

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Природничо-економічний факультет
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Кваліфікаційна робота
бакалавра

з теми «**РОЗВИТОК ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**»

Здобувача 4 курсу
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
групи: Т1-В20з
спеціальності: 242 Туризм
за освітньо-професійною програмою Туризм
заочної форми навчання
Марти ВОЙЦЕХОВСЬКОЇ

Керівник: **Інна КОВТУНИК**,
кандидат географічних наук,
старший викладач

Рецензент: **Володимир ЛИСАК**,
кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри менеджменту

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ	7
1.1.Поняття та сутність подієвого туризму.....	7
1.2.Класифікація подієного туризму.....	17
1.3.Ресурси подієвого туризму	20
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	22
2.1. Аналіз ресурсного потенціал України для подієвого туризму	22
2.2 Основні тенденції розвитку подієвого туризму в Україні	27
2.3 Виклики розвитку галузі подієвого туризму та способи їх вирішення..	33
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	41
3.1. Використання світового досвіду подієвого туризму в Україні	41
3.2. Стратегія формування івент-менеджменту на прикладі фестивалю	45
3.3.Вдосконалення сфери подієвого туризму України в процесі післявоєнної розбудови	49
ВИСНОВКИ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56
ДОДАТКИ.....	60

ВСТУП

Актуальність дослідження розвитку подієвого туризму в Україні надзвичайно важлива у сучасних умовах. Подієвий туризм, або так званий event-туризм, представляє собою одну з найбільш динамічно розвиваючих галузей туризму в усьому світі. Розвиток подієвого туризму в Україні є актуальним і важливим питанням сучасної галузі туризму. Події різного масштабу, починаючи від культурних фестивалів та закінчуючи спортивними змаганнями, відіграють значну роль у формуванні туристичного образу країни та привабленні уваги як місцевих, так і зарубіжних відвідувачів.

Подієвий туризм українського регіону, безперечно, має великий потенціал для розвитку. Він не лише сприяє розкриттю культурного та історичного багатства країни, але й є важливим чинником економічного зростання та соціального розвитку. Проте, для досягнення повного потенціалу подієвого туризму в Україні необхідна системна робота на декількох рівнях.

Варто зазначити, що українські регіони вже мають певний досвід у проведенні різноманітних подій, які приваблюють туристів. Наприклад, міжнародні фестивалі, ярмарки мистецтва, культурні заходи та спортивні змагання, такі як марафони чи велозаїзди, регулярно відбуваються в різних містах України. Ці події створюють можливості для розвитку туризму, привертають увагу як місцевих жителів, так і іноземних відвідувачів.

Проте, щоб підняти подієвий туризм на новий рівень, необхідно враховувати кілька важливих аспектів. По-перше, це інфраструктура. Для успішної організації та проведення різноманітних подій необхідна відповідна інфраструктура, яка включає в себе не лише готелі та ресторани, але й транспортні засоби, медичні установи та інші сервіси.

Крім того, велике значення має маркетингова стратегія. Продвиження подій як в межах країни, так і за її межами, може значно збільшити потік туристів. Використання сучасних засобів комунікації та рекламні кампанії сприятимуть популяризації українських подій серед міжнародної аудиторії.

Також, важливо забезпечити якість організації подій. Висока професійність та уважне планування дозволять запобігти можливим проблемам та забезпечити позитивне враження учасникам та відвідувачам. Наприклад, ефективне керування масовими заходами, безпека відвідувачів та розробка цікавих програм для учасників стануть ключовими компонентами успішної події.

Зрештою, необхідно сприяти співпраці між різними галузями та стейкхолдерами, включаючи державні органи, місцеву владу, бізнес-сектор, громадські організації та медіа. Тільки завдяки взаємодії та спільним зусиллям можна досягти стійкого розвитку подієвого туризму в Україні.

Отже, розвиток подієвого туризму в Україні є складним, але дуже перспективним процесом. З правильним підходом та інтегрованими зусиллями різних зацікавлених сторін країна може стати важливим центром для організації різноманітних подій, які приваблятимуть туристів з усього світу, сприяючи тим самим розвитку туризму та підвищенню соціально-економічного статусу України.

За останні десятиліття цей вид туризму значно зріс у популярності і став важливим елементом економіки багатьох країн. У зв'язку з цим, вивчення та аналіз розвитку подієвого туризму в Україні є необхідним і вкрай актуальним завданням.

По-перше, актуальність дослідження полягає у великому потенціалі подієвого туризму для економіки України. Сучасна тенденція до індивідуалізації подорожей і популяризації нових форм туризму створює унікальні можливості для розвитку подієвого туризму в країні. Різноманітні культурні, спортивні, музичні та інші заходи можуть привертати велику кількість туристів, що сприятиме збільшенню обсягів туристичного руху та прибутковості сфери послуг.

По-друге, вивчення розвитку подієвого туризму в Україні важливе з точки зору залучення інвестицій у туристичну галузь. Розвиток інфраструктури для організації та проведення подій, підвищення якості

обслуговування та безпеки туристів, створення комфортних умов для відпочинку – усе це вимагає значних вкладень. Дослідження показує потенціал для інвестування в розвиток подієвого туризму, що може принести значний прибуток як державі, так і приватним інвесторам.

По-третє, аналіз розвитку подієвого туризму в Україні є важливим для забезпечення сталого розвитку галузі туризму та збереження культурної спадщини країни. Події, що відбуваються на території України, сприяють популяризації української культури, традицій та мистецтва, а також сприяють збереженню та відновленню історичних пам'яток. Це дозволяє зберегти та розвивати культурну ідентичність країни та збагатити туристичний продукт України.

У зв'язку з вищезазначеним, актуальність дослідження розвитку подієвого туризму в Україні очевидна і надзвичайно важлива. Розуміння тенденцій розвитку цієї галузі, виявлення проблем та можливостей, розробка стратегій її подальшого розвитку – все це стане основою для успішного просування України на міжнародному туристичному ринку і забезпечення сталого росту економіки країни.

Об'єктом дослідження є подієвий туризм в Україні.

Предметом дослідження є процеси розвитку, організації та просування подій в Україні з метою привертання туристів.

Мета дослідження розвитку подієвого туризму в Україні полягає у вивченні та аналізі сучасного стану цієї галузі, визначенні основних тенденцій та проблем, а також розробці рекомендацій для подальшого його розвитку.

Завдання дослідження:

Аналіз сучасного стану подієвого туризму в Україні: огляд проведених подій, їхній масштаб, популярність серед туристів та місцевого населення.

Вивчення тенденцій розвитку подієвого туризму: виявлення ключових напрямків та інновацій у цій галузі, які можуть стати драйверами подальшого росту.

Дослідження маркетингових стратегій просування подій: оцінка ефективності рекламних кампаній та інших маркетингових заходів для залучення туристів.

Вивчення проблем та перешкод у розвитку подієвого туризму в Україні: ідентифікація основних чинників, які гальмують розвиток цієї галузі та пошук шляхів їх вирішення.

Практичне значення одержаних результатів. Розвиток подієвого туризму в Україні має велике практичне значення, адже цей вид туризму здатний значно вплинути на економічний, соціальний та культурний розвиток країни. Дослідження, проведені в цій сфері, надають цінну інформацію, яка може бути використана для вдосконалення існуючих та створення нових туристичних продуктів, що приваблюватимуть як внутрішніх, так і іноземних туристів.

Обсяг та структура роботи. Робота складається з вступу, трьох розділів, дев'яти підрозділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи – 63 сторінки, основний текст викладено на 52 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та сутність подієвого туризму.

Однією з основних тенденцій у сучасному туризмі є спрямованість на задоволення різноманітних потреб подорожуючих. Історія подієвого туризму має старовинні коріння, проте його систематичне вивчення розпочалося не так давно. Основна мета цього виду подорожей полягає в участі у певній події. Унікальні подорожі, що поєднують традиційний відпочинок і участь у найвражаючіших подіях світу, набувають все більшої популярності, оскільки туристи не лише отримують незабутні враження, а й реалізують свої мрії та розширюють світогляд. Головна особливість подієвого туризму полягає в його орієнтації на широке коло споживачів.

Як окремий вид туризму, подієвий заслуговує на особливу увагу, оскільки він швидко розвивається [18, с. 64].

Івентивний туризм займає важливе положення серед різноманітних послуг у туристичній сфері. В будь-якій галузі людської діяльності великий попит існує на нововведення, які є унікальними, цікавими та неповторними. У цьому контексті івентивний туризм може стати центром уваги для території, привертаючи постійний потік туристів і, відповідно, приносячи доходи, що сприяють соціально-економічному розвитку.

Разом з іншими туристичними продуктами, події в туризмі утворюють індустрію дозвілля, що охоплює різноманітні сфери, такі як готельне господарство, центри відпочинку, розважальні заклади, активний відпочинок, ресторани та інші. Це свідчить про те, що розвиток подієвого туризму неможливий без взаємодії з іншими складовими туристичної індустрії, проте системний та комплексний підхід до цього може призвести до вигоди для всіх учасників галузі дозвілля.

Подієвий туризм створює атмосферу свята, індивідуальні умови відпочинку та незабутні враження. Він є складовою культурного туризму,

пов'язаною з різноманітними суспільними подіями та подорожами для задоволення потреби у відвідуванні цих заходів. Такий вид туристичної діяльності сприяє розвитку туристичної інфраструктури, інтеграції різних соціальних верств і формуванню позитивного іміджу місця призначення.

Ігор Смаль, відомий автор літератури про туризм, визначає подієвий туризм як складову частину культурного туризму, яка спрямована на відвідування дестинацій у конкретний час, пов'язаний з певною подією в житті суспільства або спільноти, яка відбувається рідко або лише раз. Подія - це сукупність явищ, які виділяються своєю значимістю для даного співтовариства або людства в цілому, характеризуються коротким періодом існування та можуть бути як разовими, так і регулярними. Подієвий туризм є складовою частиною таких напрямків туризму, як пригодницький, екологічний, гастрономічний, релігійний, спортивний, етнографічний та виставковий.

Термін "подієвий туризм" з'явився у 1987 році, введений департаментом туризму і громадськості Нової Зеландії. У міжнародній літературі його розглядають як важливу альтернативу для дестинацій і місцевих підприємців, а також як основну діяльність організаторів подій, які мають намір розширити свою аудиторію. Причини виникнення та історія розвитку подієвого туризму сягають свого коріння в давнину, коли подорожі були необхідними для виживання, відбувалися у пошуках їжі та з метою забезпечення особистої безпеки [34, с. 66].

Різні дослідники розглядають поняття "подієвий туризм" з різних поглядів. Олена Алексєєва визначає його як вид туристичної діяльності, що привертає туристів різними громадськими заходами культурного або спортивного характеру. Ці заходи сприяють розвитку туристичної інфраструктури, інтеграції різних верств суспільства та формуванню позитивного іміджу місцевості.

Андрій Бабкін вбачає подієвий туризм як перспективний напрямок, що створює святкову атмосферу, індивідуальні умови та незабутні враження для туристів. Він особливо виділяє наявність яскравих неповторних моментів.

Михайло Біржаков описує подієвий туризм як значну частину культурного туризму, яка спрямована на відвідування місцевостей у певний час, пов'язаний з конкретною подією в житті спільноти чи суспільства.

Ганна Вишневська та Ігор Кабушкін вбачають подієвий туризм як форму туризму, при якій туристи стають свідками великих подій у світі спорту, культури та мистецтва.

Сергій Мельниченко визначає його як заходи, спрямовані на просування компаній, послуг, товарів і брендів за допомогою яскравих і запам'ятовуючих подій.

Тетяна Фролова розглядає подієвий туризм як поїздки з метою задоволення потреби у відвідуванні різноманітних заходів.

Початок подієвого туризму пов'язаний з активним розвитком івентменеджменту - нового виду бізнесу, який забезпечує повний набір заходів для створення корпоративних та масових подій. Ці події спрямовані на зміцнення колективного духу, а також підтримку рекламних та PR-кампаній. Завдання івент-компаній - зробити зі звичайного заходу справжню подію, яка запам'ятається на довгий час [19, с. 9].

Подієвий туризм відіграє важливу роль у розвитку регіону через різноманітні функції, які він виконує. По-перше, він привертає туристів у регіон, особливо в періоди, коли туристичний потік зазвичай менш активний. Крім того, туристичні події сприяють розширенню знань та культурному розвитку учасників. Також вони допомагають відновлювати, зберігати та розвивати туристичні ресурси регіону, а також зміцнюють його позиції на туристичних ринках. Крім цього, вони сприяють швидкому відродженню місцевих населених пунктів, розвитку туристичної інфраструктури та створенню позитивного іміджу регіону.

Не останню роль грає також позитивний соціальний ефект, який вони мають на місцеве населення та економіку. Таким чином, подієвий туризм сприяє не лише туристичному розвитку, а й загальному прогресу регіону.

Подієвий туризм виявляється через ряд характерних ознак. Серед них важливо відзначити: строго визначену регулярність та чітко встановлений графік подій; стабільність місця проведення подій у конкретній локації; використання методів проектного менеджменту для планування та просування івентів на туристичному ринку; різноманіття джерел фінансування; залежність відвідування івенту від моди, статусу, а також суспільної думки; важливість інформування потенційних відвідувачів щодо майбутніх подій; широкий охоплюючий потік відвідувачів; тривалість інформаційного впливу та сприяння розвитку різних галузей туристичної промисловості.

Серед найбільш очевидних переваг подієвого туризму слід виділити відсутність сезонності у проведенні подій; широкий масштаб відвідування подій туристами, які зберігають яскраві та запам'ятовуючі враження від них; інноваційність турпродукту з охопленням різноманітних тематик подій; регулярне проведення подій та сприяння повторному відвідуванню, що надає можливість для прогнозування подальшого розвитку локацій.

Таким чином, туризм і івент-менеджмент тісно пов'язані між собою, особливо при організації масових спеціальних заходів, що залучають велику кількість учасників з метою розвитку туристичної дестинації. Подієвий туризм об'єднує спортивний, культурний, бізнес-туризм, оскільки мета поїздки пов'язана з конкретною подією або заходом. Івент-менеджмент займається розробкою, плануванням і проведенням подій, а менеджмент туризму - вивченням потреб туристів і розвитком туристичної дестинації. Подієвий туризм поєднує в собі знання з цих двох галузей [48, с. 74].

Наразі не існує чіткого визначення поняття "подієвий туризм". Ця назва, як вважається, говорить сама за себе, проте існуючі визначення не охоплюють всі аспекти цього явища. На мою думку, найбільш повне

визначення подієвого туризму це: «Відпочинок, пов'язаний з різноманітними суспільними подіями та природними явищами, що привертають унікальністю, екзотичністю та неповторністю - ось що означає поняття "подієвий туризм".

Цей вид відпочинку стає все більш популярним серед сучасних та енергійних людей, які самі планують свої відпустки та знають, чого вони хочуть. Кожен день на планеті відбувається безліч цікавих подій, і подієвий туризм допомагає відчувати свято, яке було обране безпосередньо туристом та підготовлене спеціально для нього. Зазвичай, цільова аудиторія подієвого туризму складається з багатих туристів з доходами вище середнього та компаній, що складаються з декількох пар, але це абсолютно ні про що не свідчить. Події можуть бути націлені на різну аудиторію. Подієвий туризм надає можливість провести відпустку насичено та цікаво, насолоджуючись новими враженнями і стати активним учасником подій культури, мистецтва і спорту.

Подієвий туризм включає в себе ключові аспекти сучасного суспільного життя та нові напрямки у сфері туризму, такі як збереження природи, екологічний підхід, активний спосіб життя, а також культурні та соціальні уявлення про стиль та стереотипи поведінки. Всі ці напрямки сприяють розвитку подієвого туризму на міжнародному рівні. Одним із особливих аспектів подієвого туризму є те, що кожен подієвий продукт унікальний і має свою неповторну атмосферу, тому кожен турист прагне особисто відвідати ці події, щоб самостійно відчувати їхню унікальність. Термін "подієвий туризм" з'явився у 1980-х роках в Західній Європі, коли цей вид туризму став окремою категорією. Проте сама ідея подієвого туризму існувала ще у давнину, коли стародавні свята та події стали початком цього виду туризму [27, с. 31].

Планування подій є стратегічним інструментом, який може бути спрямованим на індивідуальний, масовий або міжнародний рівень. Управління подіями є прикладною наукою, яка фокусується на проектуванні

та виробництві різноманітних подій, таких як фестивалі, розваги, спортивні змагання, політичні заходи та корпоративні події.

Унікальні тури, які поєднують у собі традиційний відпочинок і участь у найцікавіших подіях планети, набувають все більшої популярності через те, що подорожуючі отримують багато нових вражень, розширюють свій світогляд і насолоджуються процесом. Основна особливість івент-туризму полягає у спрямованості на широке коло споживачів. Івент-туризм корисний не тільки для бізнесу і туристів, він сприяє розвитку міст та регіонів у державі, популяризує культуру та науку, об'єднує інтереси різних народів за їх національними та релігійними ідеями, що є важливим внеском у майбутнє світу.

"Нас насправді дуже втомлює постійне бачення однакових речей, оскільки звичний для нас шопінг зазвичай відбувається за межами міста, в торгових центрах із однаковими магазинами. Перебуваючи там, ми не маємо шансу з'ясувати, де саме ми знаходимося. Замість цього ринки та вуличні ярмарки завжди були своєрідними орієнтирами міста" [5].

Івент-туризм користується великою популярністю в таких країнах:

- Бразилія – тут щорічно проводяться десятки різних карнавалів та фестивалів, деякі з яких відбуваються в невеликих містечках, що сприяє їх туристичному розвитку.

- Іспанія – івент-туризм особливо розвинений у цій країні Європи. Тут проводиться багато заходів, таких як коріда або шлях святого Якова.

- Італія – від давніх часів тут існували фестивалі та театри, присвячені відомим художникам, письменникам та акторам, оскільки саме в цій країні їх кількість була особливою. Більшість івент-заходів все ще присвячені саме їм, а також відносно новим напрямком івент-туризму в Італії стали події, присвячені шопінгу, які дуже привертають увагу туристів у країну. Також туристів цікавлять гастрономічні фестивалі.

- Таїланд – саме в цій країні особливо відзначають новий рік, чудово організовують різні квіткові та гастрономічні фестивалі. Івент-туризм завжди мав особливе значення для країни.

Масштабні і захоплюючі події відбуваються по всій Землі, особливо в країнах Азії, Північній та Південній Америці та в Європі. Це означає, що протягом короткого проміжку часу івент-туризм охопив значну частину світу і продовжує здобувати все більшу популярність. Історичні аспекти розвитку івент-туризму пов'язані з масштабними івентами та потоками туристів.

Івент-туризм з кожним роком займає все більше місце в структурі туристичного ринку. У будь-якій сфері діяльності людини завжди цікавило щось нове, особливе; такі продукти і послуги завжди були більш привабливими, ніж ті, що вже давно функціонують в побуті та житті. З урахуванням цього, саме івент-туризм може стати базою, яка забезпечить постійний потік туристів, а отже і доходів, створюючи тим самим фундамент для соціально-економічного розвитку.

Івент-туризм, як і інші світові туристичні течії, формує власну індустрію, що включає в себе різноманітні сегменти: готельну сферу (готелі, мотелі, туристичні та спортивні комплекси), розважальні центри (кінотеатри, театри, оркестри, хореографічні студії, мистецькі школи, концертні зали), місця для розваг (цирки, ярмарки, фестивалі, карнавали, парки атракціонів, ігрові зони, нічні клуби, казино), а також активний відпочинок (спортивні клуби різних видів, більярдні салони, майданчики для гольфу, басейни, іподроми, треки) [22, с. 71].

Додатково, до цієї індустрії входять клуби-ресторани, кафе-клуби, сімейні рекреаційні комплекси і центри відпочинку, а також державні зони відпочинку і історико-культурні об'єкти. Івент-туризм має ще одну позитивну особливість - можливість проведення подій у будь-який сезон та час року, що сприяє розподілу туристичних потоків і збільшенню чисельності туристів у низький сезон. Наприклад, у січні в Італії проходить венеціанський карнавал, у лютому - карнавал "Помаранчевої битви", у квітні

- римський фестиваль фондю, у липні - фестиваль Феста дель Реденторе, у жовтні - фестиваль шоколаду в Перуджі, а у листопаді - "Фестиваль білого трюфеля в Сан-Мініато".

Івент-туризм постійно розвивається, з кожним роком збільшуючи кількість подій і їх відвідувачів. Туроператори, які спеціалізуються на івент-туризмі, постійно розширюють свої програми турів, додаючи нові заходи, фестивалі та події. Розвиток івент-туризму створив новий напрям у галузі туризму, який постійно зростає. За останні роки, з введенням обмежень на масові збори людей через пандемію COVID-19, івент-туризм зазнав певних негативних змін, але станом на 2022 рік він разом з туристичною індустрією почав відновлюватись і займати своє місце на туристичному ринку.

Ця ситуація відкрила нові можливості для розвитку ринку івент-туризму, оскільки низька конкуренція та значний потенціал сприяють росту туристичних напрямків, збільшенню клієнтської бази, здобуттю прибутку та покращенню економічного стану регіонів. Основні центри івент-туризму зосереджені в Європі, зокрема в Західній Європі. Лідерами у цій галузі є Великобританія, Німеччина, Франція та Італія, де проводяться заходи, які мають десятилітню історію, такі як День Святого Патріка, Венеціанський карнавал, День Божоле Нуво та Октоберфест. Успішне проведення таких подій передбачає наявність відповідної державної політики та залучення спонсорів, які підтримують проведення івентів.

Подієвий туризм вносить значний вклад у розвиток менш відомих з точки зору туризму регіонів конкретної країни, через проведення цікавих заходів, які не настільки розвинуті для звичайного туристичного відвідування. Туристи, які відвідують події, часто повертаються до цих місць знову з іншими цілями. Для багатьох туристичних регіонів, курортів, міст та містечок такі заходи стають основним джерелом туристичних доходів, особливо коли події привертають іноземців та приносять міжнародні валютні надходження [28, с. 45].

Місцеві громади мають інтерес у розвитку подієвого туризму, оскільки деякі регіони та міста можуть продовжувати свій "високий сезон" за рахунок цього. Місцеві громади, міста та регіони, які розвивають подієвий туризм, здатні забезпечити безліч позитивних аспектів для свого регіону, включаючи залучення туристів, розвиток якісної інфраструктури, покращення якості життя іміджу та збільшення кількості туристів.

Сучасний світ свідчить про розвиток цілої індустрії організації подій, яка розподіляється залежно від цілей подорожі та її характеру. Значення подієвого туризму пов'язане з відвідуванням подій, що відбуваються в інших країнах або на рідній землі, де основна мета подорожі - участь у події або спостереження за нею. Це унікальний вид туризму, оскільки його можливості безмежні. Зростання попиту серед туристів на події стимулює формування на міжнародному ринку туристичних івентів, таких як ярмарки, фестивалі, свята, паради та інші події. Аналіз досліджень в галузі подій показує, що туристи мають різні мотиви для участі у святкуваннях або відправлення у тури: ознайомлення з культурою, спілкування з однодумцями, бажання відкрити нові горизонти, спортивний інтерес, відпочинок та привабливість певної події на всесвітньому рівні [48, с. 87].

На сьогоднішній день, фахівці туристичної галузі активно працюють над різноманітними аспектами подієвого туризму, його організацією та просуванням, спрямовуючи зусилля на пошук відповідей на такі складні, але надзвичайно важливі питання:

- Максимізація прибутку від туристичних заходів при мінімальних вкладеннях у них.
- Здатність місцевих та регіональних івентів відбити всі витрати, пов'язані з їх проведенням.
- Розробка стратегій привертання уваги глядачів і забезпечення тривалого перебування великої кількості відвідувачів.
- Виявлення ризиків, пов'язаних з проведенням подійних турів, та розробка заходів їх мінімізації.

- Збереження природного середовища від негативного впливу масового туризму.

Отже, можна зробити висновок, що подієвий туризм володіє великим потенціалом і вважається перспективним напрямком розвитку туризму. Він відтворює всі основні функції туризму, такі як економічна, духовна, пізнавальна, рекреаційна, виховна та розважальна. Зростання популярності івент-туризму робить актуальним його розвиток і в Україні.

Основними перевагами подієвого туризму є його всесезонність і висока прибутковість, а також постійне поповнення новими подіями. Туристи, які відвідують регіон для участі в подіях, стають потенційними споживачами інших видів туризму у цьому регіоні. Подієвий туризм відрізняється своєрідністю і неповторністю, оскільки він надає безліч можливостей для розваг та відпочинку.

Серед його недоліків можна відзначити неможливість передбачення попиту на конкретні події. Основними завданнями цього виду туризму є створення значущих, масштабних заходів з багатою історією, підвищення рівня існуючих подій з високим потенціалом та розробка нових унікальних подій, що відображають новаторські ідеї.

1.2.Класифікація подієвого туризму.

В сфері подієвого туризму використовують кілька підходів до класифікації заходів і подій. Один із них полягає в розподілі подій залежно від цільової аудиторії, концепції та організації (Додаток А).

По-перше, розрізняють громадські, корпоративні та змішані івенти, прикладом останніх можуть бути ярмарки, виставки та інші заходи, що відвідують як професіонали, так і бажаючі [40, с. 64].

Другий підхід до класифікації ґрунтується на тематиці івентів або меті поїздок, таких як ділові івенти для бізнесу та івенти, спрямовані на відпочинок та рекреацію, а часто зустрічаються і комбіновані типи, коли ділова поїздка поєднується з відпочинком та розвагами.

Третя категорія класифікації базується на загальній концепції події, наприклад, події, пов'язані з будь-яким брендом або важливою подією, а також комбіновані концепції, які об'єднують і бренд, і подію.

Більше того, подієвий туризм можна класифікувати за різними критеріями. Один з них - масштаб подій, який може бути міжнародним, національним або регіональним. Інший критерій - тематика подій, яка може включати національні фестивалі, театралізовані шоу, фестивалі кіно і театру, гастрономічні заходи, модні покази, аукціони, фестивалі музики і музичні конкурси, спортивні події та карнавали. Таке різноманіття дає можливість туристам обирати події, які відповідають їхнім інтересам та уподобанням.

У сфері туризму, події виступають важливим катализатором. Подієвий туризм спрямований на привернення великої кількості подорожуючих до будь-якої зацікавлюючої події, що відбувається в певному регіоні. Туристичні компанії активно використовують ці події для створення різноманітних туристичних пакетів та приваблення уваги туристів до них.

У випадку, коли у туристичному регіоні відсутня історично сформована традиційна подія, можуть виникнути спеціально організовані події. Це зазвичай супроводжується маркетинговими кампаніями, спрямованими на просування туристичного продукту, пов'язаного з цією

подією. Мета полягає у приверненні більшої кількості відвідувачів і забезпеченні доходу від туристів, які не лише бажають побачити визначні місця, але й брати участь у місцевих святкуваннях та поділитися їхніми емоціями. Однією з основних переваг подієвого туризму є можливість створення незабутніх моментів.

Дональд Гетц, професор університету Калгарі в Канаді, провів класифікацію подій, які стимулюють туризм. Ця класифікація включає різноманітні види подій, що привертають увагу туристів та сприяють розвитку туристичного руху (Додаток В) [34, с. 45].

Перша категорія - це культурні торжества, серед яких виділяються фестивалі, карнавали та релігійні заходи. Ці події відображають місцеву культуру та традиції, привертаючи до себе увагу туристів з усього світу.

Друга категорія включає політичні і державні події, такі як зустрічі на вищому рівні, офіційні візити та вибори. Ці події можуть викликати інтерес як у вітчизняних, так і у зарубіжних громадян, особливо тих, хто цікавиться політикою та міжнародними відносинами.

Третя категорія охоплює події в галузі освіти і науки, такі як конференції, семінари, наукові премії та студентські олімпіади. Ці заходи привертають увагу науковців, студентів та інших фахівців, які бажають поглибити свої знання та взаємодіяти з однодумцями з усього світу.

Четверта категорія включає події в мистецтві та розважальні заходи, такі як концерти, церемонії нагородження, виставки та ярмарки. Ці події пропонують розваги та культурний відпочинок для місцевих жителів та туристів.

П'ята категорія - це спортивні події та конкурси, які можуть бути як професійними (наприклад, Олімпіади, чемпіонати), так і аматорськими. Ці заходи привертають до себе фанатів спорту та сприяють розвитку спортивного туризму.

Шоста категорія - це соціальні події, такі як свята в країні, які об'єднують місцеве населення та створюють можливості для туристів підіймати настрій та познайомитися з місцевою культурою.

І, нарешті, приватні події, такі як весілля та інші святкування, є також важливим стимулом для туризму, особливо коли вони відбуваються в мальовничих місцях та пропонують розкішне середовище для відпочинку та святкування [26, с. 37].

Отже, в сфері подієвого туризму використовують кілька підходів до класифікації заходів і подій. Насамперед подієвий туризм спрямований на привернення великої кількості подорожуючих до будь-якої зацікавлюючої події, і відбувається в певному регіоні та основні переваги подієвого туризму є можливістю створення незабутніх моментів.

1.3. Ресурси подієвого туризму

Подієвий туризм, зазначений як один із найшвидше зростаючих сегментів туристичної індустрії, відіграє значну роль у відкритті світу для подорожуючих. Він пропонує унікальний спосіб сприйняття культури, історії та спадщини країн, а також стимулює економічний розвиток у регіонах, де проводяться події. З цієї перспективи, ресурси подієвого туризму виявляються надзвичайно важливими. Наведене дозволить визначити ключові аспекти цього виду туризму, зазначити його переваги та недоліки, а також оцінити вплив на соціальні, культурні та економічні сфери.

Фізичні місця, де проводяться події, є ключовими ресурсами для подієвого туризму. Це можуть бути стадіони для спортивних змагань, арени для концертів, конференц-центри для бізнес-зустрічей, театри для вистав та історичні пам'ятки для фестивалів. Важливою характеристикою таких місць є їхні можливості для розваг та комфортного перебування відвідувачів. Наприклад, стадіони повинні мати зручний доступ, велику кількість місць із зручними сидіннями, а також забезпечення безпеки під час заходів. Крім того, історичні місця повинні бути збережені та підготовлені для прийому великої кількості відвідувачів, забезпечуючи відповідні екскурсії та сервіс.

Інфраструктура включає в себе всі засоби та умови, необхідні для забезпечення зручності та комфорту для туристів, які відвідують події. Це включає в себе транспортні системи, готелі, ресторани, магазини, медичні служби та інші підприємства. Наприклад, ефективна транспортна система, що обслуговує місце проведення події, є важливою для зручності та доступності для відвідувачів. Готелі та ресторани також грають ключову роль у подієвому туризмі, забезпечуючи тимчасове проживання та харчування для відвідувачів. Крім того, інфраструктура повинна бути придатною для різних потреб, включаючи особливості людей з обмеженими можливостями.

Спільнота, яка проживає та працює у місці проведення події, грає важливу роль у подієвому туризмі. Вони можуть бути власниками

підприємств, які надають послуги туристам, або ж мешканцями, які беруть участь у підготовці та проведенні подій. Співпраця між туристами та місцевими жителями може призвести до взаємовигідних відносин та створення позитивного іміджу місця. Більше того, місцеві жителі можуть допомагати в організації та проведенні подій, а також забезпечувати аутентичність та культурний контекст для туристів [13, с. 25].

Самі події, які приваблюють туристів, є основними мотиваторами для подієвого туризму. Це можуть бути фестивалі, концерти, спортивні змагання, конференції, виставки та інші культурні або розважальні заходи. Успішні події залежать від якості їхньої організації, привабливості програми, доступності для відвідувачів та можливості створення незабутнього враження. Важливо також зазначити, що події можуть мати значний вплив на розвиток місцевої культури, економіки та інфраструктури, сприяючи їхньому зростанню та розвитку.

Отже, ресурси подієвого туризму представляють собою різноманітні аспекти, які визначають успіх та розвиток цього виду туризму. Використання цих ресурсів не лише сприяє економічному зростанню та розвитку місцевих спільнот, але й сприяє культурній взаємодії та розумінню міжнародного співтовариства. Однак для збереження природи, культурної спадщини та створення сталого туризму важливо збалансувати розвиток подієвого туризму з охороною довкілля та місцевою культурою.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз ресурсного потенціал України для подієвого туризму

Практично в усіх куточках України можна знайти ресурси, які можна використовувати у туристичних цілях, якщо створити відповідні соціальні, економічні, політичні, технологічні та екологічні умови. Кожен регіон має свій унікальний потенціал, оскільки різниться складом, кількістю і якістю туристичних ресурсів.

Одним із основних аспектів подієвого туризму є його необмеженість. Будь-яка подія, чи то концерт, новий фестиваль, майстер-клас від унікального митця або навіть техногенна катастрофа, може привернути увагу туристів. Війна також створює регулярні події, які частково відображають концепцію подієвого туризму.

Таблиця 1

Найпопулярніші сучасні фестивалі України

Назва фестивалю	Дата проведення	Місце проведення	Опис
Atlas Weekend	Липень	Київ	Один з наймасштабніших музичних фестивалів України, де виступають зірки світового та українського рівня.
Zaxidfest	Серпень	Львів	Музичний фестиваль, що пропонує різноманіття жанрів, від року та електронної музики до фолку та хіп-хопу.
ГогольFest	Серпень	Київ	Міжнародний фестиваль мистецтв, що об'єднує театр, музику, перформанси, виставки та інші формати.
Burning Fest	Серпень	Київська область	Фестиваль електронної музики, що славиться своєю атмосферою та танцями до самого ранку.
Alfa Future People	Серпень	Київська область	Один з найпопулярніших фестивалів електронної музики в Східній Європі.
Kyiv Boom	Травень	Київ	Міжнародний фестиваль

			електронної музики, що проходить на київському арт-заводі "Платформа".
Respublica	Липень	Хмельницький	Фестиваль незалежної музики та мистецтва, що пропонує не лише концерти, а й театральні вистави, перформанси, виставки та інші активності.
Jazz in Kyiv	Вересень	Київ	Міжнародний фестиваль джазу, що збирає на своїй сцені легенд світового джазу та талановитих молодих виконавців.
LvivMozArt	Серпень-Жовтень	Львів	Міжнародний фестиваль класичної музики, що пропонує насичену програму концертів, оперних вистав та майстер-класів.
Бандерштат	Серпень	Івано-Франківськ	Фестиваль української культури, що поєднує в собі музику, танці, ремесла, етнографію та інші традиції.

У зв'язку з цим, складно точно визначити ресурсний потенціал України, оскільки він сильно залежить від людських ініціатив та непередбачуваних подій. Туроператори вже почали використовувати події в межах країни для створення туристичних пакетів, таких як фестивалі Маланки, Мукачевське «Червене вино» або «Atlas Weekend» у Києві [20, с. 87].

Закарпаття видається одним з найбільш розвинутих регіонів для подієвого туризму. Тут регулярно проводяться різноманітні фестивалі, такі як Гуцульська бринза, Фестиваль різників, Сакурафест, Фестиваль меду та багато інших, що привертають увагу туристів.

Особливу популярність в Україні набувають музичні фестивалі різних жанрів, включаючи сучасну музику, класичну музику, рок та електронну музику. Фестивалі сучасної музики, такі як "Atlas Weekend" та "Upark", рок-фестивалі "Тарас Бульба" та "Бандерштат", а також фестивалі електронної музики, наприклад "Білі ночі" та "Ostrov", дуже популярні серед українців.

Найбільш масштабним серед них є фестиваль сучасної музики "Atlas Weekend", який у 2019 році відвідало рекордні 538 000 осіб.

У нашій країні існує значна кількість фестивалів, які мають потенціал стати міжнародно відомими за рахунок використання національних ресурсів. Деякі з них, такі як «Країна мрій», «АртПоле», «Сорочинський ярмарок», «Космачський Великдень» та «Одеська Гуморина», мають великий масштаб і здатні відтворити унікальні регіональні особливості.

Фестиваль «Країна мрій», заснований групою «Воплі Відоплясова» під керівництвом Олега Скрипки, щорічно відбувається у Києві. Сам Скрипка активно просуває українську культуру як в межах країни, так і за її межами. Фестиваль представляє не лише музичні виступи, а й майстер-класи, гастрономічні заходи, тренінги з танців, бойових мистецтв та інше. Цей фестиваль має значний потенціал на європейському рівні, але для досягнення цієї мети потрібне підвищення рівня обслуговування та сервісу, щоб привернути більше туристів з Європи [30, с. 71].

Фестиваль «Шешори», відомий також як «АртПоле», є найбільшим у своєму регіоні та проходить у селі Воробіївка на Вінниччині. Основна тема фестивалю - взаємодія людини з природним середовищем, що може зацікавити закордонних туристів. Учасники можуть отримати неповторний досвід екологічного туризму, поєднуючи його з етнографічними аспектами. Фестиваль привертає гостей з різних країн, що створює інтернаціональну атмосферу. Крім основних заходів, тут також проводяться школи театрального мистецтва, кінематографу та майстерності у музиці.

Для подальшого розвитку на міжнародній арені необхідно звернути увагу на інфраструктурні питання фестивалю. Відсутність достатньої кількості готелів та ресторанів у регіоні обмежує можливості акомодатії та харчування для відвідувачів.

Сорочинський ярмарок, як національний торгівельно-культурний фестиваль, відомий своєю багатою історією та участю різних країн. Це місце, де місцеві жителі готують свої оселі для гостей, що робить його привабливим

для туристів з різних країн. Основними ресурсами фестивалю є ярмарок, мінеральні води, соснові ліси та інші природні багатства регіону. Крім того, наявність культурних та історичних об'єктів, таких як заповідники та музеї, робить цей фестиваль ще привабливішим для туристів (Додаток Г).

Проте для подальшого розвитку цього фестивалю необхідно збільшити інфраструктурні можливості, оскільки регіон не має достатньої кількості готелів та ресторанів для задоволення потреб відвідувачів. Наразі існує лише один об'єкт, що відповідає міжнародним стандартам - спеціальний СПА-курорт, розташований на відстані кількох кілометрів від місця проведення фестивалю. Цей курорт пропонує широкий спектр послуг, включаючи проживання, харчування, рекреацію та організацію різноманітних подій.

"Великдень у Космачі" - це фестиваль, який колись мав великий розмах та привертав увагу писанкарів та гончарів з різних країн. Проте в останні роки він втратив свою популярність і деякі роки навіть не проводився. Для відновлення його привабливості необхідно звернути увагу на оновлення програми та залучення нових учасників з різних країн [16, с. 102].

Успішна реабілітація та розвиток цього фестивалю, покращення транспортного сполучення, підвищення рівня закладів розміщення та інфраструктурних деталей можуть перетворити його у незаперечного лідера серед святкових подієвих ресурсів України. Цьому сприяють гостинність місцевого населення та його активність, а також сприятливе розташування відносно Чернівців та Івано-Франківська, які славляться культурною спадщиною. Крім того, регіон багатий на природні об'єкти, такі як Карпатський біосферний заповідник, заповідник "Горгани", водоспад Шепіт та Національний парк Карпати. Загалом, Карпати визнані одним із найпопулярніших місць відпочинку в Україні, тому розвиток цієї території може мати значний вплив.

Одеська Гуморина - це фестиваль сміху, що відрізняється своєю унікальною концепцією, але не обов'язково масштабом. Він прекрасно втілює

колерит південної частини країни, і його значення особливо важливе з точки зору етно-туризму.

Святкування Дня гумору поширене по всьому світу, і Україна не виняток. Тому цей фестиваль може стати міжнародним центром українського Дня гумору. Однак інфраструктура в Одесі наразі тільки розвивається, і постійні реконструкції різноманітних об'єктів дозвілля, а також підвищення рівня сервісу, є важливими аспектами. Якщо правильно просувати Гуморину за кордоном, вона має всі шанси стати фестивалем міжнародного значення.

Усі ці регіональні фестивалі мають потенціал стати ключовими центрами подієвого туризму України на міжнародній арені. Проте для подальшого успіху вони вимагають певних поліпшень і значних змін у своєму середовищі. З урахуванням постійного зростання подієвого туризму на міжнародному рівні, розвиток цього виду туризму є пріоритетним завданням національного рівня та стратегічним напрямком розвитку туристичної галузі в Україні [16, с. 78].

Отже, сучасна Україна насичена туристично-рекреаційним потенціалом, який пропонує різноманітність цікавих місць та селищ з їхніми унікальними особливостями і різноманітними культурними та спортивними подіями. Проте для повноцінного розвитку подієвого туризму необхідно активно виявляти та просувати окремі «жемчужини» країни, забезпечуючи належні умови для їхнього розвитку та просування. Крім того, велике значення має підтримка українських туроператорів, які можуть зробити цю справу своїм національним обов'язком, фінансово підтримуючи та сприяючи організації різноманітних подій. Такий підхід сприятиме подальшій популяризації та розвитку туристичної індустрії України.

2.2 Основні тенденції розвитку подієвого туризму в Україні

Подієвий туризм у сучасній Україні переживає період інтенсивного розвитку, що обумовлено як внутрішніми, так і зовнішніми факторами.

Подієвий туризм, або туризм на події, включає у себе подорожі з метою відвідування різноманітних культурно-масових заходів, таких як фестивалі, концерти, спортивні змагання та інші події. Україна, багата на культурні та історичні події, приваблює як власних громадян, так і іноземних туристів. У цьому тексті розглянемо основні тенденції розвитку подієвого туризму в Україні.

1. Зростання популярності подій

Однією з основних тенденцій є зростання популярності різноманітних подій серед туристів. Україна відома своєю багатою культурою та історією, що залучає як внутрішніх, так і зарубіжних туристів. Фестивалі народної музики, культурні виставки, спортивні заходи та інші події привертають увагу широкого кола людей, що сприяє збільшенню кількості туристів, що відвідують Україну.

2. Розвиток інфраструктури

Ще однією важливою тенденцією є постійний розвиток інфраструктури для забезпечення комфортного перебування туристів на подіях. Україна активно інвестує в розвиток готельної бази, транспортних мереж, ресторанного господарства та інших супутніх послуг, що сприяє покращенню якості обслуговування туристів та зростанню їхнього інтересу до відвідування різноманітних подій у країні [11, с. 48].

3. Підвищення рівня маркетингу та просування

Ще однією важливою тенденцією є зростання уваги до маркетингових заходів та просування подій для привертання уваги як внутрішніх, так і зарубіжних туристів. Українські організатори подій активно використовують соціальні мережі, рекламні кампанії, спеціалізовані заходи та інші інструменти для привертання уваги до своїх заходів, що дозволяє залучити більше учасників та гостей.

4. Розширення географії подій

Ще однією важливою тенденцією є розширення географії подій по всій території України. Якісні та цікаві події все частіше проводяться не лише у

великих містах, але і у малих населених пунктах, що сприяє розвитку туризму в регіонах та стимулює розвиток місцевих громад.

5. Збільшення участі міжнародних гостей

Останньою, але не менш важливою тенденцією є збільшення участі міжнародних гостей у різноманітних подіях в Україні. Завдяки розвитку туризму та покращенню інфраструктури, Україна стає все більш привабливою для іноземних туристів, що приїжджають на різноманітні заходи, що відбуваються по всій країні.

Узагальнюючи, можна зазначити, що подієвий туризм в Україні має великий потенціал для подальшого розвитку. Зростання популярності подій, розвиток інфраструктури, підвищення рівня маркетингу та просування, розширення географії подій та збільшення участі міжнародних гостей - це лише деякі з тенденцій, що сприяють розвитку даного сегменту туризму в Україні. За належної уваги та підтримки з боку влади, бізнесу та громадськості, подієвий туризм може стати одним з ключових напрямків розвитку туристичної індустрії країни.

Віртуальні фестивалі відкривають можливість участі в них онлайн з будь-якої точки світу, вимагаючи при цьому активної комунікаційної політики для аудиторії. Цей формат ідеально поєднується з івентмаркетингом та стратегією спонсорства, маючи менший негативний вплив, ніж традиційні події. Віртуальні події можуть привернути більшу аудиторію, ніж традиційні заходи у прямому ефірі [47, с. 69].

Гібридні фестивалі комбінують живі та віртуальні аспекти. Деяка кількість відвідувачів та персоналу може бути присутня на місці проведення події, тоді як широка аудиторія долучається онлайн.

Одним із трендів, що вплинув на розвиток фестивального руху у світі, є волонтерство. Відвідувачі фестивалів бажають відпочити з користю, беручи участь в благодійному аукціоні та пожертвувавши гроші на благодійну мету. Так, відвідувачі фестивалів із високими доходами частіше відвідують захід, який має благодійний та альтруїстичний характер [10].

Іншою важливою тенденцією у сфері фестивального туризму є індивідуальний підхід до продажу послуг. Багато фестивалів сегментують свою аудиторію, пропонуючи різні пакети квитків, включаючи VIP та абонементи, що приносять значну частку доходу.

Залучення мілленіалів, які шукають унікальний досвід та активно діляться ним у соцмережах, також відіграє важливу роль у стратегії фестивального туризму.

За допомогою індивідуальних RFID-браслетів з радіочастотною ідентифікацією, відвідувачі можуть швидко пройти на територію фестивалю як впродовж одного дня, так і протягом наступних днів проведення заходу. Також вони можуть використовувати ці браслети для здійснення оплати за придбані товари та отримані послуги на території фестивалю [32, с.11]. Зібрані дані за допомогою цих браслетів дозволяють організаторам швидко отримувати інформацію про загальний дохід та відстежувати найпопулярніші товари та послуги, які були придбані на фестивалі.

Сьогодні мобільний додаток для фестивалів є невід'ємною частиною організації заходу. З його допомогою кожен користувач отримує важливу інформацію щодо організації фестивалю, як анонси, так і важливі повідомлення протягом події.

У розвитку подієвого туризму в Україні варто виокремити ряд позитивних тенденцій, що сприяють його зростанню та впливають на різні сфери життя:

- Створення комфортних умов для життя та діяльності туристів стає важливим фактором, що впливає на привабливість подієвих маршрутів та сприяє залученню більшого числа відвідувачів.

- Підвищення туристичного потоку стимулює економічний розвиток регіонів, які залучають увагу подієвими активностями та своєю культурною спадщиною.

- Репозиціонування територій і формування позитивного іміджу допомагають розвивати туристичний потенціал та сприяють підвищенню зацікавленості як місцевих мешканців, так і іноземних відвідувачів.

- Накопичення нової культурної спадщини та актуалізація старої сприяють розширенню культурного досвіду та збагаченню туристичної програми.

- Розвиток бізнесу, зокрема у сфері організації подієвих заходів, створює нові можливості для місцевих підприємців і сприяє зростанню економіки регіонів.

- Залучення зовнішніх інвестицій, включаючи інвестиції з державного бюджету, стимулює модернізацію інфраструктури та підвищення конкурентоспроможності туристичного сектору.

Незважаючи на потенційні можливості розвитку подієвого туризму в Україні, існують деякі чинники, які гальмують його прогрес у регіонах країни. Основними з них є:

1. Недостатня розвиненість туристичної інфраструктури, яка включає в себе недостатність готелів, ресторанів, транспортних засобів тощо. Брак таких умов утруднює залучення туристів та обмежує їхній комфорт.

2. Відсутність кваліфікованих фахівців у галузі івент-індустрії, що обмежує можливості для організації й проведення якісних туристичних заходів.

3. Недостатня увага до розробки та планування календаря подій, яка ускладнює координацію та просування туристичних заходів у відповідних регіонах [19, с. 51].

4. Низький рівень підприємницької та інвестиційної активності місцевого населення, що ускладнює залучення інвестицій у розвиток туристичної галузі.

5. Неефективність системи просування туристичних продуктів, яка обмежує доступність інформації про туристичні можливості регіонів.

Фестивальний рух в Україні, який розпочався у 2016 році, продовжує активно розвиватися. Серед найвизначніших фольклорних подій, які відбуваються на території країни, можна відзначити такі фестивалі, як «Поліське літо з фольклором», «Калинове літо на Дніпрі», «Етновир», а також міжнародний фольклорний молодіжний фестиваль традиційної культури «Древлянські джерела» та інші.

У сфері етнофестивалів України вирізняються деякі найбільш масові та відомі події, які включають Всесвітні бойківські фестини «З чистих джерел», «Бойківську ватру», «Бойківську Дрогобиччину», «Карпатію», «Я люблю Карпати», «Дзвони Лемківщини», «Підкамінь», «Львів – столицю ремесел», «Карпатський вернісаж» та інші.

Окрім того, значну увагу заслуговують фестивалі історичної реконструкції, які відтворюють окремі історичні події та періоди, комбінуючи історичні реконструкції з етнокультурними та спортивними заходами. Серед найвідоміших із них можна виділити фестиваль української середньовічної культури «ТуСтань!», фестиваль середньовічної культури «Львів стародавній», фестивалі – історичні реконструкції епохи Київської Русі, міжнародний лицарський турнір «Білгородська фортеця», фестиваль військово-історичної реконструкції «Terra Heroika», міжнародний історико-мистецький фестиваль «Генуезький шолом» та інші.

Також значимою частиною туристичної привабливості є етнофестивалі сатири та гумору, які включають фольклорно-етнографічний фестиваль «Захарецький Гарчик», міжнародний фестиваль українського гумору «Карпатський словоблуд» та інші [6, с. 43].

Фестивальний туризм в Україні також охоплює релігійні свята, які відзначають традиційні релігійно-обрядові події українського календаря, такі як "Великдень у Космачі", "Маланка фест", "Дзвони Покрови", "Ой, радуйся земле", "Велика коляда", "Спалах Різдвяної звізди", "Фестиваль вертепів", "Велика Гаївка", "Святий Миколай дарує свято" та інші.

Також великий інтерес у туристів викликають гастрономічні фестивалі, де особливим привабливим елементом є презентація національної кухні та можливість дегустації різноманітних страв та напоїв. До таких фестивалів належать "Борщів", фестиваль дерунів, фестиваль кави, фестиваль меду, свято "Бойківського меду", фестиваль чаю, "Гуцульська бринза", "Верховинське сало", "Гуцульська ріпа", "Свято пампуха", "Берлибанський банош", "Червене вино", винний фестиваль, фестиваль шоколаду та інші [6, с. 108].

Також спостерігається тенденція до організації фестивалів у різних локаціях країни. Наприклад, фестиваль документального кіно про права людини "Docudays UA" проводиться у 32 містах України, а фестиваль дитячого та підліткового кіно "Чілдрен Кінофест" охоплює понад 20 міст.

Серед інновацій у фестивальній сфері України помітний тренд на екологічну свідомість. За фінансовим звітом станції для сортування сміття "Україна без сміття" (УБС) за 2019 рік, її волонтери взаємодіяли з більш ніж 15 подіями, присвяченими сортуванню відходів, включаючи такі фестивалі як "Кураж Базар", "Comic Con Ukraine" (Додаток Д), "WineFest" та інші. Діяльність суб'єктів туристичної галузі також відображає розвиток фестивального туризму в Україні. Кількість туроператорів, які пропонують фестивальні або комбіновані тури по Україні, досить обмежена. Попит на ці тури серед українського населення є майже незначним через високий рівень мобільності та самостійності місцевих туристів. Серед таких туроператорів можна відзначити Kraina.UA, Svitlana Travel Company, ВідВідай, АккордТур, Ukrainian Tour, Ястріб-Тур, Wonders & Holidays, ТамТур, EtnoTour, Алітас-Тур, Афіша UA, та Anga Travel. Загалом, фестивальний рух в Україні знаходиться в стані бурхливого розвитку на сьогоднішній день [40, с. 55].

2.3 Виклики розвитку галузі подієвого туризму та способи їх вирішення

Державна стратегія України у сфері фестивального туризму та фестивальної активності загалом фактично неіснує. У законодавстві України, зокрема у Законі "Про Туризм", подієвий туризм не має окремого визнання, і терміни "фестивальний туризм" та всі аспекти, пов'язані з ним, не згадуються взагалі.

Ситуація з фестивальною діяльністю подібна. Згідно з Законом "Про підприємницьку діяльність", відсутня загальна ідентифікація та визначеність фестивальної діяльності як економічної або підприємницької сфери на законодавчому рівні.

Недолік у зборі статистичних даних є серйозною проблемою, що ускладнює дослідження фестивального руху та гальмує його розвиток. Державна служба статистики України надає лише обмежену інформацію про концертну діяльність та виставкові заходи [29, с. 47].

Брак статистичних даних також характерний з боку організаторів фестивалів. Існуюча інформація не дозволяє адекватно проаналізувати кількість фестивалів у різних областях України та їх відвідувачів через недостатню систематизацію та оновлення даних.

Більш детальну та змістовну інформацію надають переважно друковані та інтернет-джерела, такі як аналітичні статті про фестивалі в Україні, інтерв'ю з організаторами та журналістські розслідування, що стосуються фестивалів.

Більшість організаторів фестивалів в Україні не ведуть систематичного збору статистичних даних. Також варто відзначити, що подієвому туризму приділяється недостатньо уваги як на державному рівні в стратегії розвитку туризму, так і на рівні регіональних та місцевих органів. У свою чергу, Україна не має жодної організації чи асоціації, присвяченої подієвому та, зокрема, фестивальному туризму.

Відповідними проблемами у проведенні маркетингових досліджень ринку туристичних послуг, зокрема й ринку фестивального туризму в Україні, є наступні аспекти:

1. Виявлення поведінки споживачів: незгода споживачів на втручання у їхнє особисте життя під час досліджень, що може призвести до відмови участі або спричинити суб'єктивність думок, ускладнюючи отримання достовірних результатів.

1. Етичні аспекти: забезпечення об'єктивності, відсутність фальсифікації даних, повна надання інформації, правильна інтерпретація результатів, збереження конфіденційності і загрози суспільній безпеці від реклами недоброякісних товарів.

2. Недостатня активність суб'єктів туристичної галузі в маркетингових дослідженнях: рідкість, нерегулярність і недостатнє охоплення турагентствами, а також ігнорування туроператорами.

4. Низький професійний рівень маркетингових фахівців: можливі випадки шахрайства, неточності досліджень та недостатня експертиза.

5. Використання методів досліджень: обмежена застосовність складних та витратних методів.

6. Відсутність стандартизації та науково-практичної єдності в маркетингових дослідженнях: неоднозначність визначення економічних показників [30, с. 74].

7. Наявність "замовлених досліджень", що спотворюють ринкову ситуацію.

8. Використання різних методик оцінювання даних, що може призвести до спотворення ринкової ситуації або неправильного розуміння її стану.

Прикладами недоліків можна вважати програми фестивалів «Atlas Weekend», «BeLive» та «UPark», де спостерігалися затримки, черги, невдале розташування інфраструктури та випадки харчових отруєнь відвідувачів після візиту на фудкорт.

У зв'язку з недоліками у навчальних програмах, призначених для підготовки фахівців у галузі івент-менеджменту, виникає дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері фестивалів, що є серйозним проблемним питанням. Сучасні фестивалі потребують високопрофесійних організаторів та команд з досвідом у проведенні таких заходів. Зараз організаторами фестивалів часто виступають амбіційні аматори без відповідної підготовки, а також студенти та волонтери.

На жаль, низький рівень організації та проведення фестивалів часто впливає на загальне враження від події та її престиж. Процес підготовки і проведення фестивалю - це складний та тривалий процес, під час якого необхідно дотримуватися певних кроків та завдань. Неточності та безсистемність під час цього процесу можуть призвести до проблем у його організації та проведенні.

Серед типових проблем організаторів фестивалів можна виділити:

- Недостатня привабливість розважальної програми: монотонність, недостатня насиченість або неадекватність до потреб відвідувачів.
- Великі ризики проведення: зміна дати, скасування або остаточне припинення заходу.
- Безсистемність в організації: недостатня координація завдань та відповідальності, технічні перебої, недотримання або зміни програми, черги, проблеми з харчуванням тощо [34, с. 69].
- Проблеми з пошуком локації: складно визначити оптимальне місце для проведення фестивалю.

Менталітет українського населення становить один із факторів, які ускладнюють розвиток фестивального руху. Це пояснюється тим, що українці частіше схильні відвідувати заходи з меншою якістю, але безкоштовні, ніж платні події. Відомий ведучий фестивалів, М'яч ДредБол, відзначив, що для українців платити за мистецтво є чимось незвичним, навіть "диким". Це свідчить про те, що культура відвідування платних фестивалів в Україні тільки починає формуватися, а безкоштовні заходи зустрічаються з

більшим інтересом серед місцевого населення. Наприклад, цю тенденцію підтверджує значна різниця в кількості відвідувачів першого дня фестивалю "Atlas Weekend" з безкоштовним входом - 152 тисячі осіб, порівняно зі 530 тисячами відвідувачів за всі шість днів фестивалю у 2019 році (Додаток Б).

Також, відсутність або недостатність фінансування з місцевого рівня часто призводить до перенесення або скасування запланованих фестивалів. Зазвичай організатори шукають спонсорів та подають заявки на гранти для фінансування фестивалів, оскільки державна підтримка може бути або недостатньою, або зовсім відсутньою. Наприклад, у 2019 році фестиваль писанок на Софійській площі у Києві був скасований через проблеми з фінансуванням.

На сьогоднішній день інфраструктура багатьох регіонів України є недостатньою для проведення фестивалів. Не вистачає технічної потужності, зручних закладів розміщення та відповідних територій для фестивалів. Наприклад:

- недостатня потужність електромережі та відповідне обладнання;
- недостатність готелів та гостьових будинків з відповідним сервісом та ціною;
- несприятливі умови для фестивалю на обраній території, включаючи транспортну доступність, парковку та зони для кемпінгу.

Ще однією проблемою є нерівномірний розподіл фестивалів по території України: багато з них зосереджені в областях Західної України, тоді як в областях Центральної та Східної України їх проводиться значно менше. У деяких областях може не бути жодного фестивалю, тоді як у інших може відбуватися кілька одночасно [39, с. 37].

Також існує певна однотипність фестивалів за тематикою: найпоширеніші серед них - фольклорні (фестивалі історичної реконструкції, фестивалі народних ремесел і промислів, фестивалі традиційної культури тощо) та музичні (сучасної та класичної музики).

На основі аналізу проблем виділяємо стратегічні напрямки розвитку фестивального туризму в Україні як на рівні інституційної підтримки, так і на рівні організаторів фестивалів та суб'єктів туристичної діяльності.

Щодо інституційної підтримки, необхідно внести зміни до Закону України «Про туризм», щоб відобразити подієвий туризм і зокрема фестивальний туризм, а також до Закону України «Про підприємництво», щоб визначити фестивальну діяльність як економічну та підприємницьку.

Актуальним залишається питання створення асоціації фестивалів в Україні, що є важливим для підтримки авторитетних українських фестивалів, які відіграли ключову роль у національній історії, але зараз знаходяться під загрозою. Створення власної асоціації надасть можливість українським фестивалям стати повноправними членами EFFE та вийти на міжнародний ринок.

Національна асоціація матиме змогу підтримувати як молоді, так і відомі фестивалі, а також направляти зібрані кошти до міських бюджетів, уникнувши корупційних схем, що сприятиме розвитку фестивального руху в Україні та підвищить його міжнародну привабливість.

Підтримка існуючих фестивалів також є важливою. Влада повинна створити умови для залучення інвестицій у фестивальний рух і фестивальний туризм, щоб підвищити рівень інфраструктури та задовольнити потреби українських та іноземних туристів [42, с. 94].

Також необхідна тісна співпраця державних та приватних секторів супутніх галузей, зокрема, використання зарубіжного досвіду ведення державної політики у сфері івент-індустрії.

Участь України в регіональних та міжнародних івент-індустріальних та фестивальних організаціях буде сприяти розвитку фестивального туризму в країні. Серед таких організацій можна виокремити Європейську асоціацію фестивалів, Міжнародну асоціацію фестивалів та подій, Європейську Асоціацію фольклорних фестивалів, Міжнародну раду організацій фольклорних фестивалів та народного мистецтва, і Асоціацію організаторів

фестивалів. Потрібно регулярно складати детальний календар подій в різних регіонах та містах України. Рекомендується поліпшити та продовжувати використовувати календарі, розроблені місцевими та обласними туристично-інформаційними центрами. Хорошим прикладом є календар подій Чернігівської області, який доступний на веб-сайті Туристично-інформаційного центру Чернігівської області як окрема секція. У цьому календарі події впорядковані за місяцями, зазначені дати, місця проведення, програми та контактні номери [7]. На основі подібних календарів міст та областей слід також створювати окремий фестивальний календар, як, наприклад, календар фестивалів "Фестивальна Івано-Франківщина" чи "Пофестивалімо на Полтавщині", з докладним описом фестивалів областей [9; 10]. Важливо надавати організаторам фестивалів можливість надавати статистичну інформацію щодо організації та проведення різноманітних фестивалів. Можна використовувати принцип надання статистичних даних від суб'єктів туристичної діяльності. Це дозволить виокремити додаткові тенденції у фестивальному русі. Також важливо забезпечити фінансову підтримку для організації фестивалів та, за можливості, збільшувати її. Разом з цим слід забезпечувати відповідні локації для проведення фестивалів або допомагати у їх пошуку. Організаторам фестивалів рекомендується проводити свої заходи у ті місяці року, коли їх кількість є невеликою або взагалі відсутньою: з листопада по березень. Крім того, їм слід створювати більш спеціалізовані фестивалі, що відповідають інтересам потенційних відвідувачів, з урахуванням світових тенденцій. Наприклад, можна організовувати фестивалі сучасних субкультур, професійні фестивалі та спеціалізовані гастрономічні фестивалі (присвячені певній страві, напою або кухні країни) [19, с. 62].

Організаторів фестивалів слід мотивувати на проведення за межами обласних центрів України або на запровадження нового формату проведення фестивалів, такого як серійні заходи. Зокрема, суб'єктів туристичної діяльності треба підтримувати у розробці турів, спрямованих на відвідування

фестивалів у різних регіонах та областях країни. Це сприятиме розвитку інфраструктури областей України, розширенню географії фестивального туризму та підтримці подальшого росту внутрішнього та зовнішнього туризму у країні.

Дуже важливо проводити соціологічні опитування серед місцевого населення та туристів з питань організації та проведення фестивалів. Ці дані будуть важливою інформаційною основою для подальших досліджень потенційних відвідувачів фестивалів. Можна використовувати інтерв'ю або анкетування для здійснення загального опитування туристів, включаючи питання щодо фестивалів, або безпосередньо запитувати відвідувачів під час самого фестивалю або за допомогою електронних форм зв'язку.

Щодо кадрових ресурсів у галузі фестивального туризму, важливо забезпечити підготовку фахівців з організації фестивального туризму та івент-менеджменту, додавши відповідні предмети до навчальних планів. Наприклад, можна ввести курс "Подієвий туризм" для майбутніх фахівців у сфері туризму та створити спеціальність "Івент-менеджер" або напрям підготовки з івент-менеджменту [45, с. 81].

Фестивальний туризм має бути привабливим для суб'єктів туристичної діяльності. Тому важливо стимулювати туристичні компанії розробляти різноманітні фестивальні тури по всій території України протягом всього року, особливо в періоди, коли туристичний сезон не найбільш активний. Це сприятиме створенню цілорічного фестивального туризму в Україні.

Туристичні оператори повинні постійно вдосконалювати маркетингові стратегії з вивчення попиту на фестивальні тури. Під час маркетингових досліджень важливо враховувати специфіку фестивальних турів, використовуючи комплексний підхід за моделлю "7P" маркетингу, що включає такі аспекти, як продукт, планування, місце, люди, ціни, просування та процес.

Отже, враховуючи особливі характеристики подієвих турів, які були описані раніше як складові їх маркетингового комплексу, учасники

туристичної галузі матимуть необхідну базу для проведення ефективних маркетингових досліджень. Це дозволить більш точно визначити сегмент потенційних покупців фестивальних турів. Представлені стратегічні напрями розвитку фестивального туризму в Україні зменшать або навіть усунуть негативний вплив певних чинників на його розвиток. Через комплексне впровадження цих заходів фестивальний туризм зможе стати одним із найпопулярніших видів туризму в країні.

Розвиток туризму в Україні потребує комплексного підходу та систематичних заходів. Деякі з існуючих та плануваних заходів включають:

- Покращення нормативно-правової бази, спрямованої на підтримку подієвого туризму.
- Розробка та впровадження автоматизованих систем планування подій для забезпечення стабільного потоку туристів.
- Розвиток нових напрямків туризму, таких як туризм профорієнтації.
- Оптимізація і підтримка туристичної інфраструктури, включаючи готелі, ресторани та транспорт.
- Впровадження системи добровільної сертифікації якості туристичних послуг.
- Підвищення рівня кваліфікації фахівців у сфері туризму з урахуванням особливостей подієвого туризму.
- Заохочення та підтримка туристичного бізнесу у просуванні та рекламі подій.
- Створення умов для розвитку туристично-спортивного потенціалу регіонів.
- Захист навколишнього середовища та мінімізація негативного впливу туризму на природні ресурси.
- Проведення наукових досліджень у сфері подієвого туризму для покращення розуміння його впливу та можливостей [16, с.15].

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Використання світового досвіду подієвого туризму в Україні

При вивченні світового досвіду в туризмі виявлено, що ефективним методом розвитку туристичної дестинації є створення локальних маркетингових організацій. Головною метою цих організацій є просування свого населеного пункту як привабливого туристичного центру для залучення туристів. Вони розробляють та впроваджують маркетингові стратегії, а також коригують їх у відповідності з потребами. Крім того, вони відповідають за створення і управління образом, іміджем та брендом локальної дестинації, особливо якщо вона набирає популярності.

Наприклад, у Канаді більшість подібних організацій активно розвивають івент-туризм. Це зумовлено тим, що розвиток цього виду туризму дозволяє розподілити потік туристів рівномірно протягом року. Місцеві маркетологи вважають важливим регулярно оновлювати існуючі події та створювати нові, щоб привертати нових туристів без втрати вже існуючого контингенту.

Першим кроком у створенні нової події є аналіз її пріоритетності для регіону, оскільки попит на неї залежить від зусиль маркетологів та сприйняття громадськістю. Оцінюються також потенціал розвитку, аудиторія, якість послуг, можливості для покращення іміджу, екологічний вплив, економічні переваги та стабільність. Наприклад, якщо це фестиваль, то важливо врахувати тематику, асортимент атракціонів, доступність харчових послуг і так далі. Усі ці аспекти впливають на процеси підготовки, рекламування, пошук інвестицій та партнерів [1, с. 57].

Очевидно, що особливим успіхом можуть похизуватися тільки ті події, які були предметом серйозних зусиль та витрат. Наприклад, це можуть бути світово відомі заходи, такі як Октоберфест в Німеччині, Олімпійські ігри, Чемпіонати світу з футболу і так далі. Однак, якщо подія має регіональне або місцеве значення, то для її успішного проведення не завжди потрібні значні

вкладення. Проблеми часто починаються ще на етапі розробки, коли потрібно досягти консенсусу серед всіх зацікавлених сторін. Наприклад, це можуть бути представники сфери обслуговування, місцеве населення, маркетингові команди, організатори фестивалю та інвестори. Кожна з цих сторін має свої цілі: деякі хочуть залучити туристів до свого бізнесу, інші хочуть ефективно витратити гроші і час, аби максимізувати свій дохід. Маркетологи прагнуть створити вдалий імідж події та місця її проведення, задовольняючи вимоги інвесторів та спонсорів. Організатори розраховують на максимально вигідне використання наявних ресурсів та на грамотне проведення заходу, мінімізуючи ризики. Спонсори прагнуть отримати прибуток від своїх інвестицій, а учасники події хочуть продемонструвати свою участь і підкреслити якість своїх товарів або послуг. Проте, важливо розуміти, що навіть успішна та популярна подія може мати негативний вплив на місцеву спільноту, особливо якщо не враховувати традиції, культурні особливості, релігійні переконання та менталітет місцевого населення. Необхідно обережно підходити до залучення місцевих жителів, щоб уникнути можливих негативних наслідків, таких як порушення культурної спадщини чи втрата унікальності [13, с. 84].

Після врахування всіх нюансів і факторів, ми можемо приступити до визначення можливих тем для подій. В різних країнах світу спостерігається тенденція спеціалізації регіонів на певні типи подій. Наприклад, в Австралії кожен штат має свої маркетингові організації, що влаштовують аукціони, виставки та мистецькі фестивалі. Канадський Спортивний Альянс має програму організації світових чемпіонатів з різних видів спорту, з філіалами по всій країні та різними маркетинговими групами. Ця стратегія групування людських ресурсів сприяє розвитку спортивної інфраструктури.

Процес планування івентів включає кілька етапів: розробка інвестиційного проекту, системи маркетингових комунікацій та програми співпраці з туроператорами та іншими суб'єктами ринку переміщення. Україна доручає подібні функції Державній службі туризму та курортів, яка

має відділи стратегічного розвитку та регіонального розвитку. Незважаючи на це, до цього часу їх діяльність переважно спрямована на охорону культурних і природних пам'яток та облікові завдання, а не на розвиток регіонів.

Україна може взяти на озброєння світовий досвід Канади та Австралії, щоб активно розвивати подієвий туризм на рівні міст та регіонів. Залучення місцевих громад та створення робочих колективів з них може значно покращити ефективність організації таких заходів. Проте, необхідні реформи та перегляд пріоритетних підходів для подальшого розвитку центрів.

Українська спадщина та досвід вже сучасного подієвого туризму свідчать про потенційну перспективу фестивального туризму. Незважаючи на існуючі атракції у кожній області, більшість з них організовані не професійними організаціями, а місцевими підприємцями та мають локальний характер. Організація фестивалів як регіональних або унікальних подій може сприяти загальному розвитку цього напрямку.

Перед початком повномасштабного вторгнення Російської Федерації, Україна святкувала кілька видатних подій, серед яких особливо виділялися фестивалі, такі як Одеська Гуморина та Atlas Weekend. За популярністю ці два заходи стоять вище за усі інші, але вони мають різні особливості. Atlas Weekend у Києві має більший міжнародний розмах, тоді як Одеська Гуморина залишається більш локальною подією [25, с. 48].

Оцінка користі від таких подій є ключовою для регіональних влад, які прагнуть розвивати подієвий туризм. Протягом останніх двох десятиліть проводяться дослідження, спрямовані на визначення економічного впливу таких заходів. Ці дослідження розглядають різні аспекти, включаючи аналіз переваг та недоліків. Вони також враховують вплив подій на імідж місцевості та розвиток туризму, проводячи соціальні опитування на цю тему.

Важливою рушійною силою для розвитку регіонів є організація та підтримка подій, що приваблюють туристів. Це може стимулювати розвиток інфраструктури та залучення інвестицій. Ці заходи можуть значно підвищити

привабливість місцевості для туристів та інвесторів, сприяючи подальшому росту туристичного сектору.

Успіх подієвого туризму залежить від стратегічного планування. Організація таких подій вимагає співпраці багатьох учасників та уваги до деталей. Кількість людей, задіяних у цьому процесі, залежить від рівня розвитку туризму у кожному конкретному регіоні.

Важливою місією для регіональних влад є створення привабливих івентів, що відповідають культурі та потребам місцевих громад. Правильне управління такими заходами може забезпечити не лише внутрішній розвиток, але і привертання туристів з-за кордону, що сприятиме зростанню економіки.

Отже, сучасний подієвий туризм вже не лише перспективний сегмент світового туристичного ринку, але й потужний інструмент популяризації території. Розуміючи вагу заходів у формуванні іміджу регіонів, важливо зосередити зусилля експертів у сфері суспільних комунікацій та регіонального самоврядування на підвищенні ефективності просування позитивного іміджу російських регіонів на внутрішньому та зовнішньому ринках. В результаті такої взаємодії можуть з'явитися нові туристичні об'єкти, що сприятимуть розвитку регіону і приносятимуть швидкі та позитивні економічні ефекти. Світовий досвід показує, що оптимальний шлях розвитку подієвого туризму визначається створенням локальних маркетингових організацій, спрямованих на формування іміджу конкретної території та збільшення потоку туристів. В Україні наразі не існує таких спеціалізованих центрів, проте їх створення може відкрити шлях до розвитку регіону шляхом вдосконалення існуючих локальних заходів, формування спеціалізації окремих територій та розширення асортименту атракцій [20, с. 36].

3.2. Стратегія формування івент-менеджменту на прикладі фестивалю

Івент-менеджмент в сучасному світі відіграє ключову роль у створенні та успішному проведенні подій різного масштабу та характеру. Від конференцій та виставок до фестивалів і концертів, він стає важливим інструментом для впливу на аудиторію та досягнення поставлених цілей. Фестивалі, зокрема, є особливо цікавими об'єктами для вивчення, оскільки вони поєднують у собі розваги, культурні події, мистецтво та інновації.

Першим кроком у створенні стратегії івент-менеджменту для фестивалю є чітке визначення його концепції та місії. Важливо розуміти, яку цільову аудиторію ми спрямовуємося на приваблення, які цінності ми пропагуємо через цей фестиваль та які результати ми хочемо досягти. Наприклад, фестиваль мистецтва може міцно пропагувати культурну різноманітність та творчий розвиток у місцевій спільноті. Така чітка місія допомагає у формуванні всієї подальшої стратегії.

Другим етапом є аналіз цільової аудиторії. Що цікавить людей, які ми хочемо привабити на наш фестиваль? Чи це молодь, цікава новими технологіями і трендами, або це любителі мистецтва і культури, що шукають нові враження? Розуміння потреб та інтересів аудиторії дозволяє нам налаштувати програму фестивалю так, щоб вона була максимально привабливою для наших гостей.

Після цього необхідно розробити стратегію маркетингу та просування фестивалю. Вона повинна включати в себе рекламні кампанії в різних медіа (інтернет, телебачення, радіо, преса), використання соціальних мереж, партнерство з місцевими бізнесами та спонсорами, а також проведення прес-конференцій та інтерв'ю з учасниками. Важливо створити належну піар-стратегію, щоб фестиваль став центром уваги для нашої цільової аудиторії.

Наступним етапом є вибір локації та інфраструктури для фестивалю. Локація повинна відповідати концепції фестивалю та забезпечувати зручний доступ для гостей. Крім того, необхідно забезпечити достатню кількість сцен,

зон відпочинку, туалетів, їжі та напоїв, а також зон для додаткових розваг та розваг для дітей. Якщо фестиваль має міжнародний масштаб, важливо також дбати про зручність і безпеку іноземних гостей [46, с. 48].

Далі йде формування програми фестивалю. Вона повинна бути різноманітною та цікавою для різних груп аудиторії. Для цього можна запропонувати концерти різних музичних жанрів, майстер-класи від відомих митців, театральні вистави, виступи циркових артистів, виставки мистецтва, кінопокази та інші події. Важливо також врахувати локальні особливості та традиції для залучення аудиторії.

Особливу увагу слід приділити питанням безпеки та ліцензування. Необхідно отримати всі необхідні дозволи та ліцензії для проведення фестивалю, а також забезпечити безпеку гостей та учасників подій. Для цього може знадобитися співпраця з місцевими владними органами, поліцією та службами екстреної допомоги.

Не менш важливим етапом є підготовка та навчання персоналу. Всі співробітники фестивалю повинні бути добре підготовлені та знати свої обов'язки. Це стосується як охорони та медичного персоналу, так і адміністративного та волонтерського складу. Важливо провести навчання з питань безпеки, комунікації з гостями та роботи в екстрених ситуаціях.

Після завершення фестивалю необхідно провести аналіз його результатів та зробити відповідні висновки. Важливо оцінити успішність стратегії івент-менеджменту, визначити сильні та слабкі сторони фестивалю, а також зробити висновки для майбутніх подій. Це дозволить постійно вдосконалювати процес проведення фестивалів та забезпечити їх успішність у майбутньому [9, с. 36].

У підсумку, стратегія формування івент-менеджменту на прикладі фестивалю є складним та багатограним процесом, який вимагає ретельного планування, організації та виконання. Вона включає в себе такі етапи, як визначення концепції та місії, аналіз цільової аудиторії, розробка маркетингової стратегії, вибір локації та програми фестивалю, забезпечення

безпеки та ліцензування, навчання персоналу та аналіз результатів. Лише за умови належної уваги до всіх цих аспектів можна досягти успішного та ефективного проведення фестивалю, який залишить незабутні враження у всіх його учасників.

Світовий досвід підкреслює, що успішне створення або покращення івент-ресурсів у сфері подієвого туризму часто залежить від ефективної маркетингової кампанії, піару та грамотної популяризації подій. Науковці з Канади зауважують, що більшість маркетингових стратегій зосереджені на розвитку подійного туризму, що сприяє регулюванню потоку туристів протягом року та робить туристичний рух у певних регіонах стійким протягом усього сезону. Зокрема, це надає можливість оновлення та підтримки існуючих атракцій та створення нових, що є ключовим для збереження та залучення уваги туристів.

Не менш важливим є визначення актуальності нових атракцій для конкретного регіону та аналіз їхньої майбутньої популярності, а також оцінка попиту на надані послуги чи продукти. Компанії, що виступають у ролі місцевих маркетингових організацій, визначають ціни на свою продукцію, спираючись на рівень інвестицій та очікувані результати. Тому перед плануванням будь-яких заходів важливо врахувати очікувані вигоди від майбутніх подій для місцевості та оцінити їхню потенціальну цінність.

Оцінка цінності івентів передбачає розгляд різних аспектів, таких як потенціал розвитку, цільова аудиторія, якість послуг, вплив на імідж регіону, економічні та екологічні аспекти, а також підтримка громади. Тільки після уважного аналізу цих факторів можна визначити тематику та концепцію заходу [33, с. 114].

Подієвий туризм є одним з ефективних інструментів для підвищення туристичної привабливості регіону або країни як всередині країни, так і за її межами. Досягнення успіху у цій галузі вимагає серйозного та детального планування подій, де кожна дія від організації до проведення має бути

узгодженою та спрямованою на досягнення загальних цілей розвитку продукту та регіону.

3.3.Вдосконалення сфери подієвого туризму України в процесі післявоєнної розбудови

Військові дії на території України породжують певні спроби прогнозування подальшого розвитку туристичного сектора. Хоча деякі можуть переконатися, що це відлякує іноземних відвідувачів, історія свідчить про те, що після конфліктів країни можуть швидко відновлюватися та знову стати привабливими для туристів. Досвід Ізраїлю, Чорногорії, Румунії, Грузії та інших країн підтверджує це, показуючи здатність країн пережити війну та відновити туристичний сектор.

У порівнянні з іншими країнами, Україна має свої переваги, такі як морське узбережжя та потенціал для новаторських туристичних маршрутів, що ще не вивчені світовою аудиторією. ЗМІ роблять оптимістичні прогнози стосовно відновлення туризму в Україні після припинення воєнних дій. Проте війна суттєво пошкодила інфраструктуру та історичні пам'ятки, що є великим перешкоджанням для туристичної привабливості.

Відновлення туристичного сектора потребує системного підходу. Спочатку потрібно відновлювати регіони, які зазнали найменші збитки від конфлікту, щоб створити основу для прийому туристів. Інвестиції повинні направлятися у відновлення інфраструктури та безпеки від Заходу до Півдня та Сходу країни. Після відновлення базових умов прийому туристів, інвестиції можна розширити на інші регіони.

Щодо відродження туризму у звільнених містах, важливо підійти до цього питання з урахуванням меморіального аспекту. Державні органи, такі як Інститут національної пам'яті та Державне агентство розвитку туризму, мають активно взяти участь у розробці та впровадженні проектів. Туристичні маршрути повинні бути сконструйовані з урахуванням того, що деякі місця є місцями трагедій, та уникати розміщення атракцій, які можуть виглядати неетичними [18, с. 64].

У зв'язку з продовженням активних воєнних дій на території України, занепадом населених пунктів, похованням загиблих та створенням братських

могил, розвиток туризму на місцях історичних подій набуде особливого значення для таких видів туризму, як військовий, темний, військово-історичний та екстремальний.

Для реалізації цього потенціалу важливо створити національні туристичні офіси України у розвинених країнах, щоб уникнути монополізації певних сфер туризму, наприклад, військового.

Наприклад, Словаччина, яка відома своїми замками та гірськолижними курортами, стала моноіміджем, який ускладнює привертання туристів до інших центрально-європейських великих міст. У цьому контексті подієвий туризм може стати важливим інструментом формування нового іміджу України, привертаючи увагу до історичних подій та культурних особливостей країни.

Проте, потрібно уникати сприйняття подієвого туризму лише як яскравих свят або фестивалів. Створення такого образу навіть після перемоги України може бути складним, особливо у занепокоєних воєнними діями регіонах. Можливо, ця ідея буде реалізована у більш великих містах, таких як Донецьк, Луганськ та Крим, якщо вони повернуться до стабільного стану.

Розмірковування щодо подальшого розвитку туризму в умовах післявоєнної ситуації розділені на кілька підходів, які варто врахувати в процесі вироблення стратегій і політики у сфері туризму [46, с. 57].

Перший підхід, який ми називаємо "Рефлексійним", визначається врахуванням основних аспектів втрат, що зазнали військові і суспільство, а також морального стану суспільства після війни. Цей підхід передбачає абсолютну фільтрацію реклами, обмеження проведення різноманітних заходів і зміни соціальних норм. Основним напрямком розвитку туризму у цьому випадку буде створення меморіальних та військово-музейних об'єктів.

Другий підхід, який ми називаємо "Реабілітаційним", враховує бажання полеглих воїнів та мирного населення зберегти соціальну стабільність та нормальний розвиток життя. В рамках цього підходу проведення свят, концертів та інших заходів, які не пов'язані з війною, не засуджується, навіть

у тих містах, де війна залишила численні жертви. Проте цей підхід визнає, що перехідний період може тривати десятиліття. Це може призвести до відсутності розвитку темного/післявоєнного туризму на місцевому рівні, щоб повернутися до стану туризму до воєнного конфлікту або навіть до кращого.

Третій підхід, "Помірний", шукає золоту середину між першими двома позиціями. Він визнає необхідність акценту на військовий та меморіальний туризм, а також на проведенні святкових та радісних заходів. Проте, враховуючи оптимальність з точки зору моралі, гармонізація цих елементів може бути складною, особливо в невеликих місцевостях. Наприклад, проведення рок-концерту в один день у Домі Культури, а наступного дня влаштування дня пам'яті полеглих місцевих захисників може викликати негативну реакцію суспільства. Також це стосується розташування будівель, що викликають асоціації з минулим конфліктом.

Політика Володимира Зеленського вказує на те, що післявоєнний розвиток міжнародного подієвого туризму буде орієнтуватися на міжнародні конференції, засідання та збори, які стануть ключовими векторами. Агресія Росії суттєво вплинула на світову спільноту, переосмислення підходів до військових конфліктів та розуміння нашого наближення до подій Другої Світової війни. Відтак, в Україні може сформуватися місто, аналогічне Женеві, яке стане центром міжнародних комунікацій та забезпечить безпеку. Це має неабияке значення для утвердження перемоги України в історії сучасного світу [13, с. 84].

Більшість культурних та гастрономічних фестивалів можуть організовуватися в частинах центральної та західної України, що менше постраждали від війни. Ця тенденція може тривати найменше десятки років. Київ залишиться центром подієвого туризму, а маркетингові стратегії мають зацікавити не лише місцевих, а й гостей зі східних регіонів.

Військові дії вимагають оновлення навчальних програм, зокрема у сфері туризму. Важливо додати теми, пов'язані з війною та післявоєнним відновленням у програми профільних ВНЗ. Також необхідно включати

предмети, які досліджують теми відновлення української державності та культури через туризм. Значний вплив на методи та принципи навчання має введення дистанційної форми навчання, що вимагає від викладачів не лише забезпечувати матеріали, а й мотивувати та організовувати процес навчання.

У період воєнних дій, коли ситуація непередбачувана та повна постійних загроз, особливо важливо враховувати ці принципи не лише відразу під час конфлікту, а й у подальшому педагогічному процесі. Треба активно розвивати та впроваджувати нові педагогічні підходи, такі як проблемне навчання, дискусійний метод та метод проєктів, які успішно працюють у сучасних умовах освіти, включаючи дистанційну форму, і є ефективними для навчання студентів. Наприклад, у предметах "Організація туристичної діяльності" та "Туроперейтинг" студенти можуть розробляти проєкти туристичних фірм та пакети турів на реальних прикладах, звертаючи увагу на внутрішні тури в Україні та нові форми туризму, включаючи подієвий.

У дискусійному методі навчання викладач може вносити проблемні питання, щоб студенти могли готуватися до обговорення. У методі взаємонавчання студенти самі визначають проблеми та надають відповіді, де викладач виступає як експерт, оцінюючи як питання, так і відповіді. Ігровий підхід у навчанні стає все більш популярним, хоча його реалізація під час дистанційного навчання може бути викликом. Однак ігрові елементи можуть бути успішно використані в онлайн-курсах [19, с. 42].

Портфоліо як технологія навчання допомагає виміряти навчальні досягнення студентів, спрямовуючи увагу на позитивні результати та підвищуючи їхню мотивацію. Це сприяє розвитку комунікативної, дослідницької та міжкультурної компетентності студентів.

Військові події впливають на зміст навчальних програм у галузі туризму. Тому важливо включати теми, пов'язані з туризмом у воєнний та післявоєнний періоди до навчальних планів профільних закладів вищої освіти. Під час відновлення після війни, окрім традиційних форм туризму,

з'являться нові види, такі як медичний, інклюзивний та "темний" туризм. Також будуть активно розвиватися волонтерський туризм, етичний туризм та нові інноваційні форми, зумовлені війною. Ці види туризму можуть бути інтегровані в подієвий формат, наприклад, масові волонтерські заходи для відновлення територій або медичні фестивалі з майстер-класами та навчанням першої медичної допомоги.

Включення теми туризму в навчальні програми для підготовки фахівців може стати ключовим елементом у процесі реабілітації та відновлення активного життя людей, які постраждали від стресових ситуацій, таких як військові дії або перебування на окупованій території. Застосування сучасних педагогічних методик, зокрема методу проєктів, дискусійного підходу та дистанційного навчання, може сприяти формуванню комплексу не лише технічних, а й міжособистісних навичок, необхідних для успішної кар'єри у сфері туризму.

Отже, такий підхід до навчання дозволить виховати нове покоління кваліфікованих спеціалістів, які здатні ефективно працювати з туристичним потенціалом України та сприяти її економічному відродженню. Туризм може впливати мультиплікативно на більше ніж 30 секторів економіки, створюючи нові робочі місця та сприяючи розвитку регіонів. Крім того, успішний розвиток туристичної галузі може позитивно вплинути на імідж країни на міжнародному ринку. Тому важливо надати належну увагу підготовці кваліфікованих кадрів для розвитку туристичного сектора, щоб забезпечити його стабільний та ефективний розвиток [36, с. 64].

ВИСНОВКИ

Розвиток подієвого туризму в Україні став актуальною темою останніх десятиліть. Залучення туристів через проведення різноманітних заходів, фестивалів, концертів та спортивних змагань стало не лише способом популяризації культури та традицій України, але й ефективним інструментом економічного зростання. У цьому висновку розглянемо ключові аспекти розвитку подієвого туризму в Україні, а також його переваги та виклики.

1. По-перше, слід відзначити, що Україна має великий потенціал для розвитку подієвого туризму через свій різноманітний культурний, історичний та природний спадок. Фестивалі та заходи, присвячені традиціям, мистецтву, кулінарії та іншим аспектам національної культури, залучають увагу як власного населення, так і іноземних відвідувачів. Наприклад, щорічно фестивалі ярмарок в різних містах України привертають тисячі туристів, бажаючих на власні очі побачити українські ремесла, культурні та народні традиції.

2. По-друге, подієвий туризм сприяє розвитку місцевої економіки. Організація подій створює нові робочі місця, підтримує розвиток малого та середнього бізнесу у галузі гостинності, ресторанного бізнесу, розваг та інших супутніх сфер. Крім того, збільшення потоку туристів стимулює попит на різноманітні товари та послуги, що сприяє зростанню прибутків і підвищенню соціально-економічного рівня регіонів.

3. По-третє, подієвий туризм сприяє підвищенню міжнародного образу країни. Проведення масштабних подій, таких як міжнародні фестивалі, конференції та спортивні змагання, робить Україну привабливішою для іноземних туристів, інвесторів та партнерів. Великі події надають можливість продемонструвати потенціал країни та сприяють залученню уваги світової спільноти.

4. Проте разом із перевагами, подієвий туризм також стикається з рядом викликів. Одним із найбільших є необхідність відповідного інфраструктурного та сервісного забезпечення. Щоб успішно провести

масштабні події, потрібна відповідна транспортна, готельна, розважальна та інша інфраструктура. Брак такої інфраструктури може обмежувати можливості розвитку подієвого туризму в окремих регіонах України. Крім того, необхідно забезпечити високий рівень організації та безпеки на подіях, особливо якщо йдеться про масові міжнародні заходи. Це вимагає великих фінансових витрат та координації з боку владних та місцевих органів влади.

Узагальнюючи, розвиток подієвого туризму в Україні є перспективним напрямком для підвищення туристичного потенціалу країни, стимулювання економічного зростання та покращення міжнародного образу. Щоб максимізувати переваги подієвого туризму, необхідно активно розвивати інфраструктуру, підвищувати якість організації заходів та забезпечувати високий рівень безпеки для туристів. При правильному підході, подієвий туризм може стати важливим джерелом доходу та розвитку для різних регіонів України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамов В.В. Історія туризму: Харків: Харківська національна академія міського господарства, 2010. 294 с.
2. Азарова О. М. Роль подієвого туризму в розвитку рекреаційно-туристичного потенціалу регіону: Вісник економічної науки України, 2015. № 1. С. 113.
3. Бабенко О. В. Маркетингові комунікації в управлінні подієвим туризмом: Науковий вісник Херсонського державного університету. 2016. № 1. С. 18.
4. Бондаренко О. В. Розвиток подієвого туризму в Україні: Вісник Хмельницького національного університету. 2014. № 5. С. 118.
5. Васьківська О. В. Інноваційні аспекти розвитку подієвого туризму в Україні: Науковий вісник Національного університету Львівська політехніка. 2016. № 807. С. 254.
6. Войтко Л. В. Стратегічні напрями розвитку подієвого туризму в Україні: Економіка та суспільство. 2015. № 11. С. 66.
7. Вплив фестивалів на економіку регіону: Економіка та суспільство. - № 4. 2013. С. 90.
8. Вплив фестивального руху на розвиток туризму в Україні: Вісник Національного університету Львівська політехніка. 2019. № 864. С. 125.
9. Гнатюк О. В. Класифікація подій та їх вплив на розвиток подієвого туризму: Вісник економічної науки України. 2014. № 3. С. 108.
10. Гончарук О. І. Управління подієвим туризмом як фактор розвитку регіонів: Науковий вісник Херсонського державного університету. 2015. № 5. С. 18.
11. Гуменюк О. М. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні: Вісник Хмельницького національного університету. 2013. № 6. С. 146.
12. Загородня М.М. Економіка подійного туризму: Київ: Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2015. 240 с.
13. Коник О.М. Економічні аспекти фестивального руху в Україні: Науковий вісник Херсонського державного університету. 2018. № 4. С. 57.
14. Євдокименко В. В. Менеджмент подій: Київ: Альтерпрес, 2007. 336 с.
15. Загородня Л. М. Розвиток подієвого туризму як фактор стимулювання інвестиційної діяльності в регіоні: Науковий вісник Національного університету Львівська політехніка. 2015. № 785. С. 280.

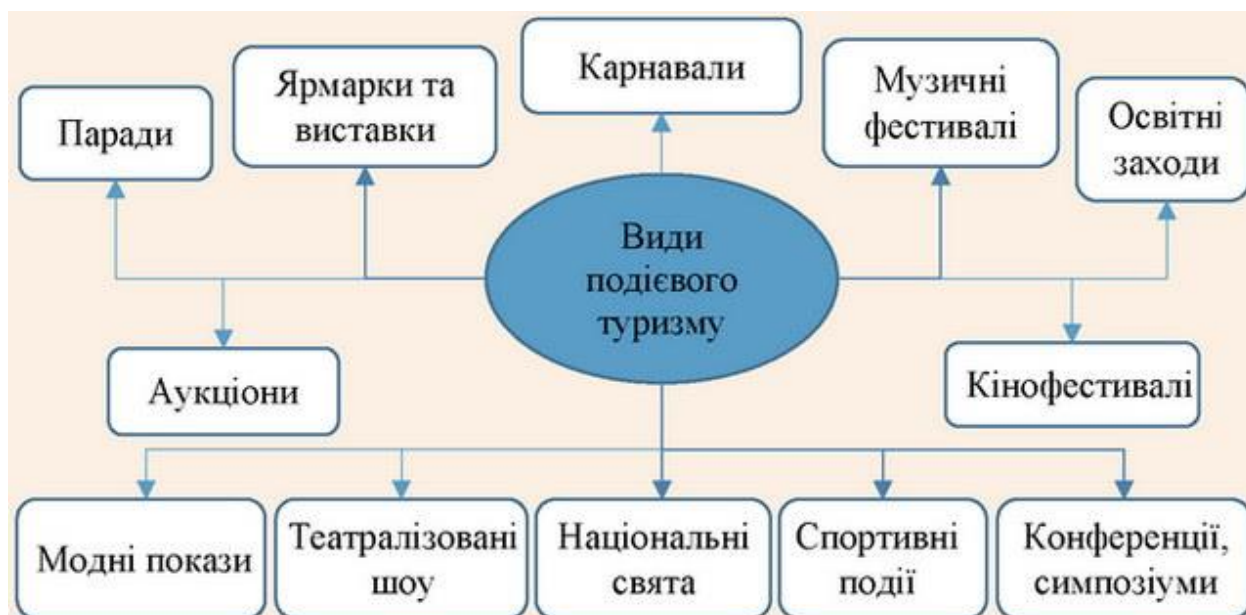
16. Бейдик О. В. Івент-менеджмент: теорія та практика: Київ: Альтерпрес, 2014. 448 с.
17. Квартальнов В. А. Туристичний менеджмент: Київ : Літера ЛТД, 2011. 472 с.
18. Кифяк В. В. Теоретико-методологічні засади розвитку подієвого туризму в Україні: Економіка та суспільство. 2014. № 4. С. 90.
19. Кісіль О. В. Правове регулювання подієвого туризму в Україні: Науковий вісник Херсонського державного університету. 2017. № 4. С. 25.
20. Матвєєв В.В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України: Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. — Херсон, 2015. № 10, Ч. 4. — С. 31.
21. Мних Т.І. Менеджмент подій: Київ: Центр учбової літератури, 2011. 288 с.
22. Коник О.М. Молодіжні фестивалі як форма соціокультурної комунікації. 2016. № 4. С. 20.
23. Герасименко О. О. Організація та проведення фестивалів: Київ: Академія, 2014. 320 с.
24. Федорченко А.В. Організація та проведення фестивалів та інших культурномистецьких заходів: Київ: Київський нац. унт ім. Тараса Шевченка, 2009. 240 с.
25. Герасименко І. М. Правове забезпечення організації та проведення фестивалів: Право України. № 12. 2010. С. 130.
26. Євдокименко О.О. Психологічні аспекти фестивального туризму: Вісник Хмельницького національного університету. № 4. 2009. С. 100.
27. Герасименко І.М. Роль фестивалів у розвитку туризму: теорія та практика. № 2. 2014. С. 50.
28. Войтенко Н.М. Соціальнокультурні аспекти фестивального туризму: Сучасні проблеми туризму. № 1. 2012. С. 70.
29. Шевченко О.В. Соціокультурні функції фестивального руху в Україні: Вісник Національної академії наук України. 2014. № 4. С. 68.
30. Квартальнов В.А. Створення та організація подій: від ідеї до втілення: Київ: Літера ЛТД, 2012. 368 с.
31. Субботін О. О. Тенденції розвитку фестивального руху в Україні: Вісник Національної академії наук України. 2015. № 4. С. 51.
32. Шевченко О.В. Сучасний фестивальний рух України: соціокультурний аспект: Київ: Інститут соціології НАН України, 2014. 240 с.

33. Кириченко О.В. Сучасний фестивальний рух: особливості та перспективи розвитку: *Культура і сучасність*. 2016. № 1. С. 119.
34. Губарева О.М. Тенденції розвитку фестивального руху в Україні: *КНУКіМ*. 2012. № 2. С. 108.
35. Субботін О.О. Тенденції розвитку фестивального руху в Україні: *Вісник Національної академії наук України*. 2015. № 4. С. 51.
36. Кифяк В.Ф. Трансформація фестивального руху України в умовах війни: *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Серія: Соціологія. 2022. № 2. С. 50.
37. Бондаренко О.В. Туристичний менеджмент подій: теорія та практика: Київ: Київський нац. унт ім. Тараса Шевченка, 2014. 304 с.
38. Кифяк В.Ф. Управління подіями: теорія та практика: Київ: Літера ЛТД, 2016. 416 с.
39. Федорченко В. К. Управління подієвим туризмом: Київ : Київський нац. унт ім. Тараса Шевченка, 2012. 304 с.
40. Каганова Н.М. Фестивалі та культурний туризм: Київ: Альтерпрес, 2014. 240 с.
41. Кифяк В.Ф. Фестивалі та культурний туризм: український та світовий досвід: Київ: Знання, 2013. 264 с.
42. Євдокименко О.О. Фестивалі як фактор розвитку культурного туризму: *Вісник Хмельницького національного університету*. № 5. 2014. С. 110.
43. Каганова Н.М. Фестивалі як фактор розвитку культурного туризму: *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. № 4. С. 58.
44. Кіф Ф.М. Фестивалі: маркетинг і менеджмент: Київ: Академперіодика, 2012. 368 с.
45. Губарева О.М. Фестивальний рух в Україні: історія, теорія, практика: Київ: КНУКіМ, 2012. 320 с.
46. Коник О.М. Фестивальний рух в Україні: історія, теорія, практика: Київ: Центр учбової літератури, 2012. 304 с.
47. Коник О.М. Фестивальний рух України в умовах пандемії COVID19: *Соціальна психологія*. 2021. № 4. С. 311.
48. Шевченко О.В. Фестивальний рух України: гендерний аспект: *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Серія: Соціологія. 2015. № 2. С. 83.
49. Коник О.М. Фестивальний рух України: стан та перспективи розвитку: *Культурологічні студії: науковий журнал*. 2012. № 47. С. 53.

50. Шевченко О.В. Фестивальний рух як інструмент культурної дипломатії України: Культурологічні студії: науковий журнал. 2020. № 1. С. 78.

ДОДАТКИ

Додаток А



«Atlas Weekend 2024»








12.07-14.07 **BLOCKBUSTER MALL**
ПР. СТЕПАНА БАНДЕРИ, 36

БУМБОКС • АРТЕМ ПИВОВАРОВ
 БЕЗ ОБМЕЖЕНЬ • VERKA SERDUCHKA
 ЖАДАН І СОБАКИ
 КУРГАН & AGREGAT • ДРУГА РІКА
 DANTES • LATEXFAUNA
 ХЕЙТСПІЧ • ХРИСТИНА СОЛОВІЙ • КРИХІТКА
 ДІТИ ІНЖЕНЕРІВ • MELOVIN • ТНЕКОМАКОМА
 BEISSOUL & EINIUS • НИЦО ПОТВОРНО
 RENIE CARES • ТУЧА • SASHA BOOLE • ДК ЕНЕРГЕТИК
 DISAPPEARED COMPLETELY • DAKHTRIO • HEAVENPHETAMINE
 HLIBOROV • ОБІЙМИ ДОЩУ • КОМА

ПІДПІЛЬНИЙ СТЕНДАП:
 БАЙДАК • ЗУХВАЛА • СВЯТ • ЧИРКОВ • НЕМОНЕЖИНА • КОРОТКОВ • ДЖЕЙХУН
 НЕРІВНИЙ • ТРАНДАФІЛОВ • ЧУБАХА • СЕНІН • КОЧЕГУРА
 СТЕПАНІСЬКО • ЖИПЕЦЬКИЙ • ПЕТРОВ • СТЕНЮК • КАЧУРА • ФЕДОРКОВА




ТА БАГАТО ІНШИХ





ЗБИРАЄМО 100 000 000
 НА ПРИДБАННЯ НАЗЕМНИХ ТА ПОВІТРЯНИХ ДРОНІВ ДЛЯ **ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ**

КУПУЙ КВИТКИ В **monobank** 



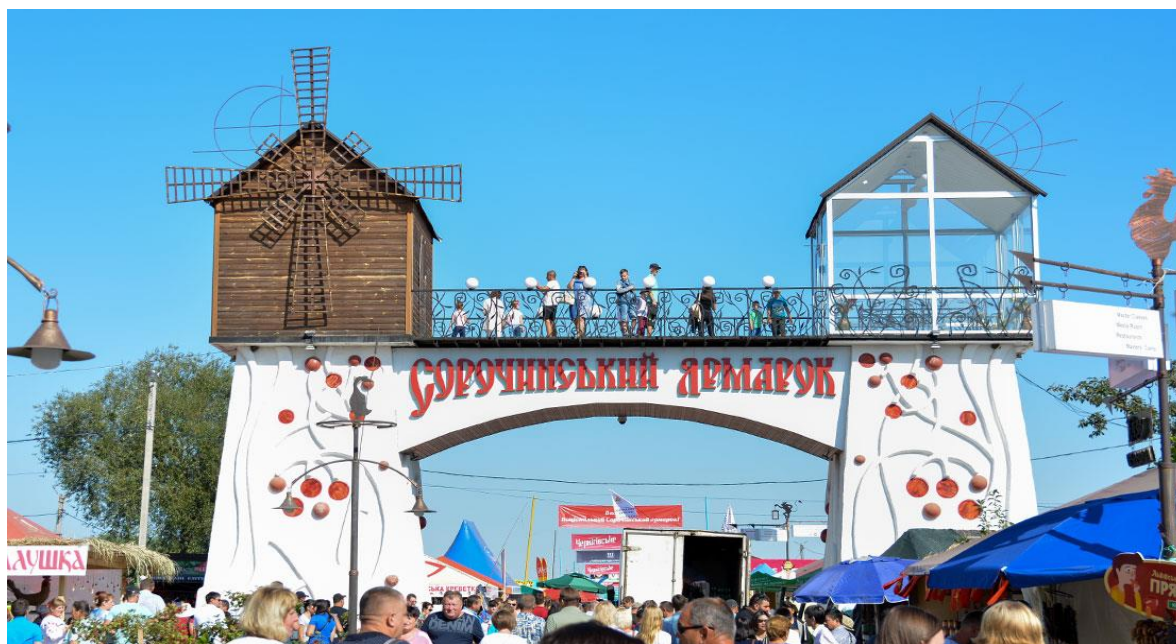
Квитки на Atlas United 2024 в monobank

12-14 липня 2024
 Київ, Blockbuster Mall
 1 000 - 3 000 ₴

Придбати



«Сорочинський ярмарок»



Comic Con Ukraine

