

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут ресторанно-готельного бізнесу та туризму
Кафедра туризму та країнознавства

ДОПУСКАЮ ДО ЗАХИСТУ

Гарант освітньої програми

д.е.н., професор

_____ Горіна Г.О.

« ____ » _____ 2023 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття ступеня вищої освіти «Бакалавр»
зі спеціальності 242 «Туризм»
за освітньою програмою «Туризм»

на тему: **«СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО
ТУРИЗМУ В ДНІПРОПЕТРОВСЬКІЙ ОБЛАСТІ»**

Виконав здобувач вищої освіти	Студентка 4 курсу групи зТУР-19 Сливка Уляна Олегівна	_____ (підпис)
Керівник:	к.пед.н., доцент Богатирьова Г.А.	_____ (підпис)

Засвідчую, що у кваліфікаційній
роботі немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних
посилань
Здобувач вищої освіти _____

Кривий Ріг 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут ресторанно-готельного бізнесу та туризму
Кафедра туризму та країнознавства
Форма здобуття вищої освіти заочна
Ступінь «Бакалавр»
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Освітня програма «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Гарант освітньої програми

д.е.н., професор

_____ Горіна Г.О.

« ____ » _____ 2023 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Сливки Уляни Олегівни

1. Тема роботи «Стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Дніпропетровській області»

Керівник роботи к.пед.н., доцент Богатирьова Г.А.

Затверджені наказом ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського
від 28.11.2022 № 391-с

2. Строк подання студентом роботи: «29» травня 2023 року

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі і нормативно-правові акти України, інформація Державного комітету статистики України, Всесвітньої туристичної організації, Всесвітньої ради з туризму та подорожей, звіти і аналітичні публікації міжнародних організацій, вітчизняні і зарубіжні періодичні видання, наукова література, інформаційні ресурси мережі Інтернет, результати власних спостережень та досліджень.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): обґрунтування теоретичних аспектів розвитку подієвого туризму в Україні; розкриття ролі та особливості розвитку різних видів подієвого туризму в Дніпропетровській області; аналіз перспективи

розвитку подієвого туризму в Дніпропетровській області та окреслити шляхи його удосконалення.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) графіки, таблиці, схеми, рисунки.

6. Дата видачі завдання «02» лютого 2023 року

7. Календарний план

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір напрямку дослідження, аналіз бази та літературних джерел, визначення об'єкту, предмету та завдань дослідження. Формулювання, обґрунтування та затвердження теми роботи	27.02.2023	
2	Підготовка основної частини роботи	12.03.2023	
3	Підготовка висновків та рекомендацій роботи	24.04.2023	
4	Підготовка вступу роботи.	10.05.2023	
5	Аналіз та інтерпретація отриманих результатів, оформлення роботи	15.05.2023	
6	Представлення роботи на кафедру для рецензування	26.05.2023	
7	Оформлення презентаційних матеріалів, проходження нормоконтролю	01.06.2023	
8	Захист дипломної роботи	08.06.2023	

Здобувач в.о. _____

(підпис)

ініціали)

Сливка У.О.

(прізвище та

Керівник роботи _____

Богатирьова Г.А.

РЕФЕРАТ

Загальна кількість в роботі:

Сторінок: 56, рисунків: 14, таблиць: 5, використаних джерел: 57, додатків: 7.

Мета кваліфікаційної роботи: поглиблення теоретичних аспектів розвитку подієвого туризму в Україні, аналіз його регіональних особливостей функціонування на прикладі Дніпропетровської області, визначення перспективних напрямів розвитку подієвого туризму, розробка практичних рекомендацій щодо активізації розвитку подієвого туризму в Дніпропетровській області.

Об'єкт дослідження: туристична діяльність.

Предмет дослідження: стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Дніпропетровській області.

Завданнями роботи визначені: дослідження теоретико-методичних аспектів становлення і розвитку подієвого туризму в Україні; аналіз регіональних особливостей розвитку подієвого туризму в Дніпропетровській області; окреслення шляхів поліпшення розвитку подієвого туризму в Україні та розробка практичних рекомендацій щодо його активізації.

Методи / методика, використані у кваліфікаційній роботі: системно-структурний метод – для узагальнення та класифікації основних понять подієвого туризму; абстрактно-логічний – при визначенні основних проблем функціонування подієвого туризму в Дніпропетровській області; метод моделювання – при розробці концептуальних засад розвитку туристичних ресурсів подієвого туризму в Україні.

Основні результати дослідження: За результатами проведеної роботи було досліджено теоретико-методичні аспекти становлення і розвитку подієвого туризму в Україні; проаналізовано регіональні особливості розвитку видів подієвого туризму в Дніпропетровській області, розроблено практичні рекомендації щодо активізації розвитку подієвого туризму в Україні та Дніпропетровській області.

Ключові слова: ТУРИЗМ, ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ, ВИДИ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.

ЗМІСТ

ОСНОВНА ЧАСТИНА	
ВСТУП.....	6
1.Теоретико-методичні засади розвитку подієвого туризму в Україні.....	8
2. Регіональні особливості розвитку подієвого туризму в Дніпропетровській області.....	22
3. Шляхи активізації розвитку подієвого туризму в Україні та Дніпропетровській області.....	33
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	37
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44
ДОДАТКИ.....	48

ВСТУП

Актуальність теми. На сьогодні туристи потребують не лише традиційних подорожей, які поєднує відпочинок та оздоровлення, а також подорожей з метою участі або спостереження певної події. Подієвий туризм сьогодні (за оцінкою Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), визнається одним з найбільш перспективних видів туризму у світі. Серед інших видів туризму подієвий туризм відрізняється насиченістю програми турів, видовищністю, яскравістю та атмосферою, невичерпністю його ресурсів. Цей вид туризму є одним із найдинамічніших видів туризму, тому що кількість туристів, які беруть участь у спортивних змаганнях, міжнародних фестивалях, аукціонах, показах мод з кожним роком зростає.

Важливою ознакою подієвого туризму є багатовимірність, оскільки поєднує він поєднує в собі організовану подію, як певний вид товару та туризм як економічну систему.

Проблеми розвитку подієвого туризму досліджуються протягом тривалого часу. Їх вирішенню присвятили свої праці такі вчені, як О. О. Бейдик [4], В. О. Вдовіна [8], К. М. Вовк [10], Н. Є. Паньків [27]; І. В. Писарева [29]; О. М. Радіонова [34]; П. В. Тищенко [39], О. В. Шикіна [47] Г. П. Щука [50] та інші. Незважаючи на значну кількість наукових публікацій з питань розвитку подієвого туризму, значна частина проблем, пов'язаних із формуванням механізму активізації його розвитку потребує подальшого дослідження.

Виходячи з викладеного, **метою роботи** є поглиблення теоретичних аспектів розвитку подієвого туризму в Україні, аналіз його регіональних особливостей функціонування на прикладі Дніпропетровської області, визначення перспективних напрямів розвитку подієвого туризму, розробка практичних рекомендацій щодо активізації розвитку подієвого туризму в Дніпропетровській області.

Для досягнення викладеної мети дослідження в роботі ставляться наступні **завдання**:

1. Дослідити теоретико-методичні аспекти становлення і розвитку подієвого туризму в Україні.
2. Проаналізувати регіональні особливості розвитку подієвого туризму в Дніпропетровській області.
3. Окреслити шляхи поліпшення розвитку подієвого туризму в Україні та Дніпропетровській області.
4. Розробити практичні рекомендації щодо активізації подієвого туризму в Україні та Дніпропетровській області.

Об'єктом дослідження виступає туристична діяльність.

Предмет дослідження: стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Дніпропетровській області.

Основними методами виступають: системно-структурний метод – для узагальнення та класифікації основних понять подієвого туризму; абстрактно-логічний – при визначенні основних проблем функціонування подієвого туризму в Дніпропетровській області; метод моделювання – при розробці концептуальних засад розвитку туристичних ресурсів подієвого туризму в Україні.

Інформаційною базою дослідження стали законодавчі і нормативно-правові акти України, інформація Державного комітету статистики України, Всесвітньої туристичної організації, Всесвітньої ради з туризму та подорожей, звіти і аналітичні публікації міжнародних організацій, вітчизняні і зарубіжні періодичні видання, наукова література, інформаційні ресурси мережі Інтернет, результати власних спостережень та досліджень.

Структура роботи: робота складається із основної частини, вступу, трьох розділів, висновків, переліку використаних джерел та додатків. Робота містить 56 сторінок, 14 рисунків, 5 таблиць, 7 додатків, 57 наукових джерел.

ОСНОВНА ЧАСТИНА

1. Теоретико-методичні засади розвитку подієвого туризму в Україні

Дослідження теоретичних аспектів розвитку подієвого туризму доводить положення про те, що розвиток і функціонування галузі туризму суттєво впливає на економічний розвиток країни та її регіонів, формуючи їх позитивний туристичний імідж. Важливе місце у цьому процесі займає подієвий туризм, який є достатньо новим напрямом туризму як в Україні, так і у світі. Вчені зазначають, що «головною мотивацією споживачів у подієвому туризмі є інтерес до відвідування певної спортивної, розважальної, музичної або іншої події та участь у ній» [19]. Важливим є увага до унікальності подієвих турів, які «поєднують у собі рекреацію, відпочинок та розваги одночасно» [21].

Потрібно констатувати той факт, що попит на подієві тури зростає і постійно підвищується. Як показує аналіз проблеми, кількість відвідувачів event-турів зростає, що викликає необхідність більш глибокого вивчення різних аспектів розвитку подієвого туризму та факторів, які впливають на цей процес. Незаперечним є факт впливу подієвого туризму на рівень економічних відносин в суспільстві, на розвиток внутрішнього туризму та зростання туристичних потоків.



Дані подаються без відомостей про тимчасово окуповані території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

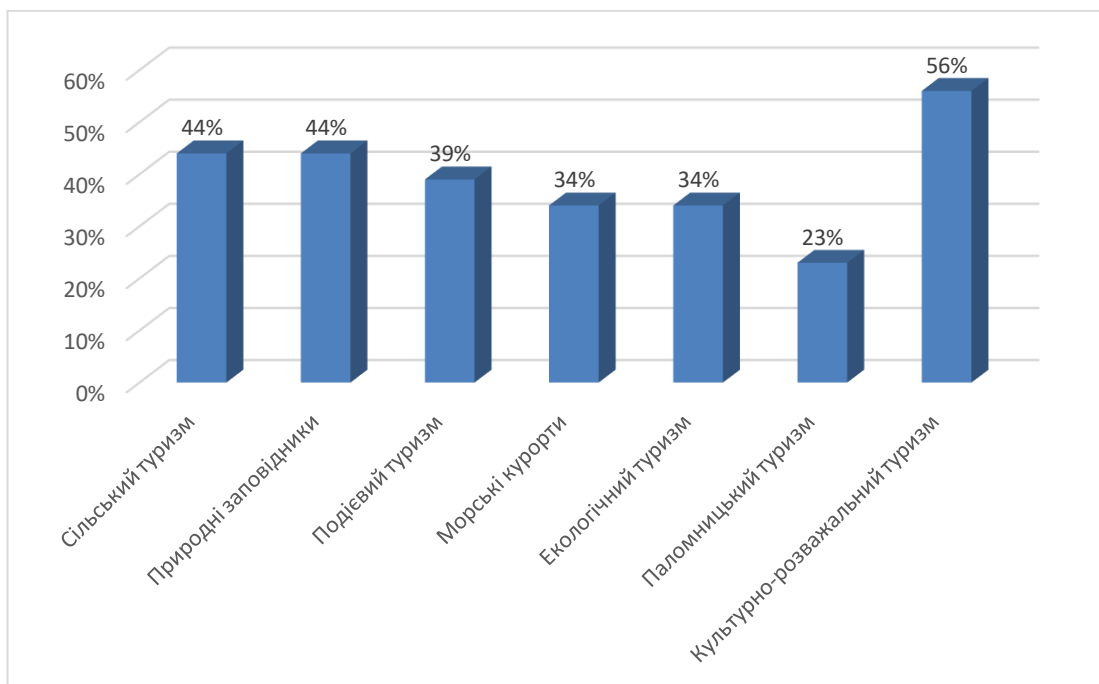
Джерело: складено на основі [26]

Рисунок 1.1 - Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму

Для нас важливою є інформація щодо збільшення кількості споживачів послуг ринку подієвого туризму. Вчені висловлюють думку про те, що кількість туристів, які бажають прийняти участь у подієвих турах може значно перевищити число учасників екскурсійних турів та «скласти більше 35% від загального попиту на різноманітні тури» [14].

Ми визначили, що термін Event (подія, захід) має дуже багато значень, серед яких: «соціально - культурне, технічне, філософське, або ж запланована соціально-суспільна подія / захід, яка відбувається в певний час і з певною метою, і має певний резонанс для суспільства» [30]. До видів івенту (event) вчені відносять різноманітні фестивальні та карнавальні заходи; спортивні змагання, театральні постановки, а також «виставки, ярмарки, торгівельні шоу, презентації, відкриття підприємств, прийоми, заходи, пов'язані з просуванням торгівельної марки і т.д.» [33].

Як бачимо з рис. 1.2 «Перспективні види туризму» подієвий туризм за популярністю має 39% порівняно з іншими видами.



Джерело: розроблено на основі [53; 54]

Рисунок 1.2 – Перспективні види туризму

Як показав аналіз наукової літератури з теми дослідження проблемам розвитку подієвого туризму приділяли увагу ціла низка вітчизняних вчених, зокрема ринок туристичних послуг та стратегії розвитку туристичної галузі досліджували О. В. Бартощук, С. О. Біла, Г. О. Горіна, В. О. Ключковський, В. Ф. Кифяк, Н. В. Козубова, О. О. Любіцева та ін. [2; 5; 18; 19; 20]; термінологічний апарат туризму вивчали М. Г. Бойко, Г. А. Заячківська, О. Б. Моргулець, Н. В. Чорненька та ін. [6; 21; 45].

Достатньо уваги дослідники приділили вивченню особливостей фестивальних видів подієвого туризму, а також особливостей культурно-розважального туризму: О. О. Бейдик, Т. М. Білоцерківська, В. Грицку, Ю. Грицку, В. В. Олійник, А. Пискач, П. В. Тищенко [3; 22; 25; 40].

Як показав аналіз наукових праць вчені визначають подієвий туризм як «вид туризму, що спрямований на відвідини подій, які відбуваються в тому чи іншому регіоні, при цьому основна мета подорожі приурочена певній події, в якій турист прийматиме пасивну (спостерігача) або активну участь» [27]. Зауважимо, що для туристичної діяльності важливим є зв'язок зі значними подіями, рідкісними природними явищами тощо. Вони приваблюють своєю «унікальністю, екзотичністю, неповторністю великі маси співвітчизників і туристів із зарубіжних країн» [29].

Мова йде про важливу особливість подієвого туризму, в якому органічно поєднуються туризм і подія. При цьому подія трактується вченими як певне явище або факт, який несе в собі щось важливе; явище, яке притягує увагу аудиторії з метою «залучення учасників в унікальну атмосферу території» [21]. У даному контексті актуалізується проблема якісного руху туристичного продукту від виробника до споживача на основі високої комунікаційної активності та взаємодії зі споживачами, які властиві саме видам подієвого туризму.

На цій особливості, а саме поєднанні традиційного відпочинку та участі у яскравих подіях, наголошує О. Бейдик [3]. Таку ж думку висловлює Л. Устименко. Вчені пропонують розглядати подієвий туризм як «історико-культурне явище» [44]. Темпи розвитку подієвого туризму доводять, що особливості його розвитку потребують уваги дослідників та експериментальних розробок.

Зокрема, соціальну значущість видів подієвого туризму та їх вплив на туристичну діяльність в цілому досліджував О. О. Бейдик. Він стверджував, що: «Подієві рекреаційно-туристські ресурси – найсуттєвіші прояви соціального та природного руху, знакові події в історії певної території (держава, регіон, місто)...» [2].

Дослідник туристичних ресурсів І. В. Смаль також наголошує на тому, що: «Можна говорити лише про міру впливу подієвих ресурсів на створення туристичної інфраструктури, формування туристичних потоків, яка у нинішньому світі, насамперед, залежить від реклами події та піаракцій навколо неї. Це вказує на те, що «подія», яка використовується у туризмі, величезною мірою залежить від суспільних вподобань, від моди й уяви про престижність заходу. Велике значення має постійність і періодичність проведення заходів» [47].

На думку К. Вовк, дослідження подієвого туризму потребує комплексного підходу і трактує його як «певну складну соціально-економічну систему та події, які виступають емоційним чинником впливу на споживача» [10].

Туризм сьогодні є одним із динамічних напрямів соціально-економічного розвитку більшості країн світу. Україна у світлі євроінтеграційних процесів також активно розвивається у цьому напрямку. Яскраво виражена сьогодні потреба суспільства у змістовному проведенні дозвілля потребує розширення спектру туристичних послуг. Подієвий туризм значно розширив коло туристичних послуг. Науковці наголошують, що даний сектор туризму є постійно зростаючим, що дозволяє йому мати певний вплив на соціальні процеси.

Як бачимо з рис. 1.3 розвиток подієвого туризму дозволяє не лише збільшити кількість туристів, але й зробити їх лояльними споживачами; значно збільшити тривалість перебування в подієвому турі та кількість витрат туристів. В контексті нашої проблеми актуальними є аспекти, пов'язані з регіональними особливостями розвитку подієвого туризму та його впливу на імідж регіону та його економічний розвиток.



Джерело: складено на основі [29]

Рисунок 1.3 – Перспективи розвитку подієвого туризму

Подієві ресурси вчені розглядають як динамічний чинник впливу на формування туристичних потоків. Зауважимо, що перелік подій, які можуть спонукати людину до подорожі великий: спортивні змагання, культурно-мистецькі заходи, політичні акції, унікальні природні явища тощо. В основі багатьох з них лежить прагнення людини до активного і здорового способу

життя, прагнення змінити поведінку людини, створення можливостей для самореалізації.

Як зазначалося раніше, для мотивації туризму при проектуванні та продажі туристичних напрямів пріоритетною є подія. Саме зростання попиту споживачів туристичних послуг на нові враження та емоції викликали активний розвиток подієвого туризму: фестивалів, карнавалів, спортивних змагань тощо. Важливою особливістю подієвого туризму є динамічність розвитку, що у свою чергу впливає на зростання кількості робочих місць у цій індустрії. Крім того, «події грають іншу важливу роль - культурний розвиток, зміцнення національних та релігійних ідей, наукова пропаганда та духовний відпочинок» [57].

Привабливою складовою подій є її ознаки, завдяки яким створюється популярний туристичний продукт. При цьому події не бувають однаковими і пропонують унікальний досвід спілкування.

Таблиця 1.1 – Ознаки події

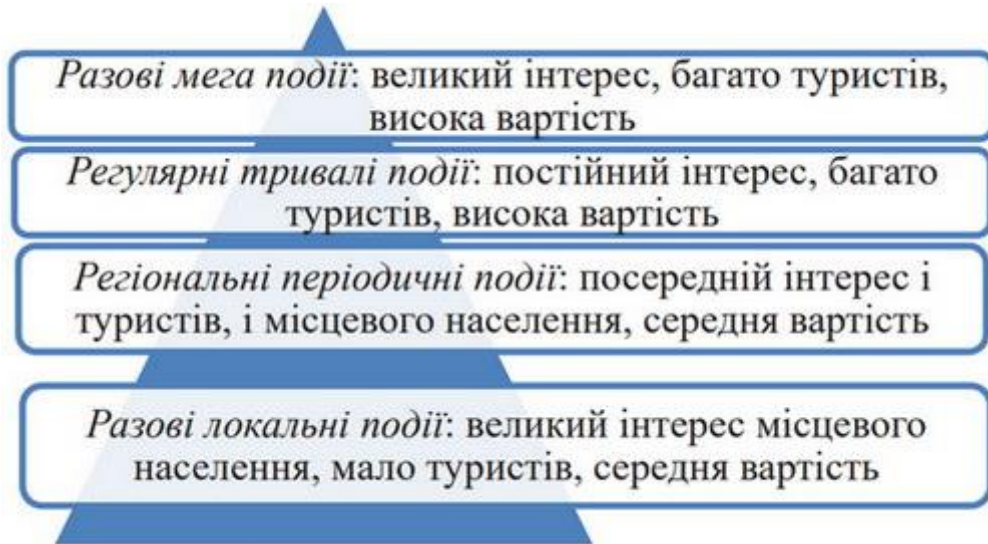
Складова ознаки події	Прояв ознаки
Новизна події	Створення нового бачення, нового ринку
Комплексність події	Можливості, що створені в процесі реалізації події щодо зміни системи поглядів
Публічність події	Можливості впливати на достатньо велику аудиторію споживачів послуг подієвого туризму
Латентність події	Формування певної світоглядної установки
Мобільність події	Географічний розподіл

У сучасному світі традиційно сформувалася і розвивається індустрія щодо організації тих чи інших знакових подій, яка враховує всі вищезазначені ознаки, має характерні особливості та чітко визначену кінцеву мету. Сьогодні важливим для розвитку подієвого туризму є створення можливостей відвідувати події не лише в Україні, але за її межами. При цьому відвідувачі-туристи мають можливість брати участь у реалізації програми події як активну, так і пасивну.

Зауважимо, що традиційно подію трактують як певну сукупність явищ, які відрізняються певною своєю неоднозначністю та мають певне значення для країни, суспільства, регіону або окремих індивідів. При цьому подія може бути разовою тобто неповторною, або відбуватися періодично в той чи інший час.

Інформатизація та віртуалізація, що стали реаліями ХХІ ст., експонентно пришвидшили та суттєво видозмінили «подієвість» як складник культури. Зв'язок подієвої культури з івент-індустрією та інформаційними технологіями та водночас задається роздумами про ціннісний вимір артефактів подієвої культури сучасності.

Вчені аналізують подієву комунікацію та зазначають, що «на сучасному етапі розвитку соціокультурного простору, спеціальні події є найбільш актуальними технологіями комунікацій, а їх створення стає однією з індустрій сучасної подієвої культури» [40].



Джерело: розроблено на основі [50]

Рисунок 1.4 – Види подій

Важливо враховувати, що «подієвий туризм - це постійна атмосфера свята, індивідуальні умови відпочинку й незабутні враження» [47]. А отже, головною особливістю подієвого туризму можна визначити наявність безлічі яскравих неповторних моментів. Мова йде про туристичну діяльність, яка «пов'язана з різноманітними значущими суспільними подіями чи рідкісними природними явищами, що приваблюють своєю унікальністю, екзотичністю, неповторністю туристів з усього світу» [49]. Подія є важливим мотиватором в туризмі. Подієвий туризм спирається на залучення великої кількості туристів на який-небудь захід, цікавий для туристів.

Потрібно наголосити на основній відмінній рисі івенту – подія має переживатися учасниками і сприйматися позитивно. Саме тому, для розвитку івент туризму важлива наявність двох складових: «активної участі, включеності, активності та позитивного сприйняття, емоційності, символіки, задоволення» [34].

Зрозуміло, що реалізації цих двох складових є можливістю впливати на учасників події, тим більше, що Україна має достатній потенціал для цього (йдеться про історико-культурний, природний, творчий та ін.).

Таблиця 1.2 - Специфічні ознаки подієвого туризму

Ознака	Зміст ознаки
Вплив на ринкові складові є комплексним	Ознака реалізується завдяки туристам, які активно приймають участь у події й приїхали з інших місць, а також мешканці території, на якій подія реалізується

Реалізація функцій подієвого туризму є інтегрованим	Реалізація відбувається завдяки події
Функція пролонгованості у часі	Організаційний захід сприяє закріпленню психологічного стану, що потребує створення можливостей для реалізації низки емоцій
Латентний вплив	Подія реалізується як певний подразник для потенційного споживача послуг подієвого туризму

Джерело: розроблено на основі [34]

Сама назва «подієвий туризм» виникла у 1980-х роках в Західній Європі. До цього подієвий туризм не існував як окремий вид туризму і входив до складу інших видів туризму таких як пригодницький, екологічний та гастрономічний. Пізніше він став окремим видом туризму. Однак сам подієвий туризм існував ще в античні часи. Стародавні свята та події, були початком подієвого туризму.

Вивчення історії питання стану розвитку подієвого туризму в історичному аспекті показало, що традиційно туристична індустрія навчилася спрямовувати зацікавленість людини на певні об'єкти, а головне перетворювати її на прибуток. Подія, прагнення отримати нові враження виступала історично спонукальним мотивом подорожі.

Вже за стародавніх часів організовувалися досить значні й масштабні події, які збирали велику кількість глядачів. Мова йде про стародавню Грецію та олімпійські ігри, які там проводилися; знамениті гладіаторські бої у Давньому Римі тощо. В таблиці 1.3 нами наведені етапи розвитку подієвого туризму, до яких віднесені: I етап – від найдавніших часів до II пол. XIX стол.; II етап – до II половини XX ст.; III етап – від другої половини XX ст. до нашого часу.

Таблиця 1.3 – Етапи розвитку подієвого туризму

I етап (найдавніші часи - II половина XIX століття)	2 етап (II половина XIX - II половина XX століття)	3 етап (з другої половини XX століття до наших днів)
Вважається початковим етапом розвитку подієвого туризму. Відомо, що перші подорожі були пов'язані з участю людини у святах чи спортивних змаганнях того часу	Початок розвитку організованого подієвого туризму.	Масове розповсюдження та функціонування подієвого туризму.

Існує визнана класифікація подієвого туризму за тематикою та масштабом події. До них вчені відносять фестивалі (гастрономічні, виставки квітів тощо);

Подієвий туризм часто відносять до такого виду туризму як культурно-розважальний, у складі якого автори виокремлюють розважальні подорожі, відносячи до них подієвий туризм [30]. Подія є пріоритетною у такій подорожі, вона може проходити на будь якій території, навіть за межами країни. Пріоритетні ознаки такої подорожі полягають в поєднанні не лише традиційного відпочинку й заходів пов'язаних з ним, а й участі туристів у різних заходах, відвідування подієвих турів тощо.



Джерело: складено на основі [34]

Рисунок 1.5 – Класифікація подієвого туризму за напрямками

Найбільшу зацікавленість демонструють подієві заходи фестивального характеру, адже саме під час їх відвідування та участі у програмі фестивалів турист отримує емоційні почуття, переживання, що є особливою ознакою подієвих турів.

Дослідники намагаються інтегрувати в класифікацію туризму всі домінуючі характеристики: використовувані ресурси, організаційні форми туризму, тривалість, вік учасників, місце проживання, мотиви подорожей тощо. На рис. 1.5 подана класифікація подієвого туризму за напрямками: культурні події, політичні події, спортивні заходи, розважальні заходи тощо.

Сьогодні за умов стрімкої трансформації ринків споживання виникають нові види та напрями туризму й подорожей. Традиційні види туризму стають складовими інших видів, що продиктовано змінами споживацького попиту на ринку туристичних послуг. Подієвий туризм вчені відносять до найбільш популярних видів туризму.

Існує також класифікація подієвого туризму за масштабом події. Мова йде національні та міжнародні події (додаток Б). Наприклад, серед музичних та театральних фестивалів і конкурсів можна назвати музичний конкурс «Євробачення», фестиваль джазу в Монтре (Швейцарія), «Слов'янський базар» (Білорусь), «Нова хвиля» (Латвія), «Таврійські ігри» (Україна), Фестиваль художнього драматичного мистецтва (Франція). Гастрономічні фестивалі - Півний фестиваль «Октоберфест» (Мюнхен, Німеччина), свято молодого вина Божоле Нуво (Франція), фестиваль морепродуктів на о. Гров (Іспанія); Карнавали - Карнавал в Новому Орлеані (США), Венеціанський карнавал (Італія), карнавал в Ріо-де-Жанейро (Бразилія), карнавал в Мацатлані (Мексика); національні фестивалі і свята - Фестиваль Святого Патрика (Велика Британія, Ірландія), «Парад кохання» (Німеччина), весняні та осінні фестивалі (Китай), Дівалі або «Фестиваль Вогнів» (Індія) та ін.; автомобільні й авіаційні Салони - Детройтський (США), Франкфуртський (Німеччина), Лондонський (Велика Британія), Женевський (Швейцарія), Токійський (Японія) автосалони, авіасалон в Ле Бурже (Франція), авіасалон на о. Лангкави (Малайзія).

До позитивних чинників впливу на розвиток подієвого туризму в Україні можна віднести: сприятливі природно-кліматичні умови; велика кількість об'єктів історико-культурної спадщини, рекреаційних зон.

Подієвий туризм, на думку дослідників, має невичерпний ресурсний потенціал, який дозволить створити й підтримувати позитивний імідж країни в цілому як стабільної і безпечної; сприятиме зростанню інвестиційної привабливості. В той же час відмічається, що існують проблеми розвитку подієвого туризму в Україні, серед яких: політична нестабільність; монополізація ринків та відсутність конкуренції в бізнесовому середовищі; низька інноваційна активність та низький рівень впровадження новітніх технологій.

Ми вважали за доцільне розглянути трактування поняття «подієвий туризм» (табл. 1.4).

Таблиця 1.4 - Трактування поняття «подієвий туризм»

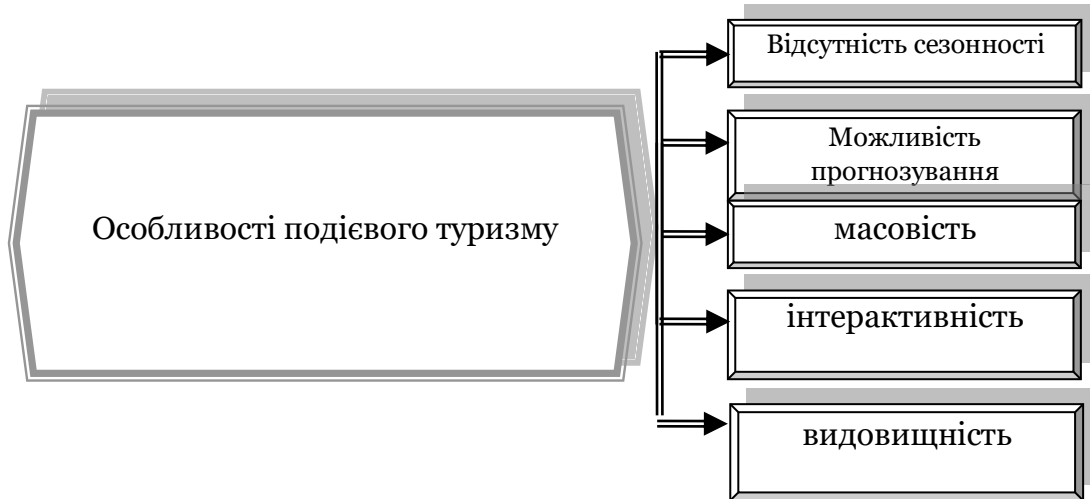
Гетц Д.	подієвий туризм – це вид туризму, спрямований на повне використання можливостей події для досягнення розвитку туризму приймаючої сторони
П. І. Тонева	аналіз сутності подієвого туризму як сукупності: окремого виду туризму, у діяльності та елемент ринкового сегмента подієвий туризм таким чином: як вид туризму, що включає споживання товарів і послуг при відвідуванні та участі в заході; збори всіх ор-ганізацій, установ і приватних осіб, які беруть участь у наданні послуг туристам; конк-ретний елемент туристичної послуги
М. Уїтфорд (Whitford M.), Р. Стоукс (Stokes R.)	подієвий туризм пропонується аналізувати як складові регіональної та державної політики розвитку
Б. Рітчі	цей вид туризму є інструментом мотивації маркетингу територій.
М. Б. Біржаков	подієвий туризм як складову культурного туризму
О. О. Бейдик, О. І. Гопалова, Т. О. Новосад	подієвий туризм поєднує в собі не лише елементи відпочинку, але й участь туристів у подієвих заходах
Л. М. Устименко	подієвий туризм як історико-культурне явище
Г. П. Долженко, О. В. Шмиткова та О. В. Бабкін	подієвий туризм як вид туризму, орієнтований на участь у події, яка відбувається на певній території
І. В. Давиденко	подієвий туризм як важливий ринковий сегмент
Р. Стоукс (подіє-вий туризм важлива складова державної стратегії розвитку

Джерело: складено автором на основі [39]

Проаналізувавши наукові праці дослідників проблеми, ми з'ясували, що найбільш поширеним трактуванням поняття «подієвий туризм» є трактування його «як складової культурного туризму [40], як історико-культурне явище» [41], як «вид туризму, орієнтований на відвідування місцевості в певний час, пов'язаний з якою-небудь подією» [47]. В цілому, вчені визначають подієвий туризм як важливий ринковий сегмент, який має певні особливості (рис. 1.4), до яких відносять: відсутність сезонності; можливість прогнозування; масовість; інтерактивність; видовищність та ін.

Важливим аспектом будь якої події вважають вчені є його унікальність (події, явища), під час відвідування якої туристи взаємодію з усіма їх учасника. Саме у такій взаємодії і створюється інноваційний туристичний подієвий продукт. Зауважимо, що в процесі відвідування та участі у події у туристів є можливість максимально зануритися в подію та атмосферу подієвого заходу, придбати досвід культурного спілкування, який не буде схожий на інший.

Подієвий туризм має певні особливості, наведені нами на рисунку (рис. 1.6).



Джерело: складено автором

Рисунок 1.6 – Особливості подієвого туризму

До особливостей подієвого туризму вчені відносять «відсутність сезонності, можливість прогнозування, масовість, інтерактивність та видовищність» [17].

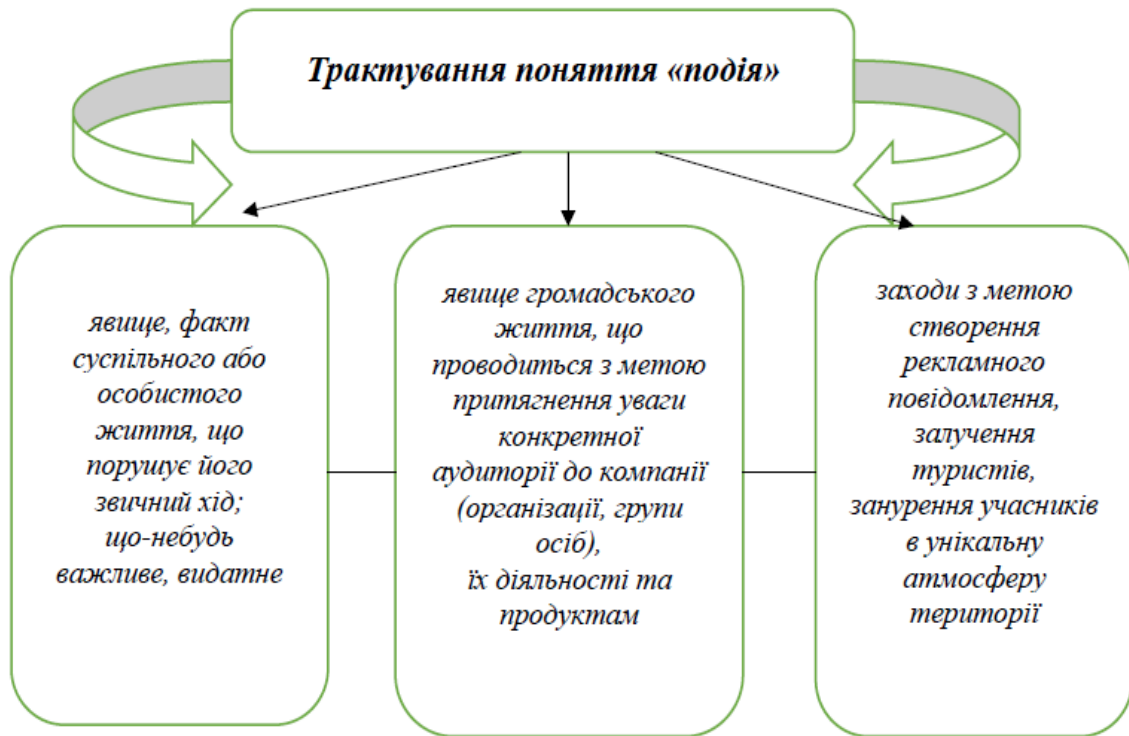
Визнаючи подію туристичним ресурсом ми наголошуємо на важливості її періодичності. Саме подія є основою подорожі, під час якої відбувається культурна взаємодія, створюється незабутня атмосфера свята.

Зауважимо, що «івент-події можуть бути орієнтовані на кілька типів аудиторії:

- внутрішню – це співробітники компанії, для яких організуються корпоративні свята, ювілеї та урочистості, що дають можливість для мотивації і є ефективним інструментом зміцнення колективу;
- зовнішню – це партнери, ЗМІ, клієнти, для яких проводяться виставки, концерти, семінари, конференції, презентації;
- комбіновану – вона об'єднує аудиторію зовнішню і внутрішню» [34].

При цьому важливим аспектом є розуміння можливостей і прагнень цільової аудиторії подієвого туризму, яку організатори подій намагаються максимально розширити. Цей процес відбувається за рахунок якісної реклами та висвітлення у засобах масової інформації можливостей подієвого заходу. Використовуючи фактори впливу на цільову аудиторію важливо враховувати вік, регіон та інші особливості, які дозволяють донести інформацію в мережі відповідно до портрету цільової аудиторії.

Важливим є максимальне охоплення цільової аудиторії, розділення аудиторії за гендерними особливостями, віковими категоріями зацікавлених осіб, територіальним поділом та іншими факторами впливу на вибір цільової аудиторії при проведенні заходів подієвого туризму.



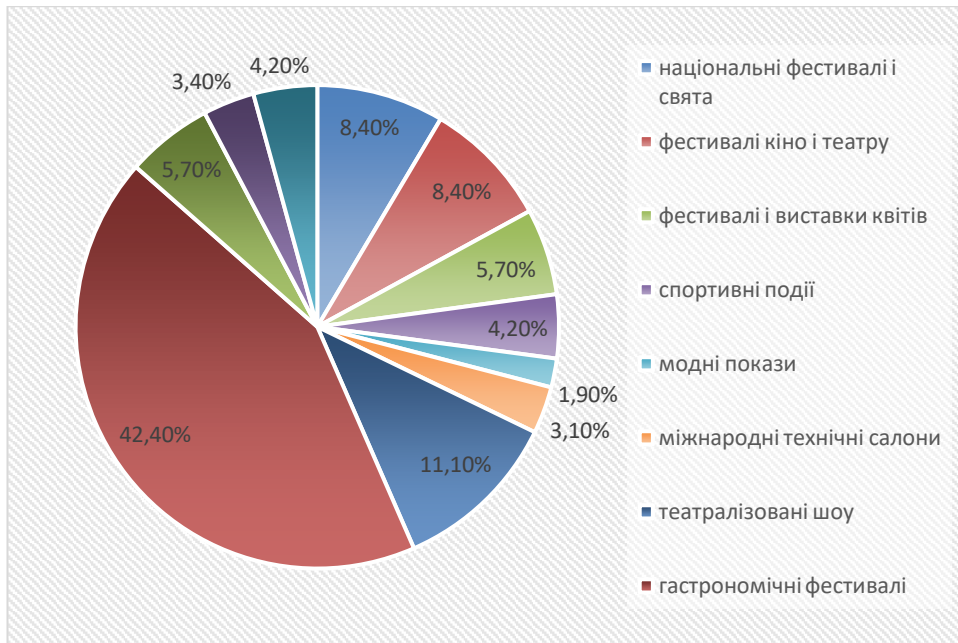
Джерело: розроблено на основі [34]

Рисунок 1.7 – Трактування поняття «подія»

Цікавим є те, що головна ідея заходу в подієвому туризмі може розкриватися через «програму заходу, костюми, меню, оформлення, які створюють атмосферу або образ, які реалізуються через правило п'яти почуттів: зір, слух, дотик, нюх і смак» [33]. Сценарій такого заходу уявляє собою план проведення, причому дуже деталізований, в якому чітко присутній опис кожного діалогу, кожного дійства. Як показав аналіз проблеми саме таким чином, детально розробивши всі складові заходу чи події можна домогтися позитивного результату.

Подієвий туризм вчені визначають як вид культурної комунікації, в основі якого лежить організована подія. Зауважимо, що кожна подія має свій певний ресурс, який має переваги, зокрема: гнучкість, можливість змінювати контент, в залежності від поставленої мети. Події Events вважаються однією з найперспективніших комунікаційних технологій на ринку, яка може підвищити рівень довіри до організації як до джерела інформації. Вони допомагають споживачам розвивати позитивне сприйняття організації, тим самим підвищуючи довіру.

Характерною особливістю подієвого, або івентного туризму є присвячення подорожі до певної події, свята або видовища. Це можуть бути «національні фестивалі, карнавали, міжнародні конкурси різної спрямованості (музичні, пісенні, хореографічні), спортивні змагання, театралізовані вистави, дійства, а також явища природного характеру, які приваблюють туристів своєю унікальністю та неповторністю» [41].



Джерело: розроблено на основі [14]

Рисунок 1.8 - Структура видів подієвого туризму в Україні у 2020 році

З метою визначення перспектив розвитку подієвого туризму ми ознайомилися з результатами опитування споживачів. Майже три чверті (72%) респондентів з тих, які мають подорожі Україною з різною частотою (38% серед усіх учасників опитування), частіше подорожують з метою відпустки, дозвілля чи відпочинку. Ця мета подорожі випереджає усі інші з великим відривом. На другому місці – відвідування рідних та друзів. Хоча цей варіант на умовному другому місці, втім його називають в сім разів рідше, ніж головний мотив подорожей – відпустки, дозвілля чи відпочинок. Усі інші варіанти набирають 5% і менше [13].

Абсолютна більшість серед чоловіків та жінок називають відпустку, дозвілля або відпочинок основною метою своїх подорожей Україною. Загалом вони схожим чином відповідають на це питання. Єдиною відмінністю зафіксовано те, що серед чоловіків є дещо більша частка тих, хто такою метою називає індивідуальні ділові візити (8% проти 3% серед жінок-респондентів).

Сучасна людина звикла щодня отримувати порцію нових вражень і емоцій, і в цьому йому допомагають різні заходи, де споживач може не тільки отримати частку емоцій, а й взяти безпосередню участь в заході, що сприяє його знайомству з брендом. В той же час, наявними є фактори, що гальмують розвиток подієвого туризму (рис. 1.9).

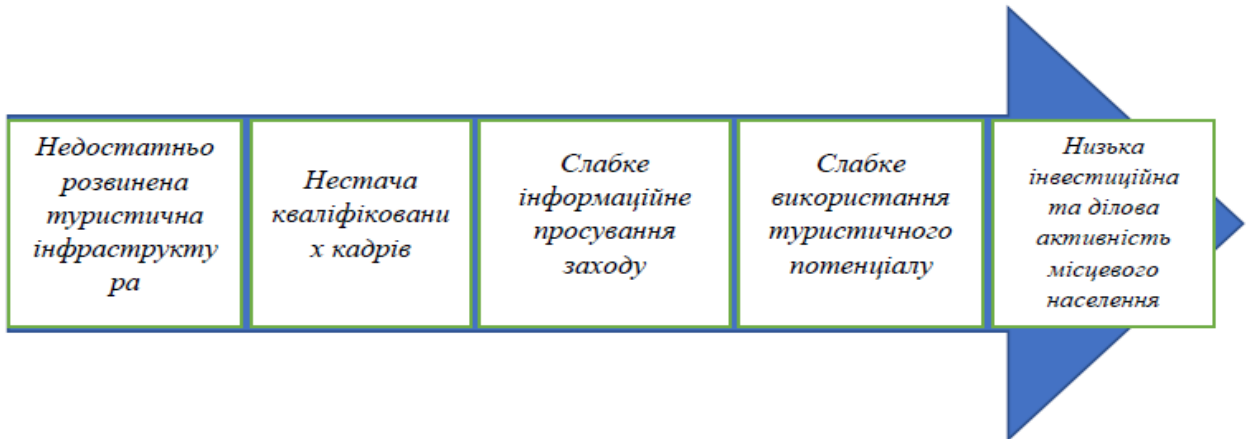


Рисунок 1.9 - Гальмуючі фактори розвитку подієвого туризму

Вирішення проблемних питань, які гальмують розвиток подієвого туризму, а саме недостатньо розвинена туристична інфраструктура, нестача кадрів, низький інвестиційна та ділова активність місцевого населення дозволять реалізувати цьому виду туризму свої соціальні функції. Мова йде про економічну, пізнавальну, рекреаційну та розважальну функції. «Три останні мають більш суб'єктивний характер, оскільки міра їх ефективності для кожного туриста як відвідувача певних заходів буде різною» [47].

2. Регіональні особливості розвитку подієвого туризму в Дніпропетровській області

В процесі нашого дослідження ми дійшли висновку, що подієвий туризм є дуже значимим для розвитку територіальних громад. Мова йде про можливість подієвого туризму щодо залучення потенційних відвідувачів до туристських дестинацій того чи іншого регіону, залучення нових інвестицій на регіональному рівні.

Зауважимо, що розвитку подієвого туризму в Україні сприяє геополітичне розташування України, етнічний склад населення, багатство народної культури, обрядовість, традиції та свята.

Розвиток ринку туристичних послуг, зокрема видів подієвого туризму є актуальною проблемою і важливою перспективою для Дніпропетровської області. У регіональній економіці відбувається диверсифікація видів туристичних послуг, формування регіонального туристичного ринку, який гнучко реагує на зміну туристичного попиту та пропозиції, досліджує політичні, економічні, соціальні фактори впливу на ринок.

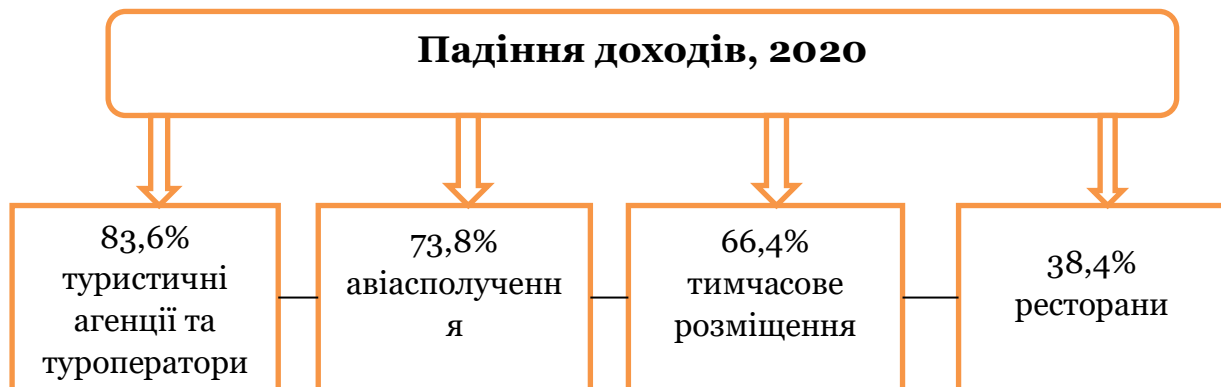
Туризм Дніпропетровщини є важливою сферою регіональної економіки, що має «потенціал щодо надходжень до місцевих бюджетів, щодо створення робочих місць, розвитку територіальних брендів в області, формування її позитивного туристичного іміджу та підвищення конкурентоспроможності регіонального туристичного продукту» [26]. Важливу роль відіграють підприємства з організації та надання туристичних послуг, у тому числі екскурсійних.

Але, поряд із цим, останнім часом в області набули розвитку також і інші види туризму: «– екологічний (зелений) (локації в громадах); – спортивний (індивідуальні та командні спортивні тури, відвідування спортивних подій, тренування, змагання); – подієвий (культурні, мистецькі, спортивні, історичні, громадські та інші події); – релігійний (паломницький) (відвідування унікальних храмів, прийоми священнослужителів); – лікувально-оздоровчий (об'єкти інфраструктури надання послуг з лікування та оздоровлення); – навчальний (тренінги, короткострокові навчальні візити); – природничий (об'єкти природно-заповідного фонду загальнодержавного та місцевого значення); – етнографічний (осередки української народної творчості в громадах); – урбаністичний (об'єкти та комплекси західноєвропейської забудови); – космічний (туристичний маршрут «Дніпро космічний»); – патріотичний (виставки, експозиції, перший в Україні музей АТО в м. Дніпро)» [32].

Важливу роль у розвитку туристичної привабливості Дніпропетровської області відіграє позитивна налаштованість органів місцевого самоврядування. Так у 2041 році була затверджена Програма розвитку туризму у Дніпропетровській області на 2014-2022 рр., яка була подовжена до 2025 р. [31], в межах якої було заплановано «здійснення ряду

заходів щодо створення сприятливих умов для формування конкурентоспроможного туристичного продукту, його просування на міжнародному та внутрішньому туристичних ринках, розбудови туристичної інфраструктури належного рівня, збільшення туристичних потоків, залучення інвестицій та наповнення місцевих бюджетів» [38].

Дніпропетровщина посідає гідне місце в Україні за рівнем забезпеченості цінними природними та історико-культурними ресурсами, що викликають значний інтерес у вітчизняних та іноземних туристів [11]. Навіть незважаючи на падіння доходів у 2020 році Дніпропетровська область не втратила статус туристичного регіону (рис. 2.1).



Джерело: розроблено на основі [38]

Рисунок 2.1 – Падіння доходів у 2020 р.

Курортно-туристична інфраструктура регіону включає в себе заклади оздоровлення та відпочинку, засоби розміщення, а також широкий спектр культурно-дозвільних закладів. У ряді районів області функціонують садиби сільського «зеленого» туризму. На державному обліку та під охороною держави в області перебуває понад 12 тисяч пам'яток культурної спадщини, серед яких 97 – національного значення, працює 31 музей різної форми власності [32].

Зауважимо, що складовою розвитку подієвого туризму виступають засоби розміщення. Як показує практика до них учасники подієвих турів пред'являють підвищені вимоги. Мова йде про готелі, транспорт, максимальну зручність їх використання, зокрема (зручність доставки до місця проведення). Велика увага приділяється організаторами подієвих турів до організації роботи закладів громадського харчування, до роботи гідів-перекладачів тощо.

Потрібно зауважити, що стабільною є положення щодо щорічного оновлення подієвих турів та їх поповнення новими. Важливо досягти тощо, щоб з розряду випадкових вони переходили до розряду регулярних. Одне з головних місць в подієвому туризмі посідають Олімпійські ігри – зимові й літні. На особливу увагу заслуговують фестивальні тури, карнавали, які повинні також відповідати певним вимогам, а саме: «готель повинен знаходитися поблизу місця проведення подієвого заходу; стиль архітектури

готелю має відповідати епохі, в якій відбувається дійство; мають бути наявні ресторани з якісним харчуванням тощо» [42].

Зауважимо, що розвиток подієвого туризму в Україні є актуальним напрямом не тільки як сприяння наповненню бюджетів регіонів, але і стимулює розвиток місцевої інфраструктури.

Виходячи із завдань Стратегії регіонального розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року відповідно до адміністративно-територіального поділу «на території Дніпропетровської області розташовано 13 міст обласного підпорядкування, 7 міст районного значення, 22 райони, 18 районів у містах, 46 селищ міського типу, селищ – 60 та 1 375 сіл. Протягом 2015 – 2018 рр. в області створено 63 об'єднані територіальні громади, дві громади об'єдналися навколо міст обласного значення до яких приєдналися 4 територіальні громади» [37; 38].

«Область розташована у степовій і лісостеповій зонах України. Ландшафт переважно рівнинний. На території Дніпропетровщини знаходяться близько 1,5 тисячі водойм та ставків площею понад 26 тисяч гектарів, з них більше 280 річок, понад 3 290 ставків та 1 120 озер (з яких 219 озер площею три і більше гектарів)» [11].

«Мережа природно-заповідного фонду Дніпропетровської області становить 178 об'єктів площею 96,4 тис. га, що становить 2,99 % від загальної площі території області, із них: об'єктів загальнодержавного значення – 31 (площею 33,1 тис. га) та об'єктів місцевого значення – 147 (площею 63,3 тис. га)» [55]

«Дніпропетровська область є одним з найпотужніших індустріальних центрів – лідерів країни і має значний потенціал для подальшого економічного розвитку держави. Про це, зокрема, свідчать основні макроекономічні показники, за якими Дніпропетровщина стабільно посідає провідні позиції серед регіонів України. Дніпропетровська область займає 2 місце після міста Києва за загальними обсягами виробництва валового регіонального продукту (ВРП). Виробництво ВРП у Дніпропетровській області становило за даними 2017 р. 313,83 млрд. грн., або 10,5 % ВРП України» [16].

Результати соціально-економічного аналізу свідчать, що в області існують проблеми, пов'язані з розвитком туризму, які неможливо розв'язати засобами тільки територіального чи галузевого управління, для цього необхідні регіональна програмна підтримка та комплексний підхід, координація діяльності з іншими галузевими управліннями місцевих органів виконавчої влади, органами місцевого самоврядування та міжгалузева координація. Досягнення даної оперативної цілі буде забезпечено через формування унікальних і різноманітних туристичних продуктів регіону, просування їх на внутрішньому та міжнародному ринках шляхом рекламно-інформаційних кампаній, створення туристичних кластерів та туристичної інфраструктури, яка б відповідала сучасним стандартам

Цікавим прикладом стало прийняття муніципальних програм підтримки місцевого бізнесу на 2022-2025 рр. та затвердження плану розвитку туризму У межах проєкту розроблюється туристичний бренд громади, складається туристична мапа, маркуються маршрути.

Розвиток туристичної сфери в сучасних умовах передбачає віртуалізацію туризму, як і багатьох інших сфер. Потрібно наголосити на тому, що сьогодні відбувається трансформація суспільства: перехід на іншу ступінь спілкування, інший рівень досліджень, інша поведінка споживача та його очікування. Мова йде про інтенсивне використання та впровадження ІТ технологій в повсякденне життя, створення можливостей пережити події засоби інтернет, що дозволяє прогнозувати перехід від традиційної форми економічних взаємовідносин до смартекономіки.

Для розвитку подієвого туризму важливими є історико-культурні туристичні ресурси, яким багата Дніпропетровщина. Такі ресурси - це «сукупність об'єктів матеріальної і нематеріальної культури, що історично зафіксовані на певній території, відображають її неповторність і є мотивом для здійснення подорожі. Мова йде про пам'ятки історії, пов'язані з історичними подіями, національно-визвольними змаганнями, війнами, бойовими традиціями; архітектурні пам'ятки та пам'ятки містобудування, сакральні споруди, народної архітектури, громадські споруди, палацо-паркові ансамблі й сучасні пам'ятки архітектури; мистецькі пам'ятки – це пам'ятки професійних і народних художніх промислів, а також музеї, які експонують пам'ятки образотворчого, декоративно-ужиткового та інших видів мистецтва» [26].

Подієвий туризм становиться невід'ємною складовою стратегії розвитку міста, він може розвиватися завдяки сучасним технологіям в інтернет-середовищі. Мова йде про інтернет-речей як «мережу фізичних об'єктів, які мають вбудовані технології, що дозволяють здійснювати взаємодію із зовнішнім середовищем, передавати відомості про свій стан і приймати дані ззовні» [33]. Використання засобів зробить більш ефективним організацію подієвих заходів, дасть можливість координувати і навіть змінювати їх контент.

Таким чином можна організувати в рамках подієвого туризму «ContentSMARTevent». ContentSMART-event – інтерактивна організація та проведення події з урахуванням інформації щодо вподобань споживача. «Організація такої події є ефективним засобом вирішення проблем незадоволеності туристичним продуктом, в разі не виправдання очікувань споживача. Концепцію «ContentSMART-event» можна ефективно використовувати навіть для зміни або модифікації туристичного продукту» [10].

В той же час кількість користувачів глобальною мережею у світі невпинно зростає про це свідчать статистичні дані дослідницьких компаній DataReportal, Hootsuite та We Are Social (Рис. 2.2).



Джерело: розроблено на основі [26]

Рисунок 2.2 - Динаміка кількості користувачів соціальних мереж у світі, млрд. осіб

Також варто зазначити, що Україна знаходиться в процесі глобалізації, а тому кількість користувачів інтернет мережі, а зокрема соціальних мереж постійно зростає. До 2020 року кількість інтернет-користувачів поступово збільшувалася в середньому на декілька мільйонів у рік, але із-за поширення Covid-19 населення країни більшу частину свого часу почало проводити вдома, куди перемістилися робота та навчання, що спричинило збільшення потоку віртуальної інформації та міжособистісного спілкування. Як наслідок, це число зросло з 19 млн користувачів до позначки у 26 млн.



Джерело: розроблено на основі [26]

Рисунок 2.3 - Динаміка кількості користувачів інтернет мережі та соціальних мереж в Україні, млн. осіб

Основним ресурсом, з якого опитані, які подорожують країною з різною частотою, дізнаються про туристичні об'єкти України, є соціальні мережи – про них згадує половина респондентів (50%). На другому місці поради родичів, знайомих та колег (40%). На третьому – мережа Інтернет загалом (33%). Також кожен п'ятий дізнається про українські туристичні об'єкти з Youtube та ще 12% за допомогою телебачення.

На всіх ресурсах присутня думка - найкраща інвестиція – це вкладення у власні спогади і враження. Тисячі блогів, форумів і статей розкажуть Вам, як підготуватися до подорожі, де знайти квитки, як зробити візу. Ви можете знайти яскраві звіти, детальні інструкції, поради та задати запитання досвідченим мандрівникам. Ви можете віртуально відвідати місто і побачити, як розташовані вулиці, подивитися галереї музею, прокласти маршрут в потрібну точку, знайти попутників і прочитати відгуки про готелі, кафе, екскурсії. Подорожі стали ближче, ніж будь – коли.



Джерело: розроблено на основі [43]

Рисунок 2.4 - Джерела інформації про туристичні об'єкти України

Відповідно до Стратегії розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року: «розвиток ринку туристичних послуг та його інфраструктурне забезпечення є актуальною проблемою і важливою перспективою для Дніпропетровської області» [38].

Таблиця 2.1

Показники кількісної оцінки сукупного туристичного потенціалу Дніпропетровської області

№ з/п	Складові субпотенціалу	Кількісні та якісні показники об'єктів
Історико-культурний потенціал		
1	Пам'ятники історії, культури та архітектури обласного та місцевого значення	Понад 750
2	Історично населені місця загальноукраїнського та місцевого значення	8
3	Театри / музеї	13 / понад 100
4	Народні промисли і ремесла	Понад 100
Туристично-ресурсний потенціал		
1	Озера і ставки	Приблизно 200
2	Річки і струмки	Понад 1000
3	Пам'ятники природної спадщини (заказники / заповідники / природні парки)	Приблизно 200
4	Родовища природних мінеральних вод / лікувальних грязей	15/4
Потенціал потреб туристів		
1	Засоби розміщення (кількість номерів)	Понад 10000
2	Організації санаторно-курортного профілю	Близько 30
3	Транспортна інфраструктура, у т. ч.: міжнародний аеропорт залізничні вокзали у м. Дніпро автовокзал у м. Дніпро	1 2 1
4	Туристичні фірми (на 100 тис. населення)	Понад 8
5	Підприємства громадського харчування	Приблизно 2000

До глобальних трендів сьогодення належить діджиталізація всіх аспектів туристичного бізнесу на основі бурхливого розвитку інноваційної інфраструктури. Глобальний світ стає дедалі більш цифровим і технологічним, що збільшує конкуренцію за споживача, надаючи останньому нові можливості у вигляді інноваційних сервісів і послуг.

Наприклад, екскурсії та арт-інсталяції на підприємстві Інтерпайп, екскурсії в першій в Україні музей АТО «Громадський подвиг Дніпропетровщини» та ін. Зокрема, в Дніпрі діє програма «Культурна столиця» вже понад 5 років. За цей час організатори започаткували цілу низку культурних магнітів: міжнародних, статусних, цікавих фестивалів.

Область має достатній потенціал для розвитку інших видів туризму, зокрема подієвого. Одним з суттєвих ресурсів для розвитку туризму в Дніпропетровській області можна вважати фестивальний туризм як один з видів подієвого туризму. Чинником прямого впливу на його розвиток можна вважати території та їх населення. В Дніпропетровській області саме

території є багатою історико-культурною спадщиною, яка має вагомі передумови для організації фестивалів.

Одним із найбільш популярних видів подієвого туризму є фестивальний., сутність поняття якого трактується вченими по-різному. «Фестиваль (festival) – це масове театралізоване святкове дійство, яке включає огляд або демонстрацію певних досягнень» [22]. Кількість фестивалів невпинно зростає, а незвичність, своєрідність та емоційний заряд змушує повертатися знову. До того ж вони проходять протягом усього року, в усіх куточках нашої країни. Серед найпопулярніших фестивалів України виділяється Atlas Weekend – це найяскравіший музичний захід року, який у 2021 році побив власний рекорд відвідуваності досягнувши позначки 600 тис. осіб. На фестивалі було 6 сцен, де музиканти виступали в різних жанрах, а також організатори прийняли рішення про безкоштовний вхід для киян та гостей міста на декілька днів.

Щорічний міжнародний фестиваль «Книжковий арсенал» у Києві – це захід який задає літературні тенденції з 2011 року. Це інтелектуальна подія, яка поєднує літературну, візуальну та художню складові, кожна з яких доторкається до актуальних питань сучасності.



Джерело: розроблено автором

Рисунок 2.5 - Особливості фестивального туризму

Сформований на сьогодні результативний імідж областей розглядається як цінний ресурс для подальшого всебічного розвитку потенціалу у туристичній галузі. Дніпропетровська область є найбільшою в Україні за природно ресурсним потенціалом, де необхідно розвивати сучасні види туристичної діяльності.

Важливою складовою фестивального туризму можна вважати етнофестивалі, які побудовані на вивченні традицій, звичаїв, обрядів українського народу. Цікавими є міжрегіональні етнофестивалі обрядів і оберегів, які проводяться у області, зокрема «Пасіка Сірка» (с. Іванівка, Томаківський район).

Аналіз показав, що кількість етнографічних фестивалів постійно зростає, адже для українців важливе усвідомлення власної ідентифікації,

приналежності до історичної спільноти. Інтерес до національної спадщини та традицій є пріоритетним для культурних запитів сучасного українця.

Етнофестиваль проведено біля села Іллінка (колишня Грушівка) на місці розташування зимівника видатного полководця – кошового отамана Війська Запорозького Низового Івана Сірка на знак відтворення і збереження історичної правди про славетне минуле українського народу.

Відвідувачі фестивалю мали змогу не тільки поринути у світ нашого славного козацького минулого, але й долучитися до кращих зразків української культури, насолодитися українськими традиційними і старовинними стравами, від душі повеселитися і потанцювати під запальні українські мелодії.

BestRoboFest: свято науки та прогресу (Україна, Дніпропетровська область, м. Дніпро). Всеукраїнський науково-технічний фестиваль – ідеальний сімейний уїк-енд, де можна познайомитися з тенденціями розвитку робототехніки та штучного інтелекту.

Сучасні технології стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя. Вагомим фактором розвитку науки та стимулювання інноваційного розвитку економіки є популяризація науки в суспільстві. Фестивалі науки сьогодні роблять свій вагомий внесок у налагодження ефективної взаємодії між цифровими технологіями та громадою і сприяють залученню талановитої молоді до науки.

В Україні є низка подій, спрямованих на заохочення інженерних навичок і отримання досвіду в робототехніці. Всеукраїнський науково-технічний фестиваль «BestRoboFest», ініційований засновником ГО «Асоціація Ноосфера» Максом Поляковим, є однією з найбільших програмних платформ, де діти й дорослі можуть конкурувати з виробниками роботів і обмінюватися знаннями про останні тенденції різних сфер. Проведення масштабного фестивалю в галузі робототехніки досить складне завдання, але організатори пішли на ризик у 2016 році й отримали підтримку від усіх, кого захоплюють інжиніринг, програмування, 3D-друк і електроніка. Вже на самому початку фестиваль залучив 34 ентузіаста-винахідника у віці від 6 до 60 років і став першим сімейним науково-технічним заходом. А вже через декілька років у змаганнях із робототехніки взяли участь 309 учасників із 11 регіонів країни. Розширюючи масштаби та вдосконалюючи методи проведення фестивалю, організатори сприяють формуванню позитивного ставлення до науки, викликають інтерес та повагу до науки з раннього віку, підвищують престиж професії вченого в суспільстві.

«BestRoboFest» (додаток 3) став частиною світового руху мейкерства, який об'єднує величезну кількість заходів зі всього світу. Рух зародився в Каліфорнії у 2006 році й за свою історію ніколи не змінював своїх основних принципів – надихати, впроваджувати інновації та навчати.

Мейкерство являє собою цілу культуру, яка поєднує передові технології та творчість. Можна сказати, що мейкери – це учасники різних інженерних гуртків, політ фантазії яких дозволяє отримати на виході

оригінальні розробки та творчі об'єкти. Вони створюють нові гаджети, будують інноваційні транспортні засоби та багато іншого.

Мейкером може стати кожен, для цього лише необхідно цікавитися наукою та цифровими технологіями, а також володіти креативним мисленням. Варто відзначити, що участь у фестивалі інноваційних розробок безкоштовна, тому кожен охочий може стати частиною цього масштабного івенту та зробити особистий внесок у розвиток різних галузей в Україні. Наприклад, для студентів, у яких вже є ідеї, працює лабораторія Noosphere Engineering School, а для стартаперів щорічно проводиться конкурс Vernadsky Challenge, покликаний допомогти в масштабуванні продукту.

Сьогодні для того, щоб стати успішним, необхідно бути технічно грамотною людиною. Світ інновацій розвивається неймовірними темпами, тож необхідно з дитинства розвивати здібності до засвоєння складного технічного матеріалу. Щорічний фестиваль робототехніки «BestRoboFest» – масштабне технологічне шоу Дніпра, яке об'єднує дослідників, підприємців, волонтерів та всіх, хто любить цікаво проводити вільний час. У межах проєкту презентуються роботи, які показують актуальні тенденції розвитку робототехніки, штучного інтелекту та систем навчання.

Міжнародний мультидисциплінарний фестиваль «ГогольFest» вперше відбувся у Києві у 2007 році. Відомо, що за час існування в ньому взяли участь 20 500 українських та 1200 закордонних митців з понад 40 країн світу. Починаючи з 2017 року цей фестиваль проводиться в різних містах і представляє програму, яка передбачає декілька напрямів, а саме: музику, театр, візуальне мистецтво тощо.

Наприклад, у 2018 році фестиваль проводився у місті Маріуполь, під час якого відбулося більше 100 подій і його відвідали 30 тисяч гостей. Основними пріоритетами фестивалю є пошук і можливості реалізації інновацій та ідей прогресивних композиторів, художників та ін.

Важливо те, що статус міста, в якому проходить цей фестиваль відразу змінюється, воно визнається культурно-туристичним центром України, набуває привабливості для організації подієвих турів. Це означає інші можливості для реалізації та комунікації на міжнародному рівні.

У 2019 році місто Дніпро теж долучилося до унікального соборного проєкту «GogolFest Inoculation», який з допомогою мистецтва об'єднує Україну. Триденний фестиваль сучасного мистецтва DniPRO ГогольFest (додаток Ж) організував близько сімдесяти подій від українських, литовських, французьких, німецьких, австрійських, білоруських артистів у межах музичної, театральної, освітньої та дитячої програм. Привертати увагу інсталяції і твори візуального мистецтва, оформлення локацій фестивалю. Важливою стала можливість спілкуватися, налагодити діалог між представниками творчих професій, коли глядачі не просто споглядали, а й брали участь у діалозі з художником і формували свій погляд на проблеми і на навколишній світ.

Фестиваль відбувся за підтримки програми «Культурна столиця» та охопив чотири локації міста – телецентр-кіностудію, шахту метро «Центральна», аерокосмічний центр імені О. Макарова та площу Героїв Майдану. Зауважимо, що під час фестивалю були використані не пристосовані приміщення, в яких відбувалося театральне дійство. Саме під час фестивалю вони перетворилися на цікаві локації, оформлені стилістично, в яких відбувалося дійство.

Долучитися до подієвих заходів можна було цілодобово, адже вони відбувалися протягом дня і ночі. Творча атмосфера дійства, максимальні емоційно насичені враження від участі дозволяли не залишити байдужими нікого, ні учасників, ні глядачів.

Незважаючи на всі позитивні моменти розвитку туризму та формування іміджу Дніпропетровської області в регіону є ряд проблем, перші з яких пов'язані з розвитком туристичної інфраструктури. Нерівномірний розвиток туристичної інфраструктури районів і міст області та недостатня кількість необхідної сервісної інфраструктури на рекреаційних територіях.

3. Шляхи активізації розвитку подієвого туризму в Україні та Дніпропетровській області

Сучасний економічний простір є нерівномірним, динамічним, адже включає в себе багато галузей діяльності людини. Однією з пріоритетних ознак є створення можливостей для процесу утворення та споживання туристичного продукту, до якого залучаються інші галузі. Загально визнаним є той факт, що туризм робить значний внесок у створення нових робочих місць та підвищення якості життя населення.

За даними останніх досліджень, туристична галузь може стимулювати розвиток майже 50 суміжних галузей, один турист дає роботу 10 особам, а створення одного робочого місця в 20 разів дешевше ніж у промисловості. Можна стверджувати, що завдяки впровадження різних форм туристичної діяльності підсилюється тенденція до переходу від ресурсомістких виробництв до таких форм економічної активності, які здатні покращувати рівень життя населення, не виснажуючи природно-ресурсний потенціал.

Вагомою складовою туристичної галузі визнано подієвий туризм, який стимулює розвиток туристичної галузі в цілому. В основі подієвого туризму лежить подія, яка передбачає активну участь в її проведенні, позитивне сприйняття її складових, включеність учасників у процес її проведення.

Сьогодні в межах існуючого туристичного простору формується його особливий сегмент – подієвий простір, частка якого в секторі туристичних послуг щорічно збільшується.

Важливою проблемою для розвитку подієвого туризму можна вважати переведення заходів подієвого туризму до розряду об'єктів масового туристичного попиту. Вчені і практики відзначають не досить якісний рівень організації дійства у подієвих турах, стихійний характер багатьох заходів. Ми погоджуємося з думкою про те, що ці фактори перешкоджають притоку туристів.

Ефективні стратегії розвитку подієвого туризму повинні враховувати мотиваційні та поведінкові характеристики споживачів туристичних послуг. Активізація розвитку подієвого туризму в Україні та областях вимагає суттєвої уваги до вивчення можливостей розробки нових турів на основі отримання вражень клієнтів, що потребує вивчення тих, хто відвідує заходи.

Активізація розвитку подієвого туризму в Україні потребує врахування декількох аспектів. Мова йде про дослідження можливостей поширення попиту за межі регіону та країни; врахування впливу подієвого туризму на імідж туристичних дестинацій регіону та їх планування; вивчення особливостей структури спеціалізованого туристичного ринку. Важливо розуміти роль подієвого туризму у соціальних контактах, які будуються на дозвіллі, спорті тощо.

Долучення споживачів до подієвих турів дозволить ознайомитися з культурою, традиціями, духовним життям інших країн світу; активізуватиме

спілкування з однодумцями; викличе бажання до нового, незвіданого, унікального; надасть можливість відчутти себе частиною грандіозного дійства; можливість відпочинку (духовного й фізичного) тощо.

Аналіз проблеми дозволив нам виокремити фактори, які сприятимуть розвитку подієвого туризму на території України. Для цього необхідно на державному рівні мати актуальний календар подій, які б викликали зацікавленість споживачів туристичних послуг. Важливою складовою також є забезпечення фінансування подій та всіх етапів їх організації і проведення. Повинна бути систематичність у проведенні заходів подієвого туризму, відповідний стан кадрового забезпечення для координації і реалізації подієвих турів. Є потреба у розробці економічних механізмів стимулювання туристичних підприємств щодо розробки подієвих турів та їх реалізації.

Актуальним є вирішення проблеми удосконалення системи управління туризмом у Дніпропетровській області. Зокрема, цікавою пропозицією стала розробка і впровадження інформаційно-туристичного порталу Дніпропетровської області в мережі Інтернет. Цей портал містить інформацію про туристичні ресурси області, перелік найбільш цікавих екскурсійних маршрутів по населених пунктах Дніпропетровської області з докладним описом; розгорнутий опис запропонованого обласного туристичного продукту з його відмітними особливостями та унікальними характеристиками.

Важливим завдання є зміцнення конкурентоспроможності туристичного продукту області, який буде конкурентоспроможний як на регіональному ринку, так і всеукраїнському.

Ми проаналізувати стан подієвого туризму на прикладі Дніпропетровської області, зокрема проведенні всеукраїнських фестивалів. Як показує аналіз найбільше всеукраїнських фестивалів проводиться саме у Дніпропетровській області, що зумовлено не лише економічним рівнем розвитку регіону, а й його нематеріальним культурно-історичним різноманіттям культурної і природної спадщини. Дніпропетровська, Львівська та Харківська області займають наступну позицію після Києва за рівнем вироблення українського культурного продукту, також вагомий внесок роблять Одеська, Донецька та Київська області.

Наприклад, з метою створення умов для самореалізації молоді у творчому пошуку за 2021 рік в Дніпропетровській області були проведені 18 фестивалів і конкурсів, з яких 29-й фестиваль-конкурс на вищу театральну нагороду Придніпров'я «Січеславна» 2021, «Вільне небо» з нагоди відзначення 30-ї річниці Незалежності України, мистецька акція «PROспіваємо», обласний фестиваль «Козацькі пісні Дніпропетровщини», культурно-мистецька акція «Проспіваємо», культурно-мистецька акція «Святкова Петриківка», новорічно-різдвяне свято «Співаємо разом, святкуємо разом», концертне театралізоване дійство «Миколай іде, Різдво веде».

Проведені також Всеукраїнський фестиваль туристичних маршрутів та народних художніх промислів «Мандруй Україною», заходи з відзначення 30 - річчя Дня Незалежності України, Дня Державного прапора, обласний дистанційний фестиваль-конкурс «Спадкоємці традицій», відкритий онлайн фестиваль-конкурс вертепів та обрядових композицій «Різдвяна зірка» Софіївська ОТГ, онлайн-фестивалі «Тобі співаю, моя Україно!» та інші.

Цікавим прикладом подієвого туризму стала літературно – мистецька акція «Українська книга в Дніпрі» для широкого кола пересічних громадян області на мету популяризації української мови, українських творів відомих сучасних авторів, виставка в рамках реалізації проекту «Молоді художники 202». Відбулося 407 музейних виставки для цільових аудиторій та 83 інтерактивні виставки.

Подієвий туризм будується на тому, що подія повинна сприйматися учасниками позитивно, переживатися ними, що передбачає якісний рівень організації дійства. На жаль, навіть сьогодні спостерігається тенденція до проведення фестивалів, які мають стихійний характер. Звісно це перешкоджає притоку туристів. Варто звернути увагу на розбудову інфраструктури навколо заходу, привернути увагу громадськості до компанії, яка проводить захід, залучити потенційних клієнтів і партнерів, створити додаткову мотивацію для співробітників тощо.

Важливо при плануванні і проведенні подієвих заходів налагодити зв'язки із громадськістю, розвивати партнерські відносини з представниками органів місцевого самоврядування, створити можливості для міжособистісного спілкування. Івент-події можуть бути орієнтовані на кілька типів аудиторії: внутрішню, зовнішню та комбіновану. До внутрішньої ми відносимо співробітників компанії, для яких організовується подія або свято; зовнішня – це партнери, ЗМІ, клієнти. Комбінована об'єднує зовнішню і внутрішню аудиторію [13].

Цікавим прикладом популяризації подієвого туризму є новий вебпортал про туристичну інфраструктуру Дніпропетровщини. Наразі на сайті представлені: сільський туризм, історико-культурний, паломницький, промисловий та подієвий. Сімнадцять ОТГ вже готові приймати гостей і запропонували свої маршрути, а також міста - Дніпро, Марганець, Кривий Ріг, Нікополь, Павлоград і Кам'янське. Минулого року був проведений конкурс серед ОТГ на створення туристичних маршрутів. Це і стало початком нового туристичного ресурсу. Усі дані, які представлені відтепер на сайті, чітко вивіряються спеціалістами Історичного музею ім. Д. Яворницького. Запуск роботи ресурсу є відправною точкою у формуванні туристичного обличчя нашої області.

На сайті Дніпропетровщина туристична Дніпропетровської обласної ради анонсовані культурні, музичні події та святкування.

Цікавим прикладом івент-заходу є відкриття у центрі Дніпра культурного простору «Модуль тимчасовості» (MOT). До цього проєкт, організований київською командою don't Take Fake за підтримки фонду

USAID, працював на Контрактівій площі в Києві. Модуль тимчасовості — двоповерхова будівля, складена з 27 контейнерів-модулів, с виставкою робіт світових та українських художників. Також тут буде відбуватися серія кінопоказів та лекцій.

Сучасні інформаційні технології залишаються головним драйвером економічного зростання і умовою модернізації різних галузей економіки. Багато держав роблять значні зусилля з розвитку інформаційної інфраструктури і збільшення доступності цифрових послуг для населення, таких як: сервіси електронних платежів і електронна комерція, Інтернет-торгівля та Інтернет речей (IoT – Internet of Things), краудфандинг, Інтернет-банкінг тощо.

Цифрові технології є особливо актуальними для сфери обслуговування. Якщо торгові й транспортні компанії, підприємства індустрії туризму та гостинності задіють більшу кількість digital-технологій, то вони отримають можливість покращити якість сервісу, що надається, розширити коло споживачів.

Цієї мети можна досягнути шляхом розробки мобільного додатку, який би поєднав вже звичні для туристів послуги (купування інтернет-квитків, бронювання готелів, транспортні послуги, розробку і організацію туристичних маршрутів, обмін валют, тощо) зі створенням соціальної туристичної мереж. Основною функцією такої мережі є інтерактивне формування івент-заходів. Такий додаток повинен містити максимально повну інформацію від регіональних інтернет-споживачів, тобто підтримувати концепцію SMART City.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Дослідження стану та перспектив розвитку подієвого туризму в Дніпропетровській області дозволило нам зробити певні висновки.

Вагомою складовою туристичної індустрії є відвідування різноманітних локацій мільйонами людей кожного року, які вирушають до інших країн, аби на власні очі побачити твори мистецтва чи доторкнутися знакових місць. По всьому світу створюються креативні хаби, які з кожним роком набувають все більшої популярності. Різноманітні фестивалі, ярмарки, виставки, музеї, театри та парки розваг успішно функціонують по усьому світу і, звичайно, в Україні.

Як показав аналіз наукових джерел, подієвий туризм є складним динамічним процесом, який має особливості функціонування. На його розвиток та формування впливають різні фактори: політичні, демографічні, природні, науково-технічні, соціокультурні, економічні, міжнародні та інші. Ці фактори, часто не мають безпосереднього впливу на формування туристичної галузі, але відображаються на ній.

Завдяки особливостям подієвого туризму (створюваній атмосфері свята, індивідуальним умовам відпочинку, незабутнім враженням) він стає дуже популярним сьогодні. Однією з пріоритетних перспектив можна визнати можливість завдяки цьому виду туризму створення нових туристичних дестинацій у різних регіонах.

Подієвий туризм має важливу просвітницьку, пізнавальну, виховну, естетичну, розважальну та економічну функції, так як проведення будь-якої події передбачає залучення різних галузей туристичної індустрії й забезпечує відродження місцевих культурних традицій та звичаїв. Можна стверджувати, що в умовах недостатнього розвитку природного, історико-культурного, інфраструктурного потенціалів подієвий туризм може стати альтернативою туристичного розвитку регіону.

Головною ціллю подієвого туризму виступає не лише відвідування туристом конкретного подієвого заходу, але й його безпосередня участь, «включення» в події, що відбуваються. З нашої точки зору, це набагато важливіше.

Актуальною проблемою сьогодні можна визначити створення сприятливих умов для презентації туристичних можливостей області через можливості подієвого туризму. Це може відбуватися під час представлення експозицій на національних туристичних виставках, ярмарках; створенні єдиної інформаційної бази даних готельних, туристичних, санаторних послуг у регіоні.

Подієвий туризм сприятиме створенню умов для забезпечення сталого розвитку сфери туризму в Дніпропетровській області, що є вагомих чинником формування привабливого інвестиційного клімату для розвитку туристичної галузі, прискорення економічного зростання, підвищення якості життя населення, консолідації суспільства, наповнення бюджетів усіх рівнів.

Подієві заходи й тури сприятимуть підвищенню рівня обізнаності потенційних цільових аудиторій щодо туристичних можливостей області та споживчих переваг українського національного туристичного продукту.

Основними завданнями розвитку подієвого туризму в Дніпропетровській області нами були визначені: необхідність формування і розвиток туристичних дестинацій як територій туристичної привабливості; розробка нових туристичних маршрутів, які розширюють можливості області, можливості ознайомлення з багатою історією та культурою регіону.

Важливою особливістю подієвого заходу є його цілеспрямованість, визначеність програми та цілей. Пріоритетним завданням заходу стає вирішення економічних проблем, мова йде про реалізації запланованих місць, білетів тощо. Організатори намагаються завжди врахувати безпосередній вплив, який будуть відчувати учасники та глядачі. Вплив поширюється через засоби масової інформації, додаткові заходи тощо.

Успішність розвитку подієвого туризму залежить від розробленої і реалізованої стратегії, яка передбачає створення мережі між різними учасниками на основі двостороннього зв'язку, в результаті чого формуються різні взаємозв'язку. Стратегічне планування заходів подієвого туризму - це циклічний процес, що включає сім повторюваних етапів: задачі, створення оргкомітету, маркетингові дослідження, розробка події, оцінювання, коригування тощо.

Подієві заходи є факторами, що стимулюють розвиток туристичної галузі. В період проведення таких заходів активізується діяльність усіх об'єктів туристичної індустрії. Події дозволяють розвивати територію шляхом створення певного іміджу. Деякі події стають візитною карткою регіону і своєю унікальністю впливають на зростання туристичних потоків.

Ми дійшли висновку, що розвиток подієвого туризму матиме різний вплив на депресивні та розвинуті регіони, що дуже важливо враховувати під час розробки стратегії розвитку регіону.

Так, для депресивних регіонів розвиток подієвого туризму є надзвичайно важливим, адже сприятиме збільшенню кількості культурних подій та заходів, які відбуватимуться у регіоні, забезпечуватиме потік гостей у регіон та слугуватиме додатковим джерелом бюджетних надходжень, поштовхом розвитку ринкової та соціальної інфраструктури, нових сфер діяльності та суміжних галузей економіки, передумовою створення додаткових робочих місць.

Для високо розвинутих регіонів подієвий туризм стане додатковою передумовою підвищення їх інвестиційної привабливості. Тому розвиток подієвого туризму в регіонах країни є умовою розвитку індустрії дозвілля та підвищення соціально-економічного розвитку регіонів країни загалом. При цьому, економічний ефект розвитку подієвого туризму забезпечуватиметься покращенням діяльності туристичних фірм та організацій, які займатимуться проведенням заходів.

Важливим стало рішення Дніпропетровської обласної ради про введенню в дію Програми збереження та розвитку об'єктів культурної і природної спадщини, розташованих на території Дніпропетровської області, яку було подовжено до 2025 року.

Головною ціллю подієвого туризму виступає як відвідування туристом конкретного заходу, так і його безпосередня участь, «включення» в події, що відбуваються.

На сьогодні доступ до туристичних послуг масово відбувається за допомогою використання соціальних мереж, комунікаційних платформ тощо. Вищезазначене формує таку категорію споживачів туристичних послуг, як digital-турист, який має можливість вибрати будь-які послуги у сфері туризму за допомогою гаджета й доступу до Інтернету, щоб сформувати власний туристичний продукт. Тому головною потребою туриста стає використання digital-конструкторів, які дають змогу реалізувати його творчий потенціал у поєднанні з туристичними мотиваціями.

Одним із напрямів подієвого туризму є фестивальний туризм. Фестиваль (франц. festival, від лат. festivus - веселий, святковий) - масове святкування, показ чи огляд досягнень музичного, театрального, естрадного, циркового або кіномистецтва. Фестивальний туризм - це широка гама культурно-пізнавальних турів, які організуються для відвідин національних і міжнародних ярмарків і виставок, спортивних змагань тощо.

Проведення фестивалів, у тому числі сільського «зеленого» туризму; активної рекламної діяльності, спрямованої на формування іміджу Дніпропетровської області як туристичного центру і сприятиме входженню до українського та міжнародного туристичного ринку.

Туристична сфера області усе впевненіше заявляє про себе, як дійсно конкуренто спроможна індустрія. Це стосується і Дніпропетровської області, яка сьогодні є важливим індустріальним центром України. Як показало наше дослідження в області створені умови для накопичення економічного потенціалу туристичної галузі і подієвого туризму зокрема; відбувається планомірна робота над укріпленням інфраструктурного потенціалу області; природно-ресурсний та культурно-історичний є важливим і достатнім.

Необхідно зазначити, що кількість видів потенціалу у Дніпропетровській області позитивно впливають на потенціал туристичної галузі, який залежить від поставленої мети, завдань та наявних туристичних ресурсів.

В сучасних складних умовах важливою подією стало Всесвітньою організацією туризму (UNWTO) створення у відповідь на COVID-19 Глобального кризового комітету з туризму (далі – комітет), до складу якого входять ВООЗ (Всесвітня організація охорони здоров'я), ІКАО (Міжнародна організація цивільної авіації) та ІМО (Міжнародна морська організація) [56].

Приватний сектор представлений Міжнародною радою аеропортів (ACI), Міжнародною асоціацією круїзних ліній (CLIA), Міжнародною асоціацією повітряного транспорту (IATA) та Всесвітньою радою туризму та

туризму (WTTC). Комітет напрацьовує план відновлення сектору, готує пакет технічної допомоги для відновлення (Recovery Technical Assistance Package) та забезпечує лідерство у сприянні здійснення урядами заходів для життєдіяльності сфери та захисту найбільш вразливих членів суспільства.

Комітет оприлюднив перший пакет рекомендацій для термінового вжиття урядами та приватним сектором за трьома основними напрямками [28]:

1. З метою пом'якшення наслідків кризи прикласти зусилля для збереження робочих місць, підтримки самозайнятих працівників, забезпечення ліквідності туристичного сектору, сприяння розвитку навичок та перегляду податків, зборів та норм, що стосуються подорожей та туризму.

2. Надання фінансових стимулів, включаючи сприятливу податкову політику, скасування обмежень на туристичні поїздки, як тільки це дозволить ситуація, сприяння спрощенню оформлення віз, підвищенню маркетингу та довірі споживачів. Рекомендації також передбачають визначення сфери туризму в центрі національної політики відновлення та планів дій.

3. Рекомендовано приділяти більше уваги вкладу сектору в Порядок денний сталого розвитку та формувати стійкість до навчання з уроків сучасної кризи. Рекомендації закликають уряди та суб'єкти приватного сектору розробляти плани готовності та використовувати цю можливість для переходу до циркулярної економіки.

Туристично-рекреаційний потенціал Дніпропетровської області має сприятливі природні особливості, які також сприяють розвитку подієвого туризму в регіоні. Мова йде про наявність змішаних лісів і степової зони, водних ресурсах, які вважають вченими унікальними. Визначеним як достатнім для розвитку туризму є культурно-історична спадщина регіону та її етнографічний потенціал. Йдеться про народні промили, ремесла, на традиціях яких будується фестивальна культура регіону.

«Туристична сфера області усе впевненіше заявляє про себе, як дійсно конкурентно спроможна індустрія, що відчутно сприяє економічному розвитку Дніпропетровщини та зростанню добробуту громадян» [12].

У Дніпропетровській області на державному обліку перебуває 11,9 тисяч нерухомих пам'яток, в тому числі 318 пам'яток архітектури, переважно XVIII–XX ст. [16].

Найвідомішими туристичними об'єктами є культурно-архітектурні пам'ятки в с. Старі Кодаки, місця боїв козацьких військ з польською шляхтою, історико-культурні пам'ятки Дніпропетровська, садиба-музей Д. І. Яворницького; місця, пов'язані з форсуванням Дніпра в роки другої світової війни, скіфські кургани IV ст. до н. е., місця розташування козацьких січей, музей ужиткового мистецтва Петриківського художнього орнаменту в с. Петриківка та ін.

Нами були визначені основні шляхи вирішення проблеми туристичної інфраструктури в області:

- Пошук інвесторів та джерел фінансування для проведення різноманітних подієвих заходів;
- Створення розвиненої мережі туристично-інформаційних центрів, які б надавали консультаційні послуги споживачам;
- Активна співпраця з засобами масової інформації та виданнями, у тому числі інтернет-виданнями, для яких цікавою буде тема туристичного спрямування в цілому та розвиток подієвого туризму зокрема;
- Для проведення екскурсій та організації різноманітних подорожей розробити інформаційну систему як дорожніх знаків так і інших знаків, які б інформували громадськість про наявні туристичні маршрути та туристичні об'єкти з використанням інших мов спілкування;
- Продовжити роботу над стандартизацією та рівнем обслуговування туристів у готелях щодо відповідності міжнародним вимогам.

Вирішення цих проблемних питань у Дніпропетровській області дозволить більш ефективно розвиватися подієвому туризму і взагалі внутрішньому туризму та збільшить зростання туристичних потоків з інших країн.

За оцінками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), саме подієвий туризм, або, як його ще називають, івент-туризм, є одним із найперспективніших видів туризму.

На нашу думку, важливим аспектом є врахування того факту, що саме подієвий туризм розширює коло туристичних послуг, адже туристи під час участі у подієвих турах можуть бути учасниками значущих історичних, культурних подій в різних сферах життя суспільства. Це дозволить їм накопичити емоційний позитивний досвід спілкування, накопичити враження від різних подій, розширити свій світогляд тощо. Для сучасної людини цей фактор є важливим, адже прагнення її до цікавого й прекрасного не зникає ні при яких обставинах життя

Такі поїздки залишаються в пам'яті як одні з найяскравіших моментів в житті, адже дозволяють побачити те, що більше ніколи не відбудеться: церемонії коронації та інавгурації глав держав, спортивні змагання, покази мод, концерти світових зірок, фестивалі, карнавали, шоу та багато іншого.

Подія, як туристичний ресурс, має яскраво виражений мультиплікаційний ефект - вона «змушує» розвиватися різні сектори туристичної індустрії для ефективнішого використання власного потенціалу громади. Це, в свою чергу, впливає на формування тимчасових туристичних потоків, урізноманітнює регіональний туристичний продукт, стимулює розвиток обслуговуючих супутніх виробництв.

Важливим є те, що популярність подієвого туризму базується на трьох взаємопов'язаних аспектах: поведінка людей, їх вольовий вибір; емоції, настрої та установки; пізнання, усвідомлення та розуміння події. Долучення споживачів до подієвих турів дозволить ознайомитися з культурою,

традиціями, духовним життям інших країн світу; активізуватиме спілкування з однодумцями; викличе бажання до нового, незвіданого, унікального; надасть можливість відчувати себе частиною грандіозного дійства; можливість відпочинку (духовного й фізичного) тощо.

Ми дійшли висновку, що серед подій, які є найвідвідуванішими в Україні, чільне місце посідають саме фестивалі. Зауважимо, що об'єктом фестивального туризму є культурно-історичний об'єкт чи подія, які мають певну систему ознак і специфічні культурні форми організації та проведення. Фестивальний туризм чітко регламентований, приурочений певній події, доповнює і стимулює розвиток подієвого туризму в цілому. Цінним є «синергетичний» ефект впливу на розвиток різних секторів економіки та туристичної індустрії території цього підвиду подієвого туризму.

Важливим для Дніпропетровської області є створення можливостей для того, щоб відбувався процес накопичення подієвих ресурсів.

Основним завданням стратегії «Дніпро 2030» «Місто як екосистема. Нова стратегія, нова візія, нові стратегічні цілі» є розробка власної стратегії пришвидшення розвитку туризму в цілому і подієвого зокрема за рахунок існуючого потенціалу та розробка новітніх напрямків.

Відповідно до стратегії кожне місто повинно стати поліфункціональним, мати чітку орієнтацію на новітні технології, високі стандарти комфорту повсякденного життя та розвинену інфраструктуру.

В контексті нашої проблеми важливим є формування такого простору міста, в якому подієві тури з випадкових переходять в категорію постійних. Зауважимо, що подієві ресурси охоплюють та сприяють найбільш суттєвим проявам сучасного суспільного буття із його спрямованістю на екологізацію, формування особливостей етичної поведінки людини в суспільстві, подолання певних стереотипів, через засвоєння їх форм реалізації в процесі активної участі у подієвому дійстві.

Маємо зауважити, що недостатньо уваги приділяється проблемі впливу подієвого туризму на формування іміджу території або міста, де проводиться захід. Мова йде частіше за все лише про інфраструктуру та систему послуг, які повинні приваблювати туристів та створювати економічні вигоди. Ми повністю погоджуємося з думкою про те, що Дніпропетровська область має достатньо значущі резерви туристично-рекреаційного потенціалу: природні можливості області, яка знаходиться на кордоні змішаних лісів та степової зони, і унікальні водні ресурси; культурно-історичну спадщину; етнографічно-культурний потенціал (народні промисли та ремесла).

Ми вважаємо, що розвиток подієвого туризму буде успішним за умов стратегічного планування подієвих заходів. Актуальним є створення яскравих подій, масштабних, які мотивуватимуть відвідувати регіон, зацікавлять подіями, які повинні мати сильну інформаційну підтримку. Потрібно працювати над пошуком ефективних форм взаємодії різних суб'єктів ринку туристичних послуг, в процесі якої будуть створені нові туристичні продукти.

Важливим фактором є розвиток як традиційних, так і нових для регіону подієвих заходів; формування сучасної системи підготовки та перепідготовки кадрів з урахуванням вимог подієвого туризму; розробка туристичної карти регіону, створення та розвиток спортивних, оздоровчих та інших центрів районів і міст, туристичних маршрутів та ін.

Чинниками, що перешкоджають розвитку подієвого туризму в регіоні можна визначити: нерозвиненість туристичної інфраструктури; незадовільний стан об'єктів туризму; недостатній рівень розвитку сфери додаткових послуг; відсутність системи статистичної політики інформації тощо.

Розвиток подієвого туризму як складову індустрії гостинності та дозвілля сприятиме поширенню інформації про Україну та її регіони, їх історичні особливості, можливості розвитку тощо.

Реалізація запропонованих рекомендацій щодо розвитку подієвого туризму України дозволить сформувати сталий імідж України як туристично привабливої країни; створити повноцінну туристичну галузь України як одну з бюджетоутворюючих, економічно та соціально ефективних; забезпечення потенціалу для подальшого розвитку подієвого туризму України; досягнути нового рівня якості життя мешканців регіонів України; сформувати стабільний в'їзний потік до України; створити комфортні умови для проведення дозвілля мешканців та перебування гостей України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів / Київський ун-т туризму, економіки і права. К. : Знання України, 2002. 351 с.
2. Бартошук О. В. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід) // Держава і регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2011. №2. С. 62–68.
3. Бейдик О. О . Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика налізу, термінологія, районування [Текст] / О. О. Бейдик. К. : ВПЦ «Київ ун-т», 2001. 395 с.
4. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреалогії та рекреаційної географії. К. : Палітра, 1998. 130 с.
5. Біла С. О. Стратегічні пріоритети розвитку туристичних послуг в Україні та перспективи підвищення їх конкурентоспроможності на світовому ринку // Стратегія розвитку України. № 1. 2016. С. 17–23.
6. Бойко М. Г. Економіко-предметне обґрунтування розвитку термінологічного апарату туризму / М. Г. Бойко, Г. І. Михайліченко // Економіка та держава. 2010. № 3. С. 47–49.
7. Бондаренко Л. А. Дослідження програм розвитку туризму в регіонах України. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. (8), 5–10. 2023. <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-8-1>
8. Вдовіна В. О. Подієвий туризм як складова культурної комунікації. Матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. конф. «Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації» (м. Київ, 14-15 квітня 2022 р.). К.: КНУКІМ, 2022. С. 88–90.
9. Величко В. В. Організація рекреаційних послуг / Навчальний посібник. Харків: Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова, 2013. 202 с.
10. Вовк К. М. Теоретична сутність поняття «Подієвий туризм» та прикладні аспекти його використання. Проблеми і перспективи економіки і управління. № 3(19). 2019. С. 184–194.
11. Головне управління статистики у Дніпропетровській області України [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.dnestrstat.gov.ua/>. (дата звернення: 17.04.2023).
12. Голод А. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування: монографія / А. Голод. Львів: ЛДУФК, 2017. 340 с.
13. Державне агентство України з туризму та курортів [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/> 114 (дата звернення: 16.04.2023).
14. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (дата звернення: 10.01.2023).

15. Закон України «Про туризм»: від 15 вересня 1995 р. (зі змінами) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua> (дата звернення: 17.04.2023).
16. Євдокименко В. К. Регіональна політика розвитку туризму. Чернівці: Прут, 1996. 287 с.
17. Кифяк В. Ф. Організація туризму. Чернівці : Книги – ХХІ, 2011. 344 с.
18. Кифяк В. Ф. Стратегія розвитку територіальних рекреаційних систем: теорія, методологія, практика : монографія. Чернівці : Книги – ХХІ, 2010. 432 с.
19. Ключковська В. О., Ключковський О. В. Стан та перспективи розвитку подієвого туризму у Вінницькій області. Економіка і організація управління. № 1 (33) 2019. С. 110–115.
20. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любіцева. К. :Альтерпрес, 2002. 436 с.
21. Мальська М., Паньків Н. Туристично-ресурсний потенціал території : підручник / Марта Мальська, Наталія Паньків. Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В. 2022. 534 с.
22. Мальська М. П., Грицишин А. Т., Білоус С. В., Топорницька М. Я. Фестивальний туризм: теорія та практика: навч. посібник / М. П. Мальська, А. Т. Грицишин, С. В. Білоус, М. Я. Топорницька. Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. 232 с.
23. Масляк П. О. Країнознавство: Підручник. К. : Знання, 2007. 292 с.
24. Михайлова І. О. Інформаційні системи і технології в туризмі: [навч.-метод. посіб.] / І. О. Михайлова, О.В. Хитрих. Луганськ, 2008. 100 с.
25. Остапчук В. В. Історія туризму: [навч. посіб.] / В. В. Остапчук, П. Ф. Коваль, Г. П. Андрєєва. Ніжин: НДУ ім. Миколи Гоголя, 2008. 143 с.
26. Офіційний сайт World Tourism Organization. UNWTO [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www2.unwto.org/ru> (дата звернення: 17.04.2023).
27. Паньків Н. Є. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні на прикладі розробленого івент-туру «Відкрий для себе покуття» / Н. Є. Паньків, В. Р. Мороз // Науковий вісник НЛТУ України. № 5. 2018. С. 78.
28. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів / Під заг. ред. проф. В. К. Федорченка. К. :Юрінком Інтер, 2002. 640 с.
29. Писарева І. В., Радіонова, О. М., & Приходько М. Д. Розвиток подієвого туризму та його вплив на просування території. Економічний простір, (161). 2002. С. 104–109. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/161-19>
30. Пічик К. В. Івент-маркетинг як сучасний інструмент впливу на споживача [Електронний ресурс] / К. В. Пічик // Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. 2016. Т. 1, вип. 1. С. 145–148. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMAe_2016_1_1_22.

31. Програму розвитку туризму у Дніпропетровській області на 2014 – 2022 роки” (зі змінами) та продовження терміну дії Програми до 2025 року <https://oblrada.dp.gov.ua/rishennia/%d0%bf%d1%80%d0%be-%d0%b2%d0%bd%d0%b5%d1%81%d0%b5%d0%bd%d0%bd%d1%8f-%d0%b7%d0%bc%d1%96%d0%bd-%d0%b4%d0%be-%d1%80%d1%96%d1%88%d0%b5%d0%bd%d0%bd%d1%8f-%d0%be%d0%b1%d0%bb%d0%b0%d1%81%d0%bd%d0%be-130/>

32. Про погодження проєкту змін до Програми розвитку туризму у Дніпропетровській області на 2014 – 2022 роки та продовження терміну її дії 92 до 2025 року [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://adm.dp.gov.ua/npas/pro-pogodzhennya-proyektu-zmin-do-programirozvitku-turizmu-u-dnipropetrovskij-oblasti-na-2014-2022-roki-ta-prodovzhenyaterminu-yiyi-diyi-do-2025-roku>

33. Радіонова О. М. Сучасні форми організації роботи персоналу в івентсфері / О. М. Радіонова // Наукові записки Національного університету «Острозька Академія» : Серія «Економіка». 2017. № 6 (34). С. 15–18.

34. Радіонова О. М. Івент-технології : навч. посібник / О. М. Радіонова ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 168 с.

35. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу. Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.

36. Стан і нові можливості соціально-економічного розвитку Дніпропетровської області : монографія / за заг. ред. О. Ю. Бобровської. Дніпро : ДРІДУ НАДУ, 2019. 276 с.

37. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р [Електронний ресурс]. Режим доступу: zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p. (дата звернення: 11.03.2023).

38. Стратегія розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://adm.dp.gov.ua/pro-oblast/rozvitok-regionu/strategiya-rozvitku/proekt-strategiyi-rozvitkudnipropetrovskoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku> (дата звернення: 17.05.2023).

39. Тищенко П. В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону / П. В. Тищенко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. 2011. Спецвип. 33. Ч. 4. С.124–128.

40. Тищенко П. В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону [Електронний ресурс] / П. В. Тищенко // Науковий вісник Ужгородського університету. №33. 2011. С. 124–125. Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/tyschenko.htm

41. Туризм та креативні індустрії: сучасні виклики : зб. наук. праць Всеукр. наук.-практ. конф., 12–13 трав. 2022 р. Дніпро : Біла К. О., 2022. 111 с.

42. Туристична діяльність. Нормативна база [навч. посіб.]. / Роїн О. М. Смаль І. В. К. : КНТ, 2005. 448 с.
43. Туристична асоціація України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.tau.org.ua> (дата звернення: 10.05.2023).
44. Устименко Л. М. Освітній туризм як історико-культурне явище. Культура і сучасність. 2013. № 1. С. 88–92. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kis_2013_1_17. (дата звернення: 15.03.2023).
45. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії: навчальний посібник. / Н.В. Чорненька. К. : Атіка, 2006. 264 с.
46. Черевичко Т. В. Туризм в контексті інформаційної економіки [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://infotour.in.ua/cherevichko2.htm> 2. (дата звернення: 17.04.2023).
47. Шикіна О. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України / О. Шикіна, В. Олійник // Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 12. С. 460–463.
48. Школа І. М. та ін. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посіб. / За ред. проф. І. М. Школи. Чернівці: Книги – ХХІ, 2005. 596 с.
49. Школа І. М. Розвиток туристичного бізнесу регіону: [монографія] / І.М. Школа, Т.М. Ореховська. Чернівці: Книга – ХХІ, 2007. 292 с.
50. Щука Г. П., Ковальська Л. В., Безрученков Ю. В. Подієвий туризм: уточнення базових характеристик. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2022. Вип.7. С. 70–76.
51. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія / Н. В. Фоменко. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. 312 с.
52. <http://www.world-tourism.org> / Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. (дата звернення: 17.04.2023).
53. www.ukrstat.gov.ua / Офіційний сайт Державного комітету статистики України (дата звернення: 10.04.2023).
54. Eurostat [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php/Tourism_statistics (дата звернення: 17.01.2023).
55. UNESCO World Report: Investing in Cultural Diversity and Intercultural Dialogue [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755e.pdf>. (дата звернення: 17.04.2023).
56. UNWTO Tourism Highlights, 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899> (дата звернення: 10.03.2023).
57. <https://wttc.org/about/contact-us> / Всесвітня рада з туризму та подорожей (дата звернення: 27.02.2023).

ДОДАТКИ

Додаток А

Види подієвого туризму в Україні



Додаток Б

Вид ресурсів	Тематика	Приклади подій
Громадські	<i>Гастрономічні фестивалі</i>	Пивний фестиваль «Октоберфест» (Мюнхен, Німеччина), свято молодого вина Божоле Нуво (Франція), фестиваль морепродуктів на о. Гров (Іспанія), «Свято меду» (Мукачеве, Закарпаття)
	<i>Фестивалі і виставки квітів</i>	Виставка тюльпанів (Нідерланди), фестиваль квітів у Челсі (Велика Британія), свято троянд (травень) і жасмину (серпень) у Грассі (Франція), фестиваль хризантем (Японія), фестиваль квітів (Таїланд), виставка квіткових експозицій на Співочому полі (Київ)
Мистецькі	<i>Музичні та театральні фестивалі і конкурси</i>	Музичний конкурс «Євробачення», фестиваль джазу в Монтре (Швейцарія), «Слов'янський базар» (Білорусь), «Нова хвиля» (Латвія), «Таврійські ігри» (Україна), Фестиваль художнього драматичного мистецтва (Франція)
	<i>Кінофестивалі</i>	Канський (Франція), Берлінський (Німеччина) кінофестивалі, кінофестиваль «Молодість» (Україна), «Кінотавр» (Росія)
	<i>Фольклорні обряди, свята і фестивалі</i>	Midsummer's Day (Велика Британія), фестиваль кельтської музики (Франція), фольклорний фестиваль у Шешорах (Україна)
Спортивні	<i>Спортивні змагання</i>	Літні і зимові Олімпійські ігри, чемпіонати світу і Європи з футболу й інших видів спорту, спартакіади
	<i>Ралі, перегони і регати</i>	Перегони Формули-1, міжнародні автоперегони, напр. Париж – Дакар, регати: Vendee Globe, Volvo Ocean Race
	<i>Спортивні фестивалі</i>	«Лижний фестиваль» (Норвегія), «Перегони човнів» (Велика Британія)
Культурно-історичні	<i>Театралізовані шоу</i>	Шоу Lord of the Dance (Велика Британія), «Кіноспенія» (Франція), "Наше Різдво" (Україна)
	<i>Карнавали</i>	Карнавал в Новому Орлеані (США), Венеціанський карнавал Італія), карнавал в Ріо-де-Жанейро (Бразилія), карнавал в Мацатлані (Мексика)
	<i>Національні фестивалі і свята</i>	Фестиваль Святого Патрика (Велика Британія, Ірландія), «Парад кохання» (Німеччина), весняні та осінні фестивалі (Китай), Дівалі або «Фестиваль Вогнів» (Індія)
Економічно-політичні	<i>Аукціони</i>	Сотбі'с, Крісті'с (твори мистецтва, антикваріат, Велика Британія), NAFA (хутра, Канада), Гелос (твори мистецтва, Росія), FFS (хутра, Фінляндія), Flora Holland (квіти, Нідерланди)

<i>Покази мод</i>	Тижень високої моди в Парижі (Франція), Milano Moda Donna (Італія), Тижні моди Mercedes-Benz
<i>Ярмарки і виставки</i>	«Райзен Гамбург» (туристичний ярмарок, Німеччина), Брюссельський міжнародний книжковий ярмарок (Бельгія)
<i>Автомобільні й авіаційні салони</i>	Детройтський (США), Франкфуртський (Німеччина), Лондонський (Велика Британія), Женевський (Швейцарія), Токійський (Японія) автосалони, авіасалон в Ле Бурже (Франція), авіасалон на о. Лангкави (Малайзія)
<i>Політичні й економічні форуми</i>	Всесвітній економічний форум у Давосі (Швейцарія), Генеральна асамблея ООН, зустрічі світових лідерів

Додаток В



Регіональні рівні конкуренції м. Дніпро

Додаток Г

Книжковий фестиваль «Book Space»: місце інтелектуальної дискусії
Україна, Дніпропетровська область, м. Дніпро



Додаток Д

Міжнародний книжковий фестиваль «Book Space»



Дніпро ГогольFest: свобода самовираження та відкритість до пізнання
Україна, Дніпропетровська область, м. Дніпро



Всеукраїнський науково-технічний фестиваль «BestRoboFest»

