кількості чинних ліцензій на 30,26% (у 2013 році чинними були 6106 ліцензій).

Туроператори, що займаються івентивним туризмом, асоціюють визначені напрями з конкретними подіями. Щорічно з'являються нові івентивні тури, але активність суб'єктів туристичної дальності лишається низькою. Основним чином у своїй діяльності вони зорієнтовані на виїзний туризм.

Аналіз забезпеченості регіонів України закладами проживання як елементів туристичної інфраструктури. Готелі та місця короткотермінового проживання посідають значне місце у розвитку туристичної діяльності, адже саме такі підприємства виконують одну з найважливіших функцій обслуговування туристів: забезпечують їх сучасним житлом та необхідними послугами, впливаючи на рівень туристичного сервісу. Водночас саме додаткові витрати туристів при оплаті послуг в готелях, ресторанах, на транспорті здійснюють найвагоміший вплив на економіку регіону [39].

Згідно з функціональною структурою підприємств готельного господарства на території України послуги з тимчасового проживання у 2016 році надавали 849 готелів, 28 мотелів, 7 готельно-офісних центрів, 11 кемпінгів, 54 молодіжні турбази та гірські притулки, 174 гуртожитки для приїжджих та 608 інших місць для тимчасового проживання. Хоча лише близько 10% від цієї кількості відповідають міжнародним стандартам і придатні для обслуговування іноземних туристів. Найбільш поширеними в Україні є готелі - 49,1% загальної кількості підприємств готельного господарства та інші місця для тимчасового проживання — 35,1%, які поряд із традиційними підприємствами готельного господарства пропонують своїм клієнтам повний комплекс послуг із приймання, розміщення, харчування й обслуговування. В окремих регіонах, особливо в сезон відпочинку, інші місця для тимчасового проживання здатні прийняти та розмістити більше клієнтів, ніж основні. До їх складу входять сезонні бази відпочинку, літні будиночки, котеджі тощо, які здаються для тимчасового проживання під час відпускнуго періоду. Такі типи підприємств готельного господарства, як

мотелі, готельно-офісні центри, кемпінги, молодіжні бази та гірські притулки, які поширені в більшості країн і, враховуючи їх місткість і функціональність, відіграють важливу роль в розвитку галузі, в Україні практично не розвинуті.

Однією з найважливіших характеристик якості надання готельних послуг є рівень комфортності перебування приїжджих. Та й загалом ефективність використання підприємств готельного господарства залежить від таких факторів: якості обслуговування, зіркової категорії готелів, наявності при таких підприємствах структурних підрозділів, що надають додаткові послуги, від комфортності та технічного оснащення номерів.

Критеріями до віднесення готелів до окремих категорій є якість приміщень загального користування і номерів, наявність ванних і душових кабін, стандарти умеблювання, види, кількість і якість технічного обладнання, рівень оформлення приміщень, кількість і кваліфікація персоналу, рівень і асортимент послуг із харчування тощо. В Україні на цей час, згідно з національним стандартом ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів», передбачається розподіл готелів і мотелів на 5 категорій (від однієї до п'яти «зірок»). На кінець 2016 року згідно із даними стандартизації, в Україні функціонувало 9 п'ятизіркових готелів. Відповідно в даних регіонах створені передумови для проведення івентів, пов'язаних із розкішшю для вибагливих високоплатоспроможних туристів (споживачів).

Приїжджих обслуговують 67 чотиризіркових готелів, 317 - тризіркових двозіркових та однозіркових, решта 456 готелів - не мають категорії. Така ситуація гальмує розвиток міжнародного івентивного туризму в Україні, адже ефективне функціонування готельного господарства є індикатором позитивних змін в економіці держави, важливою передумовою інтенсифікації міжнарод зв'язків й інтеграції країни у світове співтовариство.

Така велика кількість «безкатегорійних» готелів пояснюється рядом причин: більшість із них не відповідають комплексу вимог до

матеріально технічного забезпечення, номенклатури та якості наданих послуг, рівня обслуговування; ряд готелів проводять поточний поточний або капітальний ремонт і реконструкцію або знаходяться у стадії ліквідації; деякі отримали сертифікат лише на безпеку проживання; новозбудовані готелі ще не встигли одержати категорію; значна кількість готелів перейшла у власність фізичних осіб, у яких немає потреби в отриманні сертифіката «зірковості», оскільки це ' вимагає значних фінансових витрат.

Слід зазначити, що рівень обслуговування та вартість номерів дуже відрізняються від практичного досвіду ціноутворення послуг готельних господарств великих міст Західної та Східної Європи. Насамперед, це стосується невідповідності рівня внутрішньої інфраструктури існуючим світовим стандартам.

На жаль, на цей час інфраструктура готельного ринку України не задовольняє попит на готельні послуги ні за якістю, ні за кількістю, матеріально-технічна база великої частини готелів є фізично та морально застарілою і не відповідає міжнародним стандартам, перелік додаткових послуг вітчизняних готелів значно скромніший, ніж у більшості готелів Європи, які пропонують своїм клієнтам понад 80 найменувань додаткових послуг. Тому необхідно спрямовувати зусилля на розв'язання проблем щодо якісного поліпшення стану обслуговування та поліпшення матеріально-технічного стану закладів проживання.

Практично лише три четверті (74,6%) загальної кількості готелів мають у своєму складі такі об'єкти сервісу, як ресторани, бари та кафе. Підприємства ресторанного господарства в готелях сприяють залученню до обігу частки доходів туристів із різних регіонів. Таким чином, відбувається переливання купівельних фондів з одних районів до інших, з однієї країни до іншої. Крім того, задоволення потреб за межами постійного місця проживання трансформує витрати купівельних фондів населення, зокрема, витрати на купівлю товарів замінюються витратами на послуги. А це сприяє мобілізації вільних грошових коштів населення [18,23,45].

До закладів проживання як елементів туристичної інфраструктури належать також санаторно-курортні та оздоровчі заклади і, зокрема, санаторії, пансіонати з лікуванням, що зумовлює необхідність проведення і їх аналізу.

Аналіз забезпеченості регіонів України закладами громадського харчування як елементами туристичної інфраструктури. Зкладами громадського харчування як елементами туристичної інфраструктури у процесі обслуговування туристів належить особливо важлива роль, оскільки вони задовольняють їх першочергові (фізіологічні) потреби.

Розподіл підприємств ресторанного господарства за регіонами України досить неоднорідний. Найбільша їх кількість в найбільших регіонах країни - Львівській, Донецькій, Харківській областях та місті Київ. В цих же ж регіонах і найбільша кількість місць на об'єктах ресторанного господарства. Найменша кількість підприємств ресторанного господарства та їх місткість Чернівецькій, Черкаській, Херсонській, Кіровоградській областях.

Таким чином, з точки зору забезпеченості закладами громадського харчування як елементами туристичної інфраструктури, можна стверджувати, що найкраще сформовані передумови для розвитку широкомасштабних івентивних турпродуктів в м. Київ, Дніпропетровській, Донецькій, Одеській, Львівській та Харківській областях, що спроможні будуть надати свої послуги більшій кількості туристів, так і більш повною мірою задовольнити їх потреби.

Аналіз транспортної мережі як елемента туристичної інфраструктури. Територією України прокладено 169,5 тис. км автомобільних доріг, при чому з них 97,82%, або 165,8 тис. км із твердим покриттям. Варто зазначити, що довжина автомобільних доріг в регіонах практично однакова. Найменше прокладено доріг з твердим покриттям у Чернівецькій (1,75% їх загальної довжини в Україні), Закарпатській (1,99%) та Івано-Франківській (2,53%) областях. Це, в першу чергу, пов'язано із рельєфними особливостями цих регіонів.

У більшості регіонів всі дороги з твердим покриттям, зокрема в Дніпропетровській, Закарпатській, Івано-Франківській, Київській, Миколаївській, Полтавській, Тернопільській, Херсонській, Чернівецькій областях та м. Севастополь. Найнижчий цей показник у Волинській (91,94%), Чернігівській (93,51%) та Вінницькій (94,74%) областях, що говорить про достатню транспортну доступність всіх регіонів країни. В Закарпатській, Запорізькій, Кіровоградській, Луганській, Миколаївській, Одеській, Рівненській, Херсонській та Чернігівській областях щільність доріг є нижчою, ніж середня в Україні. Найбільша щільність доріг у Львівській, Чернівецькій, Хмельницькій та Вінницькій областях. Якість дорожнього покриття дуже низька і за оцінками понад 50% усіх доріг України з року в рік потребують як некапітального, то поточного ремонту. Варто зазначити, що видатки з бюджетів на розвиток дорожнього господарства зовсім незначні, що стримує його розвиток. Все це негативним чином відбивається на туристичних потоках в регіони нашої країни.

Транспортну доступність івентивного туризму регіонів можна охарактеризувати також на основі показників довжини та щільності залізничних колій загального користування. Територією України прокладено 21658 км залізничних колій, які експлуатуються. Основна їх частка проходить через Донецьку (7,35% загальної експлуатаційної довжини залізничних колій країни), Дніпропетровську (7,13%), Харківську (6,99%), Львівську (5,91%) та Луганську (5,04%) області. Найменше залізничних колій прокладено у Чернівецькій (1,89%), Херсонській (2,09%), Івано-Франківській (2,25%) областях. В Волинській, Житомирській, Київській, Миколаївській, Одеській, Полтавській, Рівненській, Сумській, Херсонській, Черкаській та Чернігівській областях щільність прокладених залізничних колій, нижча ніж середня в Україні. Найбільша щільність залізничних доріг у Донецькій, Львівській, Чернівецькій, Харківській областях, що відповідно зумовлює й кращу доступність туристів до місць локацій івентів у даних регіонах.

Варто зазначити, що послуги метрополітену доступні лише в містах Київ, Дніпропетровськ і Харків, в яких наявне метрополітенне сполучення.

Таким чином, найкраще сформовані транспортні передумови для розвитку івентивного туризму у м. Київ, Дніпропетровській, Донецькій, Харківській, Київській, Львівській, Одеській областях.

Аналіз забезпеченості регіонів України засобами зв'язку як елементами туристичної інфраструктури. Ще однією складовою, що характеризує інфраструктуру туристичної сфери, є зв'язок. Інформаційні послуги та послуги зв'язку також безпосередньо пов'язані з розвитком івентивного туризму в регіоні та забезпеченні безпечних умов перебування туристів на його території.

В цілому рівень забезпеченості населення України засобами зв'язку досить високий.

Найбільша кількість користувачів мережі «Інтернет» в м. Київ, Одеській, Харківській, (Миколаївській областях, а найменша - у Івано-Франківській, Закарпатській, Луганській, Кіровоградській і Київській областях.

Хоча в цілому, за всіма регіонами України можна стверджувати про, достатній рівень забезпеченості засобами зв'язку, проблеми прослідковуються лише у їх сільських місцевостях.

Аналіз забезпеченості регіонів України закладами та об'єктами відвідування в час дозвілля і оздоровлення як елементами туристичної інфраструктури. Важливе значення в туристичній інфраструктурі регіону належить закладам та об'єктам відвідування в час дозвілля та оздоровлення, до яких належать музеї, театри, концертні організації, демонстратори фільмів, заклади клубного типу, спортивні споруди, парки, зоопарки, цирки тощо. Призначення таких закладів полягає в забезпеченні позитивного враження і задоволенні потреб туриста в сукупності з іншими елементами інфраструктури івентивного туризму. В цілому високий рівень розвитку закладів дозвілля і оздоровлення підвищує івентивну туристичну

привабливість регіону. Більше того, для івентивного туризму здебільшого характерно, що у вартість турів включається користування послугами індустрії розваг і атракції (в т. ч. на екскурсійне обслуговування) і є прямими витратами туристів (чи прямих доходів туроператорів і інших організацій, що надають ці послуги).

На основі аналізу забезпеченості регіонів України закладами та об'єктами відвідування в час дозвілля і оздоровлення як елементами туристичної інфраструктури, можна стверджувати, що всі з них більшою чи меншою мірою мають сформовані передумови для розвитку івентивного туризму. Безперечно лідируючі позиції за чисельністю, місткістю й рівнем розвитку закладів та об'єктів відвідування в час дозвілля і оздоровлення займають Дніпропетровська, Донецька, Львівська, Одеська, Запорізька, Харківська області та місто Київ.

Узагальнюючи аналіз туристичної інфраструктури як передумови розвитку івентивного туризму в регіонах України, зазначимо, що найкраще такі передумови сформовані в м. Київ, Львівській, Донецькій, Одеській, Харківській, Дніпропетровській областях, а найгірше - в Житомирській, Івано-Франківській, Кіровоградській, Вінницькій, Херсонській, Чернівецькій, Хмельницькій областях.

Слід вказати, що майже за всіма регіонами країни діяльність готелів і ресторанів, транспорту і зв'язку, торгівлі, у сфері культури і спорту є абсолютно нерентабельною, що відповідним чином відображається і на рівні розвитку туристичної інфраструктури та потенційних можливостях її майбутнього розвитку.

Більше того, офіційні внутрішні фінансові ресурси суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності регіонів України, що формують туристичну інфраструктуру, є досить обмеженими, а тому не забезпечують у повному обсязі фінансування потреб розвитку туристичної інфраструктури та й соціально-економічного розвитку регіонів країни загалом. Тому, в даних умовах регіони України, не маючи достатніх

внутрішніх фінансових ресурсів для забезпечення розвитку івентивного туризму та вирішення соціальних і економічних проблем на сьогодні, потребують залучення зовнішніх інвестицій.

Проведений аналіз туристичної інфраструктури регіонів України дозволяє здійснити їх типологію за можливим рівнем організації і проведення заходів івентивного туризму залежно від рівня розвитку їх інфраструктури (табл. 2.2).

На основі проведеного дослідження, можна зробити висновки, що 1 практично кожен регіон України, наділений певними перевагами для розвитку якогось виду івентивного туризму регіонального, національного чи міжнародного значення.

Водночас варто зазначити, що найбільш івентивно туристичне спроможними та привабливими для туристів з точки зору сформованості передумов для розвитку івентивного туризму є такі регіони України: міста Київ, Одеська, Київська, Львівська, Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Полтавська області. Найгірше такі передумови сформовані в Кіровоградській, Тернопільській, Черкаській, Вінницькій, Луганській областях.

Для підвищення ефективності роботи івентивного туризму як виду економічної діяльності в регіоні необхідно ефективно регулювати цим процесом як на загальнонаціональному, так і на регіональному рівнях, що зумовлює необхідність формування та реалізації обґрунтованої і дієвої регіональної політики розвитку івентивного туризму [10,12,41].

2.2 Аналіз формування івентивних турпродуктів та просування регіону як івентивної туристичної дестинації (на прикладі Волинської області)

Важливим етапом оцінки ефективності регіональної політики розвитку івентивного туризму є аналіз та оцінка формування та просування івентивних турпродуктів в регіоні. Такий аналіз дозволяє оцінити рівень сформованості

та просування івентивних турпродуктів регіону. На основі результатів такого аналізу розробляються пріоритетні напрями розвитку івентивного туризму в регіоні та визначаються заходи протидії негативним факторам його розвитку.

Таблиця 2.2

Типологія регіонів України за рівнем організації і проведення заходів івентивного туризму залежно від сформованості їх туристичної інфраструктури [10]

Групування регіонів України залежно від значення їх івентивного туризму	Складові інфраструктури івентивного туризму регіону														
	Транспорт			Зв'язок і комунікації			Готельний бізнес			Громадське харчування			Довкілля і оздоровлення		
	Наявність аеропортів	Залізниця прямого сполучення	Дороги з твердим покриттям	Туристичні інформаційні центри	Wi-Fi, Інтернет	Телефонний, телеграфний, електронний зв'язок	Широка інфраструктура об'єктів готельного бізнесу	Готелі	Багатопрофільність засобів розміщення	Ресторани з різноманітними кухнями світу	Матеріально-технічний стан об'єктів ресторанного господарства	Розширений асортимент	Організація культурно-розважального та оздоровчого обслуговування	Концертна програма	Матеріально-технічний стан об'єктів
Регіони івентивного туризму міжнародного значення															
м. Київ	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Дніпропетровська	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Одеська	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Донецька	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Київська	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Львівська	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Харківська	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Волинська	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Регіони івентивного туризму національного значення															
Запорізька		+	+		+	+		+	+		+	+		+	+
Полтавська		+	+		+	+		+	+		+	+		+	+
Миколаївська		+	+		+	+		+	+		+	+		+	+
Івано-Франківська		+	+		+	+		+	+		+	+		+	+

Закарпатська		+	+		+	+		+	+		+	+		+	+
Сумська		+	+		+	+		+	+		+	+		+	+
Регіони івентивного туризму регіонального значення															
Чернівецька			+			+			+			+			+
Вінницька			+			+			+			+			+
Житомирська			+			+			+			+			+
Кіровоградська			+			+			+			+			+
Луганська			+			+			+			+			+
Рівненська			+			+			+			+			+
Херсонська			+			+			+			+			+
Хмельницька			+			+			+			+			+
Чернігівська			+			+			+			+			+
Черкаська			+			+			+			+			+
Тернопільська			+						+			+			+

+ - актуальні критерії для розміщення івенту у регіоні;

Не виділено - мало важливі критерії для розміщення івенту у регіоні.

Проведемо аналіз та оцінку формування та просування івентивних турпродуктів на прикладі Волинської області. Вибір даного регіону для подальших досліджень обґрунтовується тим, що Волинська область відповідно до проведеного нами аналізу та оцінки передумов розвитку івентивного туризму має усі передумови для розвитку такого виду туризму на її території та є перспективним регіоном у даному плані. Більше того, вигідне прикордонне розташування області її робить ще більш привабливою для туристів, а також уможлиблює проведення транскордонних івентів.

Зазначимо, що туризм є однією із найприбутковіших і найбільш динамічних видів діяльності світової економіки. Сфера туристичних послуг в світі забезпечує зайнятість мільйонів людей (10,7% робочих місць). Туристична індустрія загалом забезпечує 10,9% світового валового продукту. На долю туризму приходиться 11% капітальних

інвестицій, більше 11% світових споживчих витрат, більше 5% всіх податкових надходжень і третя частина світової торгівлі послугами, а саме 35%. Питома вага доходів від туризму в І загальній сумі надходжень від експорту досить висока (в Іспанії - 60%, в Австрії - 40%) і складає основу державного бюджету багатьох країн [25].

Згідно міжнародного рейтингу Всесвітнього економічного форуму з конкурентоспроможності в секторі туризму і подорожей Україна займає 85 місце із 139 країн і зокрема за показниками «здоров'я та гігієни» - 17-е місце, «доступності ринків» - 20-е місце, «законодавства, що регулює туристичну галузь» - на 64-е місце, «безпеки» - 82-е місце, «людського, культурного і природного потенціалу» - 118-е місце. Для порівняння: у рейтингу 2009 року Україна займала 77-у позицію із 133. Це є свідченням того, що на міжнародному туристичному ринку український національний туристичний продукт і туристичний потенціал України є менш привабливими для туристів та менш конкурентоспроможним порівняно з турпродуктами інших країн.

Якщо проаналізувати діяльність туристичної сфери всіх країн світу і визначити лідерів із залучення туристів у свою країну, розташували їх по місцях за підсумками останніх років, то на першому місці упродовж 15 років залишається Франція, прийнявши близько 80 млн. іноземних туристів, далі йдуть Іспанія, США та Італія, які в сукупності прийняли понад 150 млн. туристів.

Що стосується Волинської області, то у ній також сформувався порівняно не такий потужний, але певний ринок туристичних послуг, виокремились провідні підприємства, які працюють над створенням власного туристичного продукту, в тому числі й івентивного, інвестуються кошти у розвиток власної матеріально-технічної бази.

Волинська область, займаючи прикордонне транзитне положення, характеризується високою транспортною доступністю і є регіоном, що зв'язує інші регіони України із Польщею та Білорусією. Сприятливе гео економічне розташування Волинської області є базовою конкурентною

перевагою у розвитку івентивного туризму в регіоні. Наявність основних транспортних магістралей між Волинською областю та іншими регіонами та державами дозволяє їй стати туристичним регіоном, що акумулюватиме туристичні потоки.

На кінець 2016 року у Волинській області функціонувало 103 туристичних підприємства, що забезпечували розвиток різних напрямів в сфері надання туристичних послуг населенню і туристам регіону, з них 19 туроператорів та 84 турагенти, відповідно 18,45% і 81,55%. Однак, більша частина туристичних підприємств - 80% займались внутрішнім і виїзним туризмом, міжнародним - 19%, в'їзним - менше 1%. Це пояснюється невисоким рівнем доходності і відповідно привабливості внутрішнього та в'їзного туризму для туристичних підприємств, а також більш лояльними умовами міжнародних туроператорів, що пропонують відпочинок і розваги за кордоном.

У зарубіжному туризмі відновлюється позитивна динаміка. Так, за кордоном, з туристичною метою, у 2016 році побувало 7502 мешканці Волинської області.

Загальна кількість іноземних туристів, що скористались послугами туристичних підприємств Волинської області, у 2016 році склала 2815 осіб, що на 29,99% менше значення відповідного показника у 2015 році. Таким чином, на одного іноземного туриста припадало 14 внутрішніх туристів і 3 туристи-жителі Волинської області, що виїжджали за кордон. Таке співвідношення свідчить, що Волинська область на сьогодні є регіоном із невисоким туристичним іміджем. На думку фахівці Всесвітньої туристичної організації збалансований туристичний ринок повинен відповідати пропорції виїзний турист на в'їзного і на 4 внутрішніх, відхилення в бік виїзного туризму визначаються, як пасивний, а в бік в'їзного як активний туризм.

Разом з тим, відмітимо і такий негативний фактор розвитку в'їзного іноземного туризму, що стосується не лише Волинської області, а й в цілому

України - сприйняття нашої країни іноземцями як «дорогої країни зі невідповідним рівнем обслуговування», що зумовлене низьким рівнем розвитку її туристичної інфраструктури та низькою конкурентоспроможністю туристичних підприємств і регіональних турпродуктів.

Серед іноземців, які відвідали область, переважали громадяни Російської Федерації, Польщі, Німеччини та Білорусі, тобто в основному за цими чотирма напрямками й формується в'їзний туристичний потік Волинської області. Спеціалізація цих потоків різна, але більшою мірою за усіма ними виділяється діловий, спортивно-оздоровчий і культурно-розважальний туризм.

Традиційно найвищим попитом користуються діловий і спортивно-оздоровчий туризм. Частка даних сегментів у структурі в'їзного та внутрішнього турпотоків становила за роками відповідно понад 41% і 25%,

Варто відзначити, що у 2013-2016 роках в структурі в'їзного та внутрішнього турпотоків за мотивацією відбулися певні зміни (табл. 2.3).

Отже, у 2013-2016 роках менш як у 16,5% в'їзних та внутрішніх туристів Волинської області метою відвідування було дозвілля і відпочинок, менш як у 0,16% - спеціалізований туризм, менш як у 26,8 - спортивно-оздоровчий туризм, менш як у 6% - інші мотиви. У даних сегментах, що в сукупності становлять не більше як 49,4% загальної чисельності усіх туристів регіону враховано й туристів, мотивами яких була причетність до певних івентів. Варто зазначити, що в останній період у Волинській області значно зросла динаміка самодіяльних (без посередництва туристичних підприємств) відвідувань основних об'єктів туристичного показу (Музейні заклади області та Державний історико-культурний заповідник у м. Луцьку) та Шацької рекреаційної зони. Таким чином, можна відзначити низький рівень зацікавленості іноземних туристів та туристів з інших регіонів України в івентивних турпродуктах Волинської області.

Чисельність в'їзних та внутрішніх туристів у Волинській області залежно від мотивації

Мотиви в'їзних туристів	Кількість в'їзних і внутрішніх туристів, осіб				Зміна (+/-) кількості в'їзних і внутрішніх туристів, осіб		
	2013	2014	2015	2016	2014/2013	2015/2014	2016/2015
службова, ділова, бізнес-поїздка, навчання	24577	18192	19872	19466	-6385	1680	-406
дозвілля, відпочинок	9765	5632	6475	6214	-4133	843	-261
лікування	5613	3755	4239	4349	-1858	484	110
спортивно-оздоровчий туризм	15867	9986	11117	9854	-5881	1131	-1263
спеціалізований туризм	67	40	50	66	-27	10	16
Інше	3359	2285	2549	2260	-1074	264	-289
Всього	59248	39890	44301	42209	-19358	4411	-2092

Разом з галузевими нормативно-правовими документами розвиток ієнсивної туристичної індустрії регулює і законодавство щодо залучення ієнвестицій, розвитку підприємницької ініціативи та державної підтримки суб'єктів підприємництва.

Однак, дане нормативно-правове поле є недостатнім для розвитку ієнсивного туризму в регіонах України. Варто відзначити відсутність на державному рівні законодавче закріплених повноважень за органами регіональної влади в туризмі, вже не говорячи про ієнсивний туризм, що ускладнює розробку регіональних нормативно-правових документів, які б регламентували цей вид економічної діяльності. Водночас неодноразова зміна й передача повноважень з управління туризмом, як на державному, так і регіональному рівнях стала негативним фактором при формуванні державної регіональної політики в туризмі. Поліпшенню ієнституціонального середовища регіональної ієнсивної тур індустрії, та й ієндустрії туризму в цілому, сприятиме удосконалення регіональної нормативно-правової бази та зокрема розробку проектів законів України «Про туристичну діяльність на території регіонів України», «Про ієнсивний туризм в регіонах України», «Про державну фінансову підтримку туризму» та їх прийняття.

Щорічно на території Волинської області проводиться безліч івентів, здатних привернути увагу любителів івентивного туризму. При цьому, такі тенти, частіше за все спрямовані на зацікавлення саме іноземних туристів, або туристів з інших регіонів України, оскільки їх переважна більшість вирізняється в своїй організації колоритом і культурою Волинського краю. Аналізуючи пропозиції різних туристичних організацій, що спеціалізуються на організації івентивний турів у Волинську область можна визначити певні івенти, до яких приурочені спеціальні тури. Зокрема, серед таких івентів:

- міжнародний фестиваль українського фольклору «Берегиня»;
- міжнародний фестиваль «Поліське літо з фольклором»;
- міжнародний ярмарок майстрів народної творчості;
- міжнародний проект «Арт-шоу «Ніч у Луцькому замку»;
- міжнародний джазовий фестиваль «New Cooperation»;
- всеукраїнський фестиваль дзвонарного мистецтва «Благовіст Волині»;
- міжнародний студентський фестиваль української естрадної пісні «На хвилях Світязя»;
- кінофестиваль «Моє місто - моє життя» та інші.

Відзначимо, що в основному організаторами івентивного туризму у Волинській області виступають регіональні (Управління культури і туризму Волинської облдержадміністрації) та місцеві органи влади (Луцька міська рада), Волинська торгово-промислова палата тощо. Участь приватного сектора у цьому процесі досить незначна, що є стримуючим організаційним фактором розвитку івентивного туризму в регіоні.

За даними організаторів івентивного туризму у Волинській області можна стверджувати про успішне проведення запланованих ними культурно-мистецьких заходів у 2013-2016 роках. З метою виявлення і підтримки обдарованих дітей в регіоні було проведено обласні конкурси і фестивалі серед учнів початкових спеціалізованих мистецьких навчальних закладів з

різних напрямків дитячого виконавства та обласні відбіркові тури всеукраїнських конкурсів.

У Волинській області в 2013 році було проведено 47 івентів, у 2014 році - 52, у 2015 році - 58, а у 2016 році - 55, із яких лише один захід був комерційним. Звичайно, економічна криза стримує усі сфери життя, але ж очевидно, що протягом року в області відбувається набагато більше заходів різноманітного характеру. Проблема полягає у тому, що ті заходи, які проводяться, орієнтовані в переважній більшості на невелике коло споживачів серед місцевого населення територіальної громади. Особливістю розвитку івентивного туризму в умовах регіонального туристичного ринку є те, що івенти на початку свого проведення (щорічного, чи з іншою періодичністю) можуть бути невеликими і немасштабними проектами. Це спостерігаємо й відбувається у Волинській області. І загалом можна стверджувати, що івентивний туризм Волинської області переважно національного, регіонального, а то й місцевого значення.

Серед івентів 2016 року було 26 виставкових заходів (ярмарків), 14 фестивалів, 6 турнірів, 2 пленери, 2 чемпіонати, 1 конкурс, 1 проект і 1 спартакіада. Всі ці заходи здійснювались у межах регіону. Більше того, найбільшу кількість івентів у Волинській області було проведено організаторами, зареєстрованими у місті Луцьку 75,86% (44 заходи).

У структурі івентивного туризму Волинської області 2013-2016 років найзначнішу частку становили публічно-мистецькі (31,14%), економічно-політичний (26,22%), культурно-розважальні (11,48%) та фольклорно-історичні (9,83%) івенти. Кожні п'ять з семи івентів Волинської області у 2016 році за тематикою належали до галузевих заходів (спеціалізованих), кожен шостий захід - до багатогалузевих, кожен восьмий - до універсальних. Тільки для фахівців проводився кожний двадцятий івентивний захід, інші мали зацікавити як фахівців, так і широке коло відвідувачів [4,16,27,39].

Із загальної кількості івентів у 2016 році 30,91% (17 івентів) мали статус міжнародних, 20,00% (11 івентів) - національних, 43,64% (24 івентів) - регіональних, 5,45% (3 івенти) - місцевих (табл. 2.4).

Джерела фінансування переважної більшості івентивних заходів були кошти місцевих бюджетів Волинської області та комерційної діяльності. У 2015 році 27 івентів (46,55% їх загальної чисельності) мали змішані джерела фінансування, тобто за участю місцевих бюджетів, з яких в загальному було профінансовано заходів на суму 643 тис. грн. У 2016 році з місцевих бюджетів Волинської області було виділено 529,3 тис. грн, що в цілому на 47,15% покривало витрати на проведення івентивного туризму в регіоні. Загалом у 2016 році з місцевих бюджетів регіону було виділено кошти на проведення 25 івентів (45,45%).

Таблиця 2.4

Аналіз кількості проведених івентів у Волинській області у 2013-2016 роках

Різновиди івентивного туризму	всього, од.				з них за статусом															
					міжнародний				національний				регіональний				місцевий			
	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016
1 Фольклорно-історичний	3	2	6	3	2	1	4	1	1	-	1	1	-	1	1	1	-	-	-	-
2. Публічно-мистецький	14	18	17	17	2	3	3	3	2	2	3	3	8	11	9	9	2	2	2	2
3. Культурно-розважальний	6	7	7	7	3	4	4	4	1	1	1	1	2	2	2	2	-	-	-	-
4. Релігійний	2	3	3	3	-	-	-	-	2	2	2	2	-	1	1	1	-	-	-	-
5. Спортивний	6	6	9	9	4	5	6	6	-	-	1	1	1	1	2	2	1	-	-	-
6. Економічно-політичний	16	16	16	16	3	3	3	3	3	3	3	3	9	9	9	9	1	1	1	1
<i>Разом</i>	47	52	58	55	14	16	20	17	9	8	11	11	20	25	25	24	4	3	3	3

складено за даними Управління культури Волинської облдержадміністрації, Управління інфраструктури Волинської облдержадміністрації та туризму організаторів івентивного туризму у Волинській області

Частка видатків з місцевих бюджетів регіону на розвиток івентивного туризму у загальних видатках місцевих бюджетів Волинської області, що відображає івентивну туристичну спрямованість видатків місцевих бюджетів

регіону, становила 2,01% у 2013 році, 1,55% у 2014 році, 1,73% у 2015 році та 1,23% у 2016 році. З державного бюджету не передбачалось видатків на формування івентивних турпродуктів регіону та організацію й проведення регіональних івентів.

Для порівняння: державні видатки на розвиток туризму Франції, яка займає перше місце за кількістю відвідувань іноземних туристів (74,2 млн. туристів) та третє місце за витратами іноземних туристів (48,7 млрд. доларів США) оцінювались, наприклад, у 2014 році в обсязі 620 млн. євро, або 0,17% державного бюджету, з яких 45% на івентивний туризм.

Фактичний розмір фінансової допомоги туризму зі сторони держави визначається важливістю туризму в економіці країни та специфічною відмінністю даного виду економічної діяльності від інших [14].

Таким чином, держава та регіон (Волинська область) не беруть активної участі ні безпосередньо у фінансовому забезпеченні розвитку івентивного туризму, а ні у формуванні передумов його розвитку, що є стримуючими факторами розвитку такого виду туризму в межах області. Однак, при наявності визначених законодавчих, економічних, фінансових та інших преференцій, івентивний туризм у Волинській області здатний буде залучити на розвиток фінансові ресурси.

Прямі доходи (без врахування мультиплікативного ефекту) від івентивного туризму в регіоні у досліджуваному періоді становили 644,8 тис. грн (2013 р.), 777,1 тис. грн (2014 р.), і 840,5 тис. грн (2015 р.) і 964,2 тис. грн (2016 р.). В той же час витрати на організацію і проведення івентів в регіоні становили 1284 тис. грн у 2013 році, 930,7 тис. грн у 2014 році, 1541 тис. грн у 2015 році та 1123 тис. грн у 2016 році. Таким чином, пряма рентабельність івентивних турпродуктів у 2013-2016 роках відповідно становила -48,21%, -16,50%, -45,46% і 14,10%.

Ситуація із просуванням Волинської області як івентивної туристичної дестинації не краща. Фактично на сьогодні некомерційне просування українських регіонів як івентивних туристичних дестинацш та їх івентивних

турпродуктів як за кордоном, так і всередині країни практично не здійснюється. Основним чином діяльність щодо просування регіонів України як івентивних туристичних дестинацій полягає у відвідуванні декількох туристичних виставок за кордоном без формування національної експозиції через відсутність бюджетного фінансування.

В цілому заходи просування регіонів як івентивних туристичних дестинацій є складовою частиною маркетингу, що проводиться регіональними органами влади та спрямовані на підвищення попиту в івентивному туризмі регіону у потенційних споживачів його послуг.

Суттєвим недоліком просування івентивний турпродуктів Волинської області є те, що в електронних, друкованих, радіо і телевізійних засобах поширення інформації здебільшого висвітлюється пост-релізи проведення певних івентів в регіоні, в той час, як просуванню більшості івентивних турпродуктів на двох перших етапах - до і під час проведення івентів, приділялась менша увага. В результаті знижувалася ефективність як інструментів просування регіональних івентивних турпродуктів, так і самої політики розвитку івентивного туризму Волинської області.

Основним інструментом просування івентивних турпродуктів регіону була реклама, а такі інструменти, як участь у спеціалізованих закордонних виставках (ярмарках, форумах, конференціях), проведення презентацій, теле- і радіопрограм, присвячених івенту, взагалі не використовувались. Що гірше не про всі івенти регіону була розміщена інформація на сайтах Волинської облдержадміністрації, Волинського центру туризму, спорту та екскурсій. Та й загалом на сьогодні просування регіональних івентивний турпродуктів в мережі Інтернет не набуло масового поширення, що є суттєвим недоліком регіональної політики розвитку івентивного туризму. З усіх івентів регіону лише для одного (Міжнародний джазовий фестиваль «Art Jazz Cooperation») створено інтернет-сторінку з інформацією про івент. Таким чином, спостерігаємо низький рівень диверсифікації каналів просування івентивних турпродуктів Волинської області, а тому можна стверджувати про низький

рівень охоплення потенційних споживачів (туристів) за різними сегментами. Та й в цілому лише до 50-58% регіональних івентивних турпродуктів застосовувались хоч якісь канали просування. За 2013-2016 роки витрати на просування івентивних турпродуктів склали відповідно 68,5 тис грн, 50 тис. грн, 158,5 тис. грн і 54,6 тис. грн (табл. 2.5).

Очевидно, що просування івентивних турпродуктів потребує значних інвестицій. Загалом варто зауважити, що такі інвестиції у 2013-2016 роках становили 4,86-10,29% від загального обсягу витрат на організацію і проведення івентивного туризму (табл. 2.6). Інвестиції ж, що виділялись з місцевих бюджетів на просування івентивних турпродуктів регіону, за роками у структурі таких витрат практично не змінювалась і становили відповідно 74,33% (або 50,9 тис. грн), 76,12% (38,1 тис. грн), 85,01% (134,7 тис. грн) і 69,67% (38,0 тис. грн). Таким чином, за такого обсягу бюджетного фінансування заходів спрямованих на просування івентивних турпродуктів регіону, яке становить 106,70-132,52 грн (або 10,162-13,339 євро) на залучення одного іноземного туриста та 0,54-1,38 грн (або 0,052-0,131 євро) в цілому на залучення одного туриста, можна сподіватись лише на мінімальні зміни параметрів туристичних потоків. В той же час, як показує зарубіжний досвід різних країн світу, розвиток івентивного туризму прямо залежить від рівня державної підтримки.

Для отримання від туріндустрії доходів державі необхідно вкладати кошти в дослідження своїх територій, оцінку туристичного потенціалу, підготовку та реалізацію програм розвитку турбізнесу, розвитку інфраструктури курортних регіонів і туристичних центрів, а також у інформаційне забезпечення і рекламу цієї сфери діяльності. Також велике значення має наявність єдиного національного туристичного порталу в мережі Інтернет, на якому турист може отримати всю потрібну йому інформацію про туристичний продукт країни [15, 23].

Таблиця 2.5

Основні елементи витрат на просування івентивних турпродуктів Волинської області

Канали просування	Роки				Зміна			
					(+/-)		%	
	2013	2014	2015	2016	2016/2013	2016/2015	2016/2013	2016/2015
Реклама на телебаченні	19,6	13,2	47,9	15	-4,6	-32,9	-23,47	-68,68
Реклама в пресі	12	12,3	24,5	12,9	0,9	-11,6	7,50	-47,35
Сувенірна реклама	11,6	8,5	28,5	10,1	-1,5	-18,4	-12,93	-64,56
Створення та супровід інтернет-сторінки з інформацією про івент	4,2	0,8	0,8	0,8	-3,4	0	-80,95	0,00
Друкована інформаційна реклама	15,9	10,5	17,5	10,0	-5,9	-7,5	-37,11	-42,86
Зовнішня реклама	-	-	-	-	-	-	-	-
Інтернет-реклама на веб-сторінках органів місцевого самоврядування
Інтернет-реклама	5,2	4,7	19,3	5,8	0,6	-13,5	11,54	-69,95
Теле- і радіопрограми	-	-	-	-	-	-	-	-
Пропедення презентації	-	-	-	-	-	-	-	-
Участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях,	-	-	20	-	-	-	0	-
вітчизняних	-	-	20	-	-	-	0	-
закордонних	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Загальний обсяг витрат на просування, тис. грн.</i>	68,5	50	158,5	54,6	-13,9	-103,9	-20,29	-65,55

Умовні позначення: «...»- безкоштовно; «->» — означає, що такий канал просування івентивного туризму по залучався.

Таблиця 2.6

Аналіз просування івентивних турпродуктів у Волинській області

Показники	Роки				Зміна			
					(+/-)		%	
	2008	2009	2010	2011	2011/2008	2011/2010	2011/2008	2011/2010
Загальний обсяг витрат на просування, тис. грн.	68,5	50	158,5	54,6	-13,9	-103,9	-20,29	-65,55
Інвестиції з місцевих бюджетів на просування івентивних турпродуктів, тис. грн.	50,9	38,1	134,7	38,0	-12,88	-96,7	-25,29	-71,77
Середні витрати на рекламу в розрахунку на одного туриста, грн	0,76	0,55	1,38	0,54	-0,222	-0,836	-29,10	-60,70
Середні витрати на рекламу в розрахунку на одного іноземного туриста, грн.	106,70	140,06	122,87	132,52	25,83	9,6561	24,21	7,86
Частка витрат на рекламу в загальних витратах на організацію і проведення івентивного туризму, %	5,34	5,37	10,29	4,86	-0,472	-5,421	-8,85	-52,71
Пряма віддача витрат на просування регіональних івентивних турпродуктів (співвідношення прямих доходів і витрат на просування)	9,71	15,54	5,30	17,40	7,692	12,095	79,26	228,08
Частка витрат на просування з бюджетів усіх рівнів у загальних таких витратах	74,33	76,12	85,01	69,67	-4,66	-15,34	-6,27	-18,04

Підводячи підсумки, зауважимо, що в практиці Волинської області спостерігається недооцінка івентивного туризму як фактора

забезпечення соціально-економічного розвитку регіону та формування позитивного іміджу регіону, здатного привернути увагу туристів зі всього світу. В той же час світові тенденції перенасичення традиційних туристичних дестинацій і зростаюча потреба у нових туристичних продуктах віддалених регіонів, роблять івентивний туризм у Волинській області перспективним напрямом соціально-економічного розвитку.

На сьогодні в регіоні в основному сформовані лише культурно-пізнавальний, фольклорно-історичний і публічно-мистецький види івентивного туризму та проводяться вони здебільшого на місцевому і національному рівнях, а ті, що на міжнародному рівні не відзначаються суттєвим залученням до таких заходів іноземних туристів. Більше того, івенти Волинської області охоплюють малий спектр тематик - молодіжна творчість і волинський колорит, однак, що важливо, розраховані на різні цільові аудиторії.

Для залучення іноземних туристів до івентивного туризму Волинської області необхідно створити належні передумови, розробити інструменти стимулювання збуту вітчизняного івентивного турпродукту та сформувати імідж регіону як об'єкта івентивної туристичної дестинації. Все це потребує проведення значних інформаційних і рекламних проєктів, що на сьогодні, на жаль, відбувається на низькому рівні так і самі такі івенти не завжди проводяться на високому рівні організації, адже це потребує значних фінансувань. Таким чином, у Волинській області важливо створити інформаційну базу для формування позитивного іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації та просування його івентивних туристичних продуктів з метою широкомасштабного залучення туристів як кінцевих споживачів таких продуктів.

Можна зазначити, що основними сильними сторонами політики розвитку івентивного туризму у Волинській області є:

- вигідне географічне положення і розвиток економічних зв'язків з прикордонними країнами і регіонами;

- багата історико-культурна спадщина та велика кількість і різноманітність об'єктів туристичного показу;
- накопичення нової культурної спадщини та актуалізація старої;
- високий науковий та освітній потенціал для підготовки та забезпечення туризму кваліфікованими кадрами;
- певні зміни туристичного вектору в напрямку нових туристичних віддалених дестинацій.

До факторів, що стримують розвиток івентивного туризму та є слабкими сторонами політики розвитку івентивного туризму у Волинській області належать:

- низький рівень популярності Волинської області та її івентивних туристичних продуктів і брендів на внутрішніх і зовнішніх ринках;
- відсутність івентивних туристичних продуктів, які б відповідали міжнародним стандартам і вимогам;
- відсутність регіональних програм розвитку івентивного туризму, відповідної стратегії та політики;
- неналежний рівень розвитку туристичної інфраструктури та низький рівень обслуговування;
- недостатнє усвідомлення органами регіональної влади та суб'єктами підприємництва вагомості івентивного туризму в забезпечення соціально-економічного розвитку на кожному рівні, а тому недостатня увага з їх сторони до такого виду туризму;
- низька інвестиційна та ділова активність населення, суб'єктів господарювання і в цілому регіону;
- дефіцит коштів для розвитку івентивного туризму та неналежне його фінансування з бюджетів різних рівнів;
- недостатність інформації та відсутність масової рекламної компанії про проведення івентивних заходів в регіоні, в тому числі й за рахунок бюджетних коштів;

- низька ефективність системи просування продукту івентивного туризму на туристичні ринки.

На основі проведеного аналізу здійснимо SWOT-аналіз ефективності політики розвитку івентивного туризму у Волинській області. Синтез сильних і слабких сторін, можливостей і загроз ефективності такої політики у Волинській області зведено у вигляді SWOT-матриці (табл. 2.6).

Виділені важливі сприятливі фактори з точки зору розвитку івентивного туризму дозволяють нейтралізувати дію негативних факторів (табл. 2.7).

Вдосконалення та забезпечення ефективності політики розвитку івентивного туризму у Волинській області потребує таких заходів:

- формування позитивного іміджу регіону як об'єкта івентивного туризму;
- формування комфортного середовища життєдіяльності;
- облагородження території;
- стимулювання туристичного потоку;
- залучення зовнішніх інвестицій для розвитку івентивного туризму на основі підвищення привабливості регіону;
- розвитку нових інноваційних видів івентивної туристичної діяльності;
- залучення інвестицій з державного та місцевих бюджетів.

Отже, аналіз і оцінка сильних сторін (конкурентних переваг) і слабких сторін (недоліків) ефективності політики розвитку івентивного туризму у Волинській області, підтверджує необхідність активних дій, перш за все з боку регіональних органів влади, а також держави, спрямованих на створення умов динамічного розвитку івентивного туризму в регіоні, фінансування такого виду економічної діяльності, а також просування регіональних івентивних турпродуктів на ринку івентивних туристичних послуг [10,13,29,40].

Матриця SWOT-аналізу ефективності політики розвитку івентивного туризму у Волинській області

Внутрішнє середовище	<p><u>1. Сильні сторони</u></p> <p>1.1. Наявність національного природного парку та природного заповідника.</p> <p>1.2. Багата історико-культурна спадщина та велика кількість і різноманітність об'єктів туристичного показу.</p> <p>1.3. Вигідне географічне положення та транспортна доступність регіону.</p> <p>1.4. Високий науковий та освітній потенціал для підготовки та забезпечення туризму кваліфікованими кадрами.</p> <p>1.5. Певні зміни туристичного вектору в напрямку нових віддалених туристичних дестинацій.</p>	<p><u>2. Слабкі сторони</u></p> <p>2.1. Низький рівень розвитку та якість туристичної інфраструктури й послуг.</p> <p>2.2. Відсутність регіональних програм розвитку івентивного туризму, відповідної стратегії та політики.</p> <p>2.3. Низька популярність івентивних туристичних продуктів Волинської області на міжнародних туристичних ринках.</p> <p>2.4. Майже усі івентивні туристичні продукти регіону реалізуються на некомерційній основі.</p> <p>2.5. Неналежний рівень використання наявного туристичного потенціалу регіону.</p> <p>2.6. Нестача івентивних турпродуктів, які б відповідали міжнародним стандартам.</p> <p>2.7. Дефіцит коштів для розвитку івентивного туризму.</p> <p>2.8. Низька інвестиційна та ділова активність населення, суб'єктів господарювання і в цілому регіону</p>
Зовнішнє середовище	<p><u>3. Можливості</u></p> <p>3.1. Найбільш повне використання географічного положення для розвитку івентивного туризму міжнародного значення</p> <p>3.2. Нарощення туристичних потоків з іноземних держав шляхом розробки спільних івентивних туристичних продуктів та розвитку договірної спеціалізації.</p> <p>3.3. Використання можливостей розвитку усіх видів івентивного туризму.</p> <p>3.4. Абсолютна підтримка розвитку івентивного туризму зі сторони регіональних органів влади.</p> <p>3.5. Розробка і просування конкурентоспроможних івентивних турпродуктів.</p> <p>3.6. Розвиток туристичної та прикордонної інфраструктури шляхом реалізації міжнародних проектів. Надання державних гарантій. Розміщення реклами на веб-сторінках органів місцевого самоврядування.</p>	<p><u>4. Загрози</u></p> <p>4.1. Недосконалість нормативно-правової бази і правового регулювання у сфері туризму.</p> <p>4.2. Низький платоспроможний попит місцевого населення на послуги івентуризму.</p> <p>4.3. Погіршення екологічного розвитку та неналежне його фінансування.</p> <p>4.4. Лідируючі конкурентні позиції регіона-сусіда - Львівської області у здійсненні туристичної діяльності.</p>

Таблиця 2.7

Механізм синтезу та посилення позитивних і нівелювання негативних факторів забезпечення ефективності політики розвитку івентивного туризму в Волинській області

<p>«Сильні сторони + Можливості»</p> <p>1.1 + 3.3,3.4,3.5 1.2 + 3.3,3.5 1.3 + 3.1,3.2, 3.6 1.4 + 3.1,3.2,3.3,3.5,3.6 1.5 + 3.1,3.2,3.3,3.5</p>	<p>«Можливості → Слабкі сторони»</p> <p>3.4, 3.6 → 2.1 3.1,3.2, 3.4, 3.5 → 2.2 3.1, 3.2, 3.3, 3.4,3.6 → 2.3 3.1,3.2, 3.3,3.4 → 2.4 3.3,3.4 → 2.5 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6 → 2.6 3.2, 3.4, 3.6 → 2.7 1.3 → 2.8</p>
<p>«Сильні сторони → Загрози»</p> <p>1.1, 1.2, 1.3, 1.4 → 4.1 1.3 → 4.2 1.4 → 4.3 1.1, 1.2, 1.3,1.4 → 4.4</p>	<p>«Слабкі сторони + Загрози»</p> <p>2.1+4.3,4.4 2.2 + 4.2,4.4 2.3+4.2,4.4 2.4 + 4.4 2.5 + 4.3 2.6 + 4.2 2.7 + 4.3, 4.4</p>

Примітка: «→» - відображає подолання негативних факторів; «+» - відображає провокування появи інших факторів (можливостей чи загроз).

РОЗДІЛ 3

МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ

3.1 Організаційно-економічні засади реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму

Невідповідність туристичного потенціалу та рівня розвитку івентивного туризму є серйозною проблемою та стримуючим фактором соціально-економічного розвитку регіонів України на цій основі.

Як показав аналіз, потенційною можливістю розвитку івентивного туризму володіють практично усі регіони України. Для більшості з них івентивний туризм міг би стати вагомим джерелом економічного розвитку, а також забезпечення соціального добробуту населення. Однак, високий рівень забезпеченості регіонів України туристичним потенціалом, стримується низьким рівнем їх використання, низьким рівнем розвитку туристичної інфраструктури та незначною кількістю івентів, здатних привернути увагу іноземних туристів. Причини низького використання рекреаційного (природного), культурно-історичного, природно-антропогенного і духовно-інтелектуального потенціалів регіонів України, неналежного їх інфраструктурного забезпечення, а також низького вважаємо, пов'язані з неефективною регіональною політикою розвитку івентивного туризму. Підвищення соціально-економічного розвитку регіону на основі івентивного туризму повинне базуватися на принципі узгодженості з цілями та напрямками регіональної політики розвитку івентивного туризму. Таким чином, щоб отримати максимальний ефект від розвитку івентивного туризму в регіоні, необхідно розробити відповідну регіональну політику.

Регіональна політика розвитку івентивного туризму включає концептуальне визначення засад і напрямів цієї політики з позиції вирішення поставлених завдань синергічного впливу індустрії івентивного туризму на

соціально-економічний розвиток регіону та розробки конкретних заходів щодо реалізації поставлених завдань, а тому передбачає комплекс дій і заходів, що повинні здійснюватися регіоном в межах наданих йому функцій та повноважень у сфері туристичної діяльності, її інфраструктурного забезпечення з метою вирішення певних завдань і досягнення поставлених цілей.

Суб'єктами формування регіональної політики розвитку івентивного туризму є органи влади та управління регіонального та місцевого рівнів (місцеві органи влади, органи місцевого самоврядування, органи управління туристичними організаціями, територіальні громади), а суб'єктами реалізації - усі суб'єкти економічних відносин регіону, а також органи законодавчої, виконавчої та судової влади, суспільні організації та об'єднання. Таким чином, подібна політика охоплює різноманітні інтереси суб'єктів економічних відносин в регіоні, а також центральних і місцевих органів влади й управління.

Розробка регіональної політики розвитку івентивного туризму передбачає декілька етапів. Насамперед, успішне формування регіональної політики розвитку івентивного туризму першочергово вимагає проведення оцінки передумов розвитку івентивного туризму в регіоні, результатом чого стане виявлення спроможності регіону формувати регіональний івентивний турпродукт з позиції забезпеченості регіону туристичним потенціалом для певного виду івенту, а також — у визначенні можливості регіону організувати й проводити заходи івентивного туризму місцевого (локального), регіонального, національного чи міжнародного значення залежно від рівня розвитку туристичної інфраструктури в регіоні.

Другий етап формування регіональної політики розвитку івентивного туризму передбачає оцінку сформованості івентивних турпродуктів в регіоні на основі чого можна встановити фактичний рівень розвитку такого виду туризму, що дасть змогу виявити резерви, сильні та слабкі сторони його розвитку, відповідно на реалізацію і подолання яких слід буде зосередити

увагу при розробці відповідної політики. Ігнорування такого підходу може призвести до відриву регіональної політики розвитку івентивного туризму від соціально-економічних процесів у регіоні і, як наслідок, до зниження рівнів розвитку івентивного туризму в регіоні та ефективності такої політики в цілому.

На третьому етапі формування регіональної політики розвитку івентивного туризму необхідно визначити її мету як головну ціль, що повинна відповідати вимогам досяжності, об'єктивності, чіткості, конкретності та реальності.

На четвертому етапі формування регіональної політики розвитку івентивного туризму постає необхідність обґрунтування найбільш оптимальних напрямів такої політики на основі аналізу стратегічних альтернатив. Визначення альтернатив полягає у виявленні реальних можливостей з існуючих, які є найбільш прийнятними в конкретній ситуації. Обґрунтований вибір напрямів передбачає врахування результатів оцінки об'єкта дослідження та інших попередніх етапів формування політики.

П'ятим етапом формування регіональної політики розвитку івентивного туризму є обґрунтування конкретного її типу для певного регіону з врахуванням інформації, одержаної на всіх попередніх етапах [10,19,28].

Регіональна диференціація ефективності політики розвитку івентивного туризму в Україні вимагає диференційованих підходів до її розробки та зумовила виокремлення таких її типів:

- *підтримуюча регіональної політики розвитку івентивного туризму*, за якої використовуються усі наявні в розпорядженні її суб'єктів реалізації засоби і ресурси для підтримки та подальшого соціально-економічного розвитку регіону на основі прямого впливу на івентивний туризм шляхом формування інфраструктурного та інформаційного забезпечення території. Зусилля органів регіональної влади за такого типу політики спрямовані на подальше утримання і нарощення конкурентних позицій регіону на національному та міжнародному ринку івентивних туристичних послуг, а

також на освоєння нових міжнародних ринків, активну співпрацю з іноземними представництвами, організацію регіональних Інтернет-порталів з метою нарощення туристичного потоку. Така політика доцільна регіонам із високим рівнем організації івентивного туризму та попиту на івентивні туристичні продукти, та розвиненою туристичною інфраструктурою. Такий тип політики доцільно використовувати регіонам, в яких високі показники рівня розвитку івентивного туризму та ефективності такої політики загалом;

- стимулююча регіональної політики розвитку івентивного туризму, яка в ході її реалізації передбачає використання комплексу інструментів, спрямованих на забезпечення соціально-економічного розвитку регіону з точки зору стимулювання формування в регіоні передумов для розвитку івентивного туризму, які б забезпечили максимально можливе ефективне використання туристичних ресурсів та розвиток туристичної інфраструктури. Велика роль за такого типу політики відводиться регіональним органам влади у розробці інвестиційних програм щодо залучення інвестиційних ресурсів для фінансування розвитку туристичної інфраструктури та збереження туристичних ресурсів. Такий тип політики притаманний регіонам, в яких несформовані передумови для розвитку Івентивного туризму у результаті неналежного регіонального управлінського впливу на їх формування, але в яких регіональні органи влади активно долучаються до організації та просування івентивного турпродукту. Саме цей тип політики дозволить таким регіонам підвищити конкурентоспроможність їх івентивних турпродуктів, уникнувши слабких місць, та забезпечити їх стабільний збут;

- активна регіональної політики розвитку івентивного туризму - спрямована на досягнення соціально-економічного розвитку регіону шляхом активізації івентивної туристичної діяльності в регіоні, розробки й впровадження нових конкурентоспроможних івентивних туристичних продуктів, нових ефективних форм їх організації і управління. Інноваційні чинники дадуть змогу інтенсифікувати ці процеси. Вибір такої політики оптимальний для регіонів, у яких сформовані передумови для розвитку

івентивного туризму, але водночас спостерігається низький рівень розвитку івентивного туризму та збуту івентивних туристичних продуктів, які б користувались попитом на внутрішньому та зовнішньому туристичних ринках;

- *агресивна регіональної політики розвитку івентивного туризму* - використовується для протидії об'єктивним і суб'єктивним негативним факторам і тенденціям розвитку івентивного туризму в регіоні та властива регіонам із низькими рівнями спроможності формувати івентивний туристичний продукт та результативності регіонального розвитку на основі розвитку івентивного туризму. Для таких регіонів доцільно обрати, зважаючи на його туристичні можливості, певний цільовий сегмент споживачів, відповідно для яких розробляти івентивні туристичні продукти згідно їх потреб. Також на даному етапі постає потреба встановлення пріоритетних цілей. Об'єктивна необхідність встановлення пріоритетності цілей забезпечення розвитку івентивного туризму в регіоні зумовлена невідповідністю між можливостями регіону у формуванні івентивного туристичного продукту та результативністю даного процесу, незадовільним рівнем розвитку туристичної інфраструктури тощо. Тому такі пріоритетні цілі дають змогу згладжувати такі диспропорції на основі найповнішого їх обліку відповідно до стратегічної мети та можливості її досягнення.

Методами реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму виступають регіональне планування, організація, фінансове забезпечення, регулювання і контроль. Очевидно, що для реалізації даних методів необхідне об'єднання зусиль регіональних органів влади, підприємств туризму, інфраструктури туризму тощо [21].

Державне управління туризму та регулювання його розвитку в Україні здійснює Кабінет Міністрів України, а також спеціалізований центральний орган виконавчої влади - Міністерство інфраструктури України, в структурі якого функціонує Державне агентство України з туризму та курортів, що є правонаступником Державної туристичної адміністрації України.

Державна політика в даній сфері повинна створити умови для розвитку економіки та безпосередньо туризму як виду економічної діяльності, підвищення рівня життя населення, забезпечити зростання виробництва і науково-технічного потенціалу, високу конкурентоспроможність івентивного турпродукту, підтримку вітчизняного виробника, сприяти розвитку малого та середнього підприємництва у сфері туризму, зберегти соціальну, економічну, фінансову стабільність у суспільстві. Це повинно забезпечуватись на основі використання ефективних інструментів державного регулювання і регіонального управління економіки регіонів, фінансової підтримки суб'єктів економічних відносин регіону та стимулювання розвитку туризму в масштабах всієї країни та окремо її регіонів на належному рівні.

Доцільно створити Інформаційний центр розвитку івентивного туризму регіону, до функцій якого належатиме:

- інформаційно-маркетингове забезпечення розвитку івентивного туризму в регіоні;
- створення умов інформаційного комфорту для туристів;
- організація та технічний супровід семінарів, конференцій, ярмарків і виставок з презентацією івентивних турпродуктів регіону;
- просування івентивних туристичних продуктів регіону;
- формування позитивного іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації тощо.

Також в регіонах функціонують науково-методичні центри культури та туризму, напрямами діяльності яких у сфері розвитку івентивного туризму є: проведення районних, обласних, всеукраїнських та міжнародних івентів (фестивалів, виставок, конкурсів, науково-практичних конференцій, свят, календарно-обрядових дійств тощо); розробка та впровадження соціально-культурних івентів з урахуванням та збереженням особливостей і традицій регіону; організаційно-методична та творча робота направлена на виконання всеукраїнських та обласних програм національно-патріотичного, естетичного виховання, підтримка культурно-мистецьких ініціатив громадських

організацій, асоціацій, розвиток аматорського мистецтва (пісенного, музичного, хореографічного, театрального), образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва, відродження народних свят, звичаїв, обрядів.

Заходи з організації івентивного туризму в регіоні повинні включати:

- нормативно-законодавче забезпечення;
- стандартизацію та сертифікацію туристичних послуг;
- ліцензування туристичної діяльності на території регіону та ведення регіонального реєстру туристичних підприємств, що отримали ліцензію;
- реалізацію заходів із захисту прав споживачів івентивного туризму на території регіону;
- удосконалення взаємовідносин органів місцевого самоврядування з суб'єктами господарювання, пов'язаними із наданням туристичних послуг;
- участь в організації та проведенні виставок, конгресів тощо.

Регулювання як вплив суб'єктів регіональної політики розвитку івентивного туризму на її формування та утримування передбачає моделювання таких процесів із виявленням сильних та слабких сторін, реалізації можливостей і нейтралізації загроз. Регулювання регіональної політики розвитку івентивного туризму, як і контроль та забезпечення, повинні охоплювати усіх без винятку суб'єктів її формування, та, перш за все, має здійснюватись регіональними органами влади (відділами або управліннями з питань туризму і курортів при місцевих органах самоврядування) з метою зорієнтування таких суб'єктів у правильному напрямку їх діяльності. Методи регулювання регіональної політики розвитку івентивного туризму регіону можуть бути правовими, адміністративними, економічними та пропагандистськими. Об'єктами регулювання з боку регіону є: формування потреб населення у відпочинку, регулювання їх вільного часу, тривалості відпусток, регулювання обсягів на напрямів туристичних потоків, підготовка кадрів для туристичної індустрії, територіальна організація туристичної діяльності, охорона рекреаційних ресурсів і заповідних

територій, створення єдиної методичної основи системи ліцензування, сертифікації, контролю за діяльністю туристичних підприємств.

Напрями удосконалення регіонального регулювання розвитку івентивного туризму:

- пільгове кредитування івентивних туристичних заходів у регіоні;
- сприяння створенню підприємств малого і середнього бізнесу в регіоні у сфері івентивного туризму;
- створення туристичних інформаційних центрів;
- розробка регіональних програм розвитку івентивного туризму;
- впровадження акціонування, господарювання на умовах оренди тощо.

При цьому процес формування і розвитку індустрії івентивного туризму в регіонах України як вагової галузі територіальної спеціалізації на сьогодні неможливий лише за рахунок використання діючих ринкових механізмів без реальної підтримки і активної координуючої участі зі сторони держави, яка являється каталізатором формування державно-приватного партнерства.

Для забезпечення розвитку івентивного туризму в регіонах України необхідні значні фінансові ресурси. Фінансове забезпечення розвитку івентивного туризму в регіоні може здійснюється на основі самозабезпечення (кошти підприємств-власників рекреаційно-туристичних об'єктів, організаторів івентивного туризму), інвестування (іноземне і вітчизняне), кредитування (кредитні ресурси), бюджетування (державні асигнування; кошти місцевих бюджетів, отримані за платежі від рекреаційних ресурсів, податкові надходження) тощо. На сучасному етапі розвитку регіонів України існує необхідність акумулювання фінансових ресурсів із усіх можливих джерел, а також їх оптимальний і цілеспрямований розподіл відповідно до пріоритетних напрямів регіональної політики розвитку івентивного туризму та результативне використання.

Контроль як один із методів реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму здійснюється з метою оцінювання ефективності

прийняття рішень і результатів їх виконання. Об'єктом контролю є процеси реалізації політики розвитку івентивного туризму за її окремими напрямками. Суб'єктами контролю повинні бути держава (загальнодержавний і муніципальний контроль), контрольно-ревізійні служби галузевих міністерств та відомств (відомчий або внутрішньокорпоративний контроль), фінансове-економічні служби суб'єктів господарювання, а також їх власники (внутрішньогосподарський контроль), громадські організації (громадський контроль), аудиторські фірми (аудиторський або незалежний контроль). Контроль здійснюється в процесі планування та фінансового забезпечення і на стадії оперативного управління.

Основними засобами реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму є цільові програми, проекти, індикативні прогноз-плани, регіональні та міжнародні взаємозв'язки, узгоджені з тактичними планами та оперативними заходами її досягнення.

Конкретними інструментами реалізації регіональної політики розвитку івентивного туризму є: трансферти, дотації, бюджетні інвестиції на охорону навколишнього природного середовища та розвиток туристичної інфраструктури; екологічне ліцензування; державні гарантії; державні та регіональні замовлення і контракти; державно-приватне партнерство в туризмі; регіональні програми, цільові бізнес-проекти розвитку івентивного туризму; державні кредити; ставки оподаткування, податкові пільги, податкові канікули; мито, квоти, в'їзні візи; страхування ризиків; антимонопольна політика; патентна політика; зовнішньоекономічна політика; державна інформаційно-консультативна підтримка; стандартизація і сертифікація рекреаційної діяльності; Інтернет-маркетинг; формування іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації; брендинг і рекламно-інформаційне забезпечення івентивних турпродуктів; ціни та тарифи; ліцензії; відсоток за кредит, депозитна ставка тощо [6,34,47].

На сьомому етапі відбувається реалізація регіональної політики розвитку івентивного туризму, яка супроводжується постійним контролем за

дотриманням намічених заходів. Сам процес реалізації такої політики постійно потребує її забезпечення та оцінки, що є наступним восьмим етапом.

На основі результатів восьмого етапу можна стверджувати про ефективність регіональної політики розвитку івентивного туризму та синергетичний вплив івентивної туристичної діяльності на соціально-економічний розвиток регіону, або ж про її неефективність, що зумовлює необхідність перегляду та коригування такої політики та вимагає повернутись зо першого етапу її формування.

Підсумовуючи зазначимо, що визначальна роль у регіональній політиці розвитку івентивного туризму в Україні та забезпеченні її ефективності належить саме процесу формування та просування івентивного туристичного продукту, що на пряму залежить від іміджу самого регіону як івентивної туристичної дестинації. У зв'язку з цим постає потреба формування іміджу регіонів України як івентивних туристичних дестинацій, про що ітиметься у наступному підрозділі роботи.

3.2 Формування іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації

Розвиток івентивного туризму є дієвим механізмом створення і поширення івентивного іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації, тобто території, на якій пропонується певний набір послуг, що відповідають попиту туриста на перевезення, проживання, харчування, відпочинок, розваги тощо. Водночас, імідж регіону як івентивної туристичної дестинації є зструментом забезпечення його соціально-економічного розвитку та реалізації відповідної регіональної політики.

Під іміджем регіону як івентивної туристичної дестинації розуміється сукупність емоційних і раціональних уявлень у сприйнятті населенням, що є реальними або потенційними туристами, про специфіку і певний власний

образ (бренд) регіону, сформований на базі його івентивних турпродуктів. Таким чином, імідж регіону як івентивної туристичної дестинації є цілеспрямовано сформованим образом регіону, що визначається сукупністю його характеристик, відображених у свідомості людей.

Імідж регіону відображає його сучасний стан та рівень соціально-економічного розвитку, а також особливості історії, культури, менталітету, науки та освіти тощо.

Імідж регіону як івентивної туристичної дестинації виникає у результаті соціального пізнання регіональних івентивних турпродуктів, а також через їх подання у каналах комунікації (Інтернет, теле- і радіореклама, чутки, міфи та інше).

Саме імідж івентивної туристичної дестинації, сформований в уяві туристів, є визначальним фактором, що визначає вибір ними дестинації. Позитивний імідж регіону як івентивної туристичної дестинації підвищує його цінність в сприйнятті споживачів.

Всім добре відомі події, які «зробили ім'я» тому чи іншому регіону (місту, країні). Це, зокрема, Карнавали у Венеції та Ріо де Жанейро, фестивалі у Парижі, Каннах та інші події (івенту) культури та ділового життя суспільства. За умов розумного та ефективного підходу до організації і співпраці, вирішуються соціально-культурні завдання формування іміджу регіонів України як об'єктів івентивного туризму не лише в країні, а й за її кордоном і, як наслідок, підвищується туристичний потік, а також фінансові потоки учасників івентивного туризму в економіку регіону. Таким чином, формування іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації є важливим і дієвим фактором його управління та на цій основі забезпечення соціально-економічного розвитку.

Формування впливового іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації є однією із стратегічних цілей регіональної політики розвитку івентивного туризму та складовою івентивного маркетингу. Івент маркетинг - практика просування інтересів компанії (регіону, держави) з допомогою якої-

небудь значимої події: реальної чи видуманої, широко відомої чи створеної навмисно для конкретної компанії" [19].

Проблема формування івентивного туристичного іміджу регіону пов'язана із питаннями розробки і реалізації ефективної іміджевої стратегії позиціонування регіону на внутрішньому і зовнішньому туристичних ринках. Необхідне створення моделі позитивного іміджу регіону відповідно до цінностей, позитивних асоціацій і очікувань потенційних туристів. Таким чином, формування іміджу регіону як об'єкта івентивного туризму повинне базувати на системі цінностей усіх його учасників (рис. 3.1).



Рис. 3.1 Вплив іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації на сферу суспільних інтересів

Формування іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації стимулюватиме додатковий попит на товари і послуги регіону та принесе користь всім економічним агентам:

- організатори, туристичні агентства та туроператори регіону отримують прибутки, стабільність функціонування, довготривалі відносини;
- працівники туристичних агентств та туроператорів регіону - стабільну заробітну плату;
- населення регіону - робочі місця та заробіток у різних видах економічної діяльності, пов'язаної із обслуговуванням та задоволенням потреб туристів;

- підприємства готельного і ресторанного господарства, заклади відпочинку і дозвілля, транспорт і зв'язок регіону як елементи туристичної інфраструктури - прибутки;

- споживачі (туристи) - бажаний івентивний туристичний продукт відповідно до їх потреб.

Водночас регіон та й держава в цілому наповняють дохідні частини відповідно місцевого та державного бюджетів за рахунок податкових надходжень, зокрема податку на прибуток підприємств, податку на додану вартість, податку з доходів фізичних осіб тощо, а також інших неподаткових надходжень (митних зборів, ліцензійних платежів).

Більше того, відбудеться притік іноземної валюти в регіон як у результаті оплати за туристичне обслуговування, так і на основі валютообмінних операцій для задоволення щоденних потреб іноземних туристів, що вирішили долучитись до івенту.

Основними завданнями, що стоять перед регіонами України при формуванні їх іміджу як івентивної туристичної дестинації, які дозволять збільшити міжнародні туристські відвідування івентивного туризму, є:

1) підвищення загальної відповідальності і ролі координації з боку регіональних органів влади, що роблять ставку на розвиток івентивного туризму;

2) забезпечення заходів безпеки і своєчасного забезпечення туристів необхідною інформацією;

3) підвищення ролі та ефективності регіональної політики розвитку івентивного туризму;

4) посилення ролі державно-приватних партнерств у сфері івентивного туризму;

5) необхідність державних вкладень в розвиток івентивного туризму, перш за все в просування івентивного туристичного продукту і розвиток туристичної інфраструктури.

Ці задачі і визначають першочергові заходи, які необхідно здійснити регіону з метою активізації розвитку івентивного туризму та збільшення кількості відвідувань регіону. В результаті імідж регіону як івентивної туристичної дестинації виконуватиме такі функції:

- *функцію ідентифікації регіону* на основі створеного в ньому івентивного туристичного продукту, з яким він буде ототожнюватись і асоціюватись;

- *функцію ідеалізації*, за якої туристична дестинація сприйматиметься як представлений ідеал згідно найбільш ефективного сценарію розвитку подій;

- *функцію співставлення* на основі порівняння з аналогічними іміджами інших регіонів;

- *інформаційну функцію*, адже безпосередньо імідж дає уяву туристам про рівень розвитку івентивного туризму в регіоні;

- *функцію оцінювання*, адже на основі сформованого іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації можна робити висновки про рівень розвитку та ефективність івентивного туризму в регіоні.

Для формування іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації необхідна відповідна ефективна політика, що сприятиме просуванню вітчизняного івентивного турпродукту, а також утриманню конкурентних позицій та дозволить зайняти певну частку на туристичному ринку. Така політика регіонів України повинна бути зосереджена на ключових напрямках туристичного ринку, і має носити агресивний характер, що дозволить зробити в'їзний і внутрішній туризм прибутковим напрямком розвитку економіки регіону [10,35,46].

Регіони України можуть сформувати імідж івентивних туристичних дестинацій за таких умов:

- наявності унікальних івентивних турпродуктів, що залучатимуть в регіон туристів зі всього світу;

- наявності високорозвиненого інфраструктурного забезпечення івентивного туризму та високого в них рівня сервісу;
- наявності інформаційних, в тому числі глобальних, і комунікаційних систем (наприклад, «Amadeus», «Galileo», «Worldspan», «Sabre»);
- високого рівня розвитку туристичного потенціалу, його унікальності та атрактивності для туристів усього світу.

Стратегічні орієнтири формування іміджу окремих найбільш спроможних та привабливих регіонів України для туристів зі всього світу як івентивних туристичних дестинацій, згрупуємо у таблиці 3.1.

Імідж будь-якого регіону як івентивної туристичної дестинації не є незмінним, адже уявлення у туристів можуть змінюватись під впливом різноманітних факторів зовнішніх та внутрішніх, руйнуючи певні (позитивні чи негативні) стереотипи та створюючи нові (табл. 3.2).

Реалізація політики формування іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації пов'язана із ризиками, які на сьогодні значною мірою перешкоджають розвитку івентивного туризму та призводять до необхідності оперативних змін в ході реалізації стратегії. До таких ризиків можна віднести:

- 1) *макроекономічні ризики* (пов'язані з економічною кризою, різким погіршення внутрішньої і зовнішньої кон'юнктури, зниженням темпів зростання економіки, рівня інвестиційної активності, високою інфляцією, кризою банківської системи);
- 2) *фінансові ризики* (пов'язані з недостатнім рівнем фінансування івентивного туризму в регіоні, у тому числі бюджетного, неефективного та нецільовим використання інвестованих коштів);
- 3) *політичні ризики* (пов'язані зі змінами політичної ситуації в країні);
- 4) *екологічні ризики* (пов'язані з погіршенням екологічної ситуації в регіоні, техногенними катастрофами та аваріями тощо).

Таблиця 3.1

Стратегічні орієнтири формування іміджу регіонів України як івентивних
туристичних дестинацій

Регіони України	Орієнтири формування іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації
Автономна Республіка Крим, м. Севастополь	<ol style="list-style-type: none"> 1. Екзотична природа. Чарівні ландшафти. 2. Поєднання відпочинку на морі з оглядом визначних пам'яток. 3. Велика тривалість туристичного сезону. 4. Широкий розвиток культурно-історичних та оздоровчих турів. 5. Можливість пропозиції широкого спектра комплексних турів. 6. Наявність дитячого табору «Артек». 7. Наявність визначних місць та унікальних історичних, архітектурних та археологічних пам'яток.
Одеська область	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поєднання відпочинку на морі з оглядом визначних пам'яток. 2. Велика тривалість туристичного сезону. 3. Штучні та природні лікувальні пляжі.
Закарпатська область	<ol style="list-style-type: none"> 1. Екзотична природа і культура. 2. Широкий розвиток екологічних турів по Карпатах. 3. Наявність широкого спектра оздоровчих центрів. 4. Можливість круглорічного туристичного сезону. 5. Наявність гірськолижних курортів, 6. Наявність джерел мінеральних лікувальних вод. 7. Наявність об'єктів природно-заповідного фонду.
Київська область (в т.ч. м. Київ)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Висока концентрація історичних і культурних визначних пам'яток. 2. Дивовижна архітектура і дизайн столиці країни. 3. Розвинута інфраструктура туризму. 4. Зростання ділових зв'язків. 5. Високий рівень сервісу. 6. Сучасна банківська мережа.
Львівська, Івано-Франківська області	<ol style="list-style-type: none"> 1. Висока концентрація історичних і культурних визначних пам'яток. 2. Наявність торфових грязей. 3. Наявність унікальних природних ресурсів. 4. Наявність джерел мінеральних вод. 5. Наявність широкого спектра оздоровчих центрів.
Волинська область	<ol style="list-style-type: none"> 1. Відпочинок на Шацьких озерах. 2. Дивовижна природа Шацького національного парку. 3. Наявність дитячих таборів. 4. Наявність природних культурно-історичних об'єктів.
Донецька область	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвинута інфраструктура туризму. 2. Висока концентрація історичних і культурних визначних пам'яток. 3. Сучасна банківська мережа.
Україна в цілому	<ol style="list-style-type: none"> 1. Екзотична природа і культура. 2. Комфортний клімат. 3. Сучасна банківська мережа. 4. Відпочинок на двох морях. 5. Поєднання відпочинку на морі з оглядом визначних пам'яток. 6. Наявність широкого спектра оздоровчих центрів. 7. Зручний транзитний шлях для туристів, що мандрують в Західну Європу та Азію. 8. Зростання ділових зв'язків.

Фактори впливу на імідж регіону як івентивної туристичної дестинації

Зовнішні	Внутрішні
1. Загальний імідж держави і її регіонів. 2. Війни, тероризм. 3. Стихійні лиха в регіоні. 4. Техногенні катастрофи в регіоні. 5. Політична нестабільність державі. 6. Соціально-економічні кризи країні. 7. Мотиви та переваги туристів.	1. Рівень обслуговування 2. Географічне положення. 3. Кліматичні умови. 4. Історико-культурна спадщина. 5. Природно-рекреаційний потенціал. 6. Безпека. 7. Іміджева стратегія. 8. Способи і канали залучення потенційних туристів 9. Соціально-економічний розвиток регіону

Очевидно, що формування іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації потребує значних фінансових вкладень. Таким чином, на наступному етапі формування іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації є розробка та виконання відповідного бюджету витрат.

Складання такого бюджету витрат сприяє більш чіткому визначенню засобів поширення інформації про івентивний туризм в регіоні, вибору джерел та встановленню необхідного обсягу фінансових ресурсів.

Складання бюджету витрат на формування іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації може відбуватись двома шляхами:

- «згори вниз», коли перш за все визначається загальна сума витрат на комплекс заходів формування іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації і лише після цього відбувається їх розподіл за окремими каналами поширення інформації;

- «знизу вгору», коли, насамперед, складається кошторис окремо для кожного виду залучених каналів поширення інформації в цілях формування іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації, а вже потім підбивається підсумок всіх необхідних витрат.

Підводячи підсумки, зазначимо, що імідж регіону як івентивної туристичної дестинації забезпечить: залучення інвестицій в регіон та створення інших робочих місць; розвиток в'їзного туризму; розширення

ринків збуту регіонального івентивного туристичного продукту та вихід на міжнародний ринок; наповнення коштів місцевих та державного бюджетів; гармонізацію відносин між різними народами та державами; активну участь регіональних органів влади, територіальних громад та суб'єктів господарювання в збереженні й оздоровленні навколишнього природного середовища; збереження та нарощення культурного потенціалу; підвищення якості життя місцевого населення.

3.3 Інфраструктурне забезпечення розвитку івентивного туризму в регіоні

Протягом останніх десятиліть розвиток туризму, та зокрема, івентивного, у світі набуває сталих тенденцій. Разом з тим, проведений аналіз передумов та ефективності регіональної політики розвитку івентивного туризму в Україні дозволив виявити значну нерівномірність такого розвитку по регіонах України. Причини такої ситуації вбачаються насамперед у значній диференціації за рівнем забезпечення відповідними сучасним вимогам об'єктами регіональної інфраструктури, адже івентивний туризм регіону залежить насамперед від інфраструктурної спроможності регіону приймати івентуристів.

Низький рівень розвитку туристичної інфраструктури зумовлює низьку якість туристичних послуг, що у свою чергу не стимулює івентуристів відвідувати той чи інший регіон.

Регіональну інфраструктуру івентивного туризму будемо розглядати як комплекс діючих у регіоні споруд і мереж виробничого, соціального та рекреаційного призначення, призначений для забезпечення реалізації івенттурів. При цьому її слід розглядати не лише з позиції розвитку івенттуризму, а й з позиції її значення для соціально-економічного розвитку регіону в цілому.

Дослідження ролі регіональної інфраструктури у розвитку івентивного туризму дозволяє обґрунтування її функцій, до яких слід віднести: забезпечуючу, інтеграційну та регулюючу. Забезпечуюча функція полягає у створенні умов для організації обслуговування івентивних туристів; інтеграційна - формуванні стійких економічних зв'язків між підприємствами регіону при створенні івентпродукту; регулююча - стимулюванні споживчого попиту, створенні нових робочих місць, сприянні зростанню податкових надходжень тощо. Саме регулююча функція регіональної інфраструктури у розвитку івентивного туризму засвідчує його роль і значення для соціально-економічного розвитку регіону в цілому на основі акумулювання мультиплікативного ефекту.

Критерієм віднесення інфраструктурних об'єктів до базових первинних чи базових вторинних слугує роль, яка відводиться тому чи іншому об'єкту для розвитку суто івентивного туризму.

Базовими первинними об'єктами є визначальні для даного виду туризму, тоді як базові вторинні і наступні за ними (додаткові виробничі, додаткові туристичні, культурно-історичної спадщини) стимулюють розвиток усіх видів туризму регіону.

Базові первинні об'єкти регіональної інфраструктури розвитку івенттуризму - концертні зали, стадіони, виставкові центри, площі тощо - передбачені для безпосереднього проведення івентзаходів. При відсутності таких об'єктів неможливою є реалізація івенттурів. Такими об'єктами можуть слугувати і центральні вулиці міст (для проведення, наприклад, фестивалів), замкові площі (наприклад, арт-шоу «Луцька ніч у замку») та інші об'єкти, відповідні тим чи іншим івентам.

Базові вторинні об'єкти регіональної інфраструктури розвитку івенттуризму, які можна розглядати як індустрію гостинності, поділяємо на два елементи: готельну індустрію та індустрію харчування. Готельні комплекси, спортивно-оздоровчі табори, мотелі, інші передбачені для забезпечення розміщення туристів, заклади громадського харчування - для

забезпечення харчування туристів. Вони є базовими для розвитку івентивного туризму у регіоні, однак стимулюють розвиток не лише івентивного туризму, а й інших видів туризму у регіоні. Якщо івентподія передбачає одноденні або декілька годинні заходи, даний об'єкт регіональної інфраструктури може бути незадіяним. Тому їх слід розглядати як вторинні по відношенню до розвитку івенттуризму в регіоні.

Додаткові об'єкти регіональної виробничої інфраструктури представлені виробничою інфраструктурою регіону (діючі споруди, будівлі, транспортні мережі тощо), яка безпосередньо не відноситься до продукування івенттурів у регіоні, однак необхідна для надання таких турпослуг (транспорт, зв'язок, медичне обслуговування, енергетика, комунальне господарство, фінансово-кредитне обслуговування, страхування, безпека). До додаткових об'єктів регіональної виробничої інфраструктури належить також внутрішній маршрутний транспорт, пункти обміну валюти, мережа митних коридорів, розширення і сервісне облаштування прикордонних переходів. Особливо актуальним є дане питання при організації у регіоні транскордонних, міжнародних івентів, беручи до уваги той факт, що 19 з 24 регіонів України є прикордонними.

Регіональна виробнича інфраструктура є інфраструктурою загального користування, зорієнтована на надання послуг як мешканцям регіону, так і його гостям, однак відповідність її міжнародним стандартам є вимогою розвитку івентивного туризму.

Додаткові об'єкти регіональної туристичної інфраструктури формують культурно-розважальні та торгівельні заклади, діяльність яких не обмежується лише наданням послуг туристам. До таких об'єктів слід віднести розважальні комплекси та парки, казино, зоопарки, торгові центри, магазини тощо.

Діяльність таких закладів спрямована на обслуговування не лише туристів, а й жителів свого регіону, однак при збільшенні туристів, попит на їх. послуги розширюється.

Інфраструктура культурно-історичної спадщини регіону формують історико-культурні пам'ятки, унікальні архітектурні та етнографічні об'єкти, музеї тощо. Наявність таких у регіоні підвищує туристичну привабливість території та розширює спектр туристичних послуг, запропонованих регіонам івенттуристам. Такий вид інфраструктурного забезпечення розвитку івентивного туризму у регіоні, на відміну від попередніх, сприяє виключно духовному, творчому розвитку туристів. Цим зумовлене виокремлення такого виду інфраструктури у відокремлений вищий сегмент.

Розвиток івентивного туризму забезпечується належним сервісним обслуговуванням інфраструктурних інститутів такого ринку. Тобто, орієнтація на якість надання послуг повинна слугувати певним пріоритетом у вдосконаленні інфраструктурного забезпечення івентивного туризму. Разом з тим, зростання обсягів туристичної індустрії у регіоні потребує дотримання оптимального співвідношення між якістю та ціною послуг інфраструктурних інститутів.

Основні проблеми інфраструктурного забезпечення розвитку івентивного туризму в регіоні нами вбачаються у такому.

Щодо розвитку *базових первинних* об'єктів регіональної інфраструктури івенттуризму:

- недостатня кількість концертних залів у регіонах України, їх незадовільний стан;
- відсутність спеціалізованих виставкових центрів у багатьох регіонах України, низький рівень рентабельності діючих;
- незадовільний рівень облаштування стадіонів, якість футбольних газонів, трибун, місць глядачів.

Щодо розвитку *базових вторинних* об'єктів регіональної інфраструктури івенттуризму:

- невідповідність готельних об'єктів світовим стандартам; виключення становлять такі заклади, що розміщені в обласних центрах країни, однак співвідношення ціни та якості не забезпечує їх конкурентоспроможність;

- низький рівень забезпеченості населення закладами громадського харчування, особливо на віддалених від обласних центрів територіях;

- недостатня кількість облаштованих придорожніх відпочинкових об'єктів.

Щодо розвитку *додаткових об'єктів* регіональної *виробничої інфраструктури* івенттуризму:

- незадовільний стан автошляхів у регіонах України;

- відсутність належної якості під'їздів до туристичних об'єктів;

- відсутність дорожніх вказівників і туристично-інформаційних позначок;

- недостатній рівень поінформованості туристів про розміщення пунктів медичного обслуговування;

- недостатній рівень якості та безпеки надання комунальних послуг (передої водо-, теплопостачання);

- низька пропускна спроможність митних коридорів, низька якість сервісного облаштування прикордонних переходів, ін.

Основними проблемами *додаткових об'єктів* регіональної *туристичної інфраструктури* івенттуризму є в першу чергу недостатня кількість культурно-розважальних закладів, низька якість товарів та обслуговування у торговельних закладах, неналежний стан туристичних маршрутів (брак обладнаних місць короткочасного відпочинку, гірських притулків, відсутність єдиної системи знакування шляхів активного туризму (пішохідних, велосипедних, йодних ніщо).

Проблеми ж пов'язані з об'єктами інфраструктури культурно-історичної спадщини регіону пов'язані в першу чергу з незадовільним станом пам'яток історико-культурної, історико-архітектурної спадщини, що не дозволяє їх використовувати для туристичних потреб.

Обсяг інвестицій в основний капітал на діяльність готелів становить всього 0,9 % від загального обсягу інвестицій в основний капітал, аналогічна

ситуація з інвестиціями у торгівлю. На транспорт і зв'язок виділено у 2010 році 29, 1 млрд. грн., що становить 17 % від загального обсягу інвестицій в основний капітал.

Низькою є частка інвестицій в основний капітал сектору надання комунальних та індивідуальних послуг, діяльності у сфері культури та спорту, па що у сукупності виділено лише 3,1 % загального обсягу інвестицій 2011 року.

У торгівлю, на ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку виділено 6,9 % загального обсягу інвестицій. Фінансова діяльність акумулює 1,7 % інвестицій.

Таким чином, наведена динаміка свідчить про досить незначну частку інвестицій в основний капітал інститутів базової інфраструктури івентивного туризму в Україні. Наведене потребує пошуку напрямків вдосконалення регіональної політики інфраструктурного забезпечення розвитку івентивного туризму, яка на сьогодні суперечить світовим тенденціям розвитку соціально орієнтованої економіки.

Основними напрямками розвитку регіональної інфраструктури івентивного туризму є:

- запровадження підходів до стандартизації закладів проживання у відповідності до світових критеріїв;
- облаштування транспортних магістралей зупинками для відпочинку, автозаправками та станціями техобслуговування автотранспорту, придорожніми кафе і магазинами;
- впровадження світових стандартів у систему дорожньої інформації (знаки, таблички, путівники тощо);
- модернізація існуючої матеріально-технічної бази санаторно-курортної сфери у відповідності до міжнародних стандартів;
- відновлення, ефективне й раціональне використання історико-культурних, архітектурних, етнічних пам'яток;

- налагодження стосунків між владою та представниками бізнесу з метою запровадження дієвого механізму приватно-державного партнерства.

За умови обмеження фінансових ресурсів регіонів, що посилюється впливом світової фінансово-економічної кризи, необхідно створити вигідні умови співпраці між владою та бізнесом для формування регіональної інфраструктури розвитку івенттуризму. Мотивами зі сторони влади є формування позитивного іміджу регіону, просування регіону на вітчизняних та світових ринках. Тому органи влади повинні надавати відповідні гарантії, стимулювати бізнес-структури пільговими кредитами, гарантіями повернення кредитів, ін. Мотивами представників бізнесу слугує економічний ефект, отриманий в результаті надання послуг івенттуристам.

У світовій практиці для залучення бізнес-структур до формування регіональної інфраструктури та управління ними набули застосування механізми державно-приватного партнерства.

Державно-приватне партнерство дозволяє досягти соціально-економічних цілей розвитку регіону шляхом створення сприятливих умов розвитку як господарського комплексу, так і регіональної інфраструктури, чим стимулює підвищення конкурентоспроможності регіонів.

І туризм, і рекреація, і сфера надання комунальних послуг, і будівництво доріг підлягають запровадженню державно-приватного партнерства, чим сприятимуть розвитку регіональної інфраструктури івентивного туризму.

У розвинутих країнах світу приватно-державне партнерство сформувалось як стійкий і необхідний елемент економіки, тоді як в Україні на сьогодні відбувається лише становлення такого сектору.

До основних принципів здійснення державно-приватного партнерства, згідно законодавства України належать:

- рівність перед законом державних та приватних партнерів;
- заборона будь-якої дискримінації прав державних чи приватних партнерів;

- узгодження інтересів державних та приватних партнерів з метою отримання взаємної вигоди;
- незмінність протягом усього строку дії договору, укладеного в рамках державно-приватного партнерства, цільового призначення та форми власності об'єктів, що перебувають у державній або комунальній власності, переданих приватному партнеру;
- визнання державними та приватними партнерами прав і обов'язків, передбачених законодавством України та визначених умовами договору, укладеного у рамках державно-приватного партнерства;
- справедливий розподіл між державним та приватним партнерами ризиків, пов'язаних з виконанням договорів, укладених у рамках державно-приватного партнерства;
- визначення приватного партнера на конкурсних засадах, крім випадків, встановлених законом.

Вступаючи з приватним бізнесом у договірні відносини, держава отримує не лише зменшення навантаження на бюджет, але й більш ефективну та гнучку систему управління проектом, тоді як вигоди бізнесу полягають в отриманні певних гарантій та преференцій від ведення бізнесу на регіональному ринку.

Найбільш розповсюдженими формами державно-приватного партнерства є договори про: концесію, спільну діяльність, розподіл продукції.

Тому для забезпечення залучення приватного капіталу у реалізацію соціально-значимих проектів необхідними є такі першочергові заходи:

- створення регіонального центру державно-приватного партнерства, функціями якого мають стати налагодження процедури з підготовки та реалізації проектів розвитку регіональної інфраструктури;
- розробка системи стимулювання приватного бізнесу до реалізації соціальних проектів з розбудови регіональної інфраструктури, що базуватимуться на системі пільг [9,11,23,42].

ВИСНОВКИ

За результатами досліджень, виконаних в рамках магістерської роботи, можна зробити наступні висновки.

1. Активізація світової спільноти у напрямку організації невідвідуваних заходів зумовила виникнення івентивного туризму, який набуває динамічного розвитку протягом останніх років в регіонах України та спрямований на проведення широкомасштабних просвітницьких, спортивних, культурно-розважальних видовищ, що приваблюють туристів до регіонів проведення, забезпечуючи їх промоцію на державному та міжнародному рівнях. З цих позицій івентивний туризм розглядається як вагоме джерело формування позитивного іміджу регіону та на цій основі підвищення рівня його соціально-економічного розвитку в цілому шляхом генерування вхідних туристичних потоків. Важливе значення івентивного туризму для розвитку територіальних господарських систем зумовлює актуальність наукових досліджень з формування та реалізації регіональної політики у цій сфері, спрямованої на максимізацію ефектів від розвитку такого виду туризму для регіону.

Загалом туристична сфера все частіше розглядається як специфічний, екологічний і привабливий сектор економіки та складова державної і регіональної політики, від якої у значній мірі залежить як соціальний, так і економічний розвиток країни, формується її імідж на міжнародній арені.

Надзвичайно потужним є опосередкований вплив розвитку туризму на соціально-економічний стан країни та її регіонів, зокрема через необхідність будівництва, реконструкції та ремонту автомобільних доріг, аеропортів, залізниць, облаштування державного кордону і митних переходів, випуску сувенірної продукції з національною символікою, належне обслуговування сотень тисяч туристів у готельних та розважальних комплексах.

2. Дослідження зарубіжного досвіду реалізації регіональної політики івентивного туризму підтверджує необхідність її активізації в регіонах

України, адже івентивний туризм приваблює туристів різноформатними заходами культурного, спортивного, економіко-політичного тощо спрямування які зумовлюють розвиток інфраструктури туризму в регіоні в цілому та формування позитивного іміджу дестинації.

3. Узагальнюючи проведений аналіз туристичних ресурсів регіонів України, можна зазначити, що їх сформованість визначає можливості організувати певний вид івентивного туризму в тому чи іншому регіоні країни. На основі проведеного аналізу, визначено спроможність регіонів України формувати івентивний туристичний продукт з позиції їх забезпеченості туристичними ресурсами для певного виду івенту.

4. В практиці Волинської області спостерігається недооцінка івентивного туризму як фактора забезпечення соціально-економічного розвитку регіону та формування позитивного іміджу регіону, здатного привернути увагу туристів зі всього світу. В той же час світові тенденції перенасичення традиційних туристичних дестинацій і зростаюча потреба у нових туристичних продуктах віддалених регіонів, роблять івентивний туризм у Волинській області перспективним напрямом соціально-економічного розвитку. На сьогодні в регіоні в основному сформовані лише культурно-пізнавальний, фольклорно-історичний і публічно-мистецький види івентивного туризму та проводяться вони здебільшого на місцевому і національному рівнях, а ті, що на міжнародному рівні не відзначаються суттєвим залученням до таких заходів іноземних туристів.

5. Встановлено, що основними проблемами неефективної політики розвитку івентивного туризму у більшості регіонів України є низький рівень сформованості передумов для розвитку івентивного туризму, недостатність івентивних турпродуктів, спроможних зацікавити іноземних туристів, а також низький рівень ефективності їх формування і просування, на подолання яких розроблено організаційно-економічні засади реалізації такої політики, підходи до формування іміджу регіону як івентивної

туристичної дестинації та вдосконалення інфраструктурного забезпечення розвитку івентивного туризму в регіоні.

6. Механізм формування іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації передбачає використання усіх можливих комунікативних технологій з активною участю регіональних і державних органів влади та залучення значних інвестицій з різноманітних джерел шляхом розробки бюджету витрат на просування регіональних івентивних турпродуктів, результатом чого стане ідентифікація, ідеалізація регіону, оцінка й співставлення його з іншими регіонами та широкомасштабне інформування про територію як об'єкт івентивного туризму.

7. Реалізація політики формування іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації пов'язана із ризиками, які на сьогодні значною мірою перешкоджають розвитку івентивного туризму та призводять до необхідності оперативних змін в ході реалізації стратегії. До таких ризиків можна віднести: 1) *макроекономічні ризики* (пов'язані з економічною кризою, різким погіршення внутрішньої і зовнішньої кон'юнктури, зниженням темпів зростання економіки, рівня інвестиційної активності, високою інфляцією, кризою банківської системи); 2) *фінансові ризики* (пов'язані з недостатнім рівнем фінансування івентивного туризму в регіоні, у тому числі бюджетного, неефективним та нецільовим використання інвестованих коштів); 3) *політичні ризики* (пов'язані зі змінами політичної ситуації в країні); 4) *екологічні ризики* (пов'язані з погіршенням екологічної ситуації в регіоні, техногенними катастрофами та аваріями тощо).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма : [учеб. пособие] / А. В. Бабкин. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. 252 с.
2. Бейдик О. О. Методологія та методика аналізу рекреаційно-туристських ресурсів України: дис. д-ра геогр. наук : 11.00.02 / Бейдик Олександр Олександрович. К., 2004. 424 с.
3. Биржаков М. Б. Индустрия туризма : Перевозки / М. Б. Биржаков, В. И. Никифоров. СПб.: Издательский дом Герда, 2007. 528 с.
4. Биржаков М. Б. Введение в туризм / М. Б. Биржаков. СПб.: Издательский Торговый Дом «Герда», 2002. 192 с.
5. Буряк П. Ю. Маркетинг: навчальний посібник / П. Ю. Буряк, Б. А. Карпінський, Я. Ю. Карпова. К. : ВД «Професіонал», 2005. 320 с.
6. Ведмідь Н. І. Значення та основні задачі фахівця туристичних підприємств по зв'язках з громадкістю / Н. І. Ведмідь // Вісник ДІТБ. –2008. – № 5. 112 с.
7. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент: Підручник / А. В. Войчак. К. : КНЕУ, 2008. 268 с.
8. Вишневська Г. Г. Івент-туризм у контексті розвитку світового туризму / Г. Г. Вишневська // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку : зб. наук, праць : наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. 2011. Випуск 17. Т. 2. 243 с.
9. 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.
10. Герасимчук З. В. Регіональна політика розвитку рекреаційного природокористування: механізми формування та реалізації : монографія / І. В. Герасимчук, Н. В. Коленда, Л. М. Черчик. Луцьк: Настир'я, 2007. 172с.
11. Герасимчук З. В. Еколого-економічні основи формування та реалізації регіональної політики сталого розвитку (питання методології та

методики): дис.. д-ра екон. наук: 08.10.01 / Герасимчук Зоряна Вікторівна ; 11 АН України, Інститут регіональних досліджень. Львів, 2001. 522 с.

12. Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 роки: Затверджена Постановою КМУ від 29.04.2002 р. № 583. Режим доступу: <http://zakon4.rada.ggy.ua/laws/show/583-2002-n> (дата звернення: 12.06.2017)

13. Дурович А. П. Маркетинговые исследования в туризме: учеб, пособие / А. П. Дурович. Минск : Новое знание, 2002. 348 с.

14. Дурович А. П. Реклама в туризме : учеб, пособие / А. П. Дурович. Минск: БГЭУ, 2000. 192 с.

15. Дурович А. П. Маркетинг в туризме : учеб, пособие / А. П. Дурович, А. С. Копанев [под общей ред. З. М. Горбылевой]. Мн. : «Экономэкспресс», 1998. 125 с.

16. Євдокименко В. К. Регіональна політика розвитку туризму / В. К. Євдокименко. -Чернівці: Прут, 1985. 120 с.

17. Запесоцкий А. С. Стратегический маркетинг в туризме : учеб, пособие для студ. вузов по спец. «Социально-культурная деятельность» / А. С. Запесоцкий. - СПб.: СПбГУП, 1999. 384 с.

18. Исмаев Д. К. Маркетинг иностранного туризма в Российской Федерации. Теория и практика деятельности туристских фирм / Д. К. Исмаев. М.: Академия, 2002. 192 с.

19. Казачковська Г. В. Удосконалення організаційно-економічних механізмів функціонування рекреаційно-туристичного господарства / Г. В. Казачковська // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. 2010. № 4. С. 69-72.

20. Квартальнов В. А. Туризм : ученик / В. А. Квартальнов. М.: Финансы и статистика, 2002. 320 с.

21. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф. Кифяк-Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300с.

22. Мальська М. П. Менеджмент туризму / М. П. Мальська, В. В. Худо. К.: Знання, 2003. 546 с.

23. Маркетинг турпродукту : підручник / Ю. О. Карягін, З.І. Тимошенко, Т. О. Демура, Г. Б. Мунін. К.: Кондор, 2009. 394 с.
24. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма : учебник / Н. И. Кабушкин. 4-е изд., стереотип. Мн.: Новое знание, 2004. 409 с.
25. Карпатский рекреационный комплекс / М. Й. Долішній, М. С. Нудельман, К. К. Ткаченкота ін. К.: Наукова думка, 1984. 148 с.
26. Котлер Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер. К., М., СПб.: Вильяме, 1998. 1055 с.
27. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: пер. с англ. / Ф. Котлер. СПб., М., Х., Минск : Питер, 1999. 888 с.
28. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: [учебник для вузов : пер. с англ.] / Ф. Котлер, Дж. Боуен, Дж. Мейкенз. М. : ЮНИТИ, 1998. 787с.
29. Кравців В. С. Рекреаційна політика Карпатського регіону / В. С. Кравців, В. К. Євдокименко, М. М. Габрель. Чернівці : Прут, 1995.68с.
30. Крикавський Є. В. Маркетингова політика розподілу: Навч. посібник / Є. В. Крикавський, Н. С. Косар, А Чубала. Львів : Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2009. – 232 с.
31. Липчук В. В. Маркетинг: основи теорії та практики. Навчальний посібник / В. В. Липчук, А. П. Дудяк, С. Я. Бугіль. За загальною редакцією В.В. Липчука. Львів: “Новий Світ 2000”; “Магнолія плюс”. 2003. – 288 с.
32. Лігоненко Л.О. Сучасні інформаційні технології економічних досліджень: Навч. посіб. / Л. О. Лігоненко, Н. П. Кустова, Л. В. Клочек. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 103 с.
33. Лук’янець Т.І., Рекламний менеджмент: Навч посібник / Т. І. Лук’янець. – 2-ге вид., доп. К. : КНЕУ, 2003. – 440 с.
34. Мальська М. П. Менеджмент туризму / М. П. Мальська, В. В. Худо. К.: Знання, 2003. 546 с.
35. Мельниченко С. В. Івентивний менеджмент суб'єктів туристичної діяльності / С. В. Мельниченко // Економічні науки: зб. наук,

праць Луцького НТУ. Серія «Економша та менеджмент» . 2010. Випуск 7(26). Ч. 2.С. 224-232.

36. Перспективи розвитку івентивного туризму. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://dipiomna5.com/item-41037/> (дата звернення: 2.06.2017).

37. Стоун М. Маркетинг ориентированный на потребителя: пер. с англ. М.Стоун, Н. Вудкок, Л. Мэчтингер; [заг. ред. М. Веселкова]. М. : ФАИРПРЕСС, 2003. 336 с.

38. Сідун В. А. Економіка підприємства: Навч. пос. / В. А. Сідун, Ю. В. Пономарьова. К. : Центр навчальної літератури, 2003. 436 с.

39. Сокол Т. Г. Основи туризмознавства / Т. Г. Сокол. К. : РедЛайн, 2005. 77 с.

40. Статистичний щорічник України за 2015 рік. К. : Державний комітет статистики України. 2014. 387 с.

41. Туристичні ресурси України. 36. наук. ст. К. : ФПУ Український інститут туризму, 2008. – 352 с.

42. Циганова Т. М. Управління міжнародним маркетингом: Навч. посіб. / Т. М. Циганова. К. : КНЕУ, 2001. – 132 с.

43. Черчик Л. М. Маркетинг рекреаційних територій: теорія, методологія, практика: монографія / Л. М. Черчик. Луцьк : РВВ Луцького держ. технічного ун-ту, 2006. 136 с.

44. Черчик Л. М. Ринкові трансформації у рекреаційному природокористуванні [Текст]: дис... д-ра екон. наук: 08.00.06 / Черчик Лариса Миколаївна; Луцький держ. технічний ун-т. Одеса, 2007. 511 с.

45. Черчик Л. М. Формування ринкових відносин у рекреаційному природокористуванні: монографія / Л. М. Черчик. Луцьк: ЛДТУ, 2006. 351 с.

46. Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичної галузі : автореф. дис. на здобуття наук, ступеня д-ра. філософ, наук : спец. 08.06.01 «економіка, організація і управління підприємствами» / Шульгіна Людмила

Михайлівна ; Київський національний торговельно-економічний університет.
К, 2006. 38 с.

47. Чудновский А. Д. Гостиничный и туристический бизнес. / А. Д. Чудновский. М. : Ассоциация авторов и издателей “Тандем”, ЭКМОС, 2008. 352 с.