

<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D0%B2%D0%B0> – Назва з екрана.

3.Кавовий туризм [електронний ресурс]/ Кавовий туризм. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/1256060743567/turizm/kavoviy\\_turizm](http://pidruchniki.com/1256060743567/turizm/kavoviy_turizm) – Назва з екрана.

4. Кавовий туризм: куди поїхати за смачною кавою [електронний ресурс]/ Кавовий туризм: куди поїхати за смачною кавою. – Режим доступу: [<http://vilebrequin.com.ua/hobi-ta-dozvillja/kavovij-turizm-kudi-poihati-za-smachnoju-kavoju.html>] – Назва з екрана.

5. Львів. Кава. Любов: збірка/укл. і передм. Н.Нікалео. – Харків: Л89 Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2016. – 272 с.

6. Туризм у Львові [електронний ресурс]/ Туризм у Львові . – Режим доступу: <http://www.lviv.ua/uk/tourism/> – Назва з екрана.

**Бем Є.**, студентка

Науковий керівник:

Орлова О. В., к.мист., доцент,

ВП «КНУКіМ», м. Миколаїв

## **ПРАКТИКИ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ**

Одним із перспективних напрямів за оцінками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) є подієвий або ж івент (event) туризм. Слово Event (подія, захід) в англійській мові має дуже багато значень, як соціально-культурне, так і технічне і навіть філософське, або ж запланована соціально-суспільна подія / захід, яка відбувається в певний час і з певною метою, і має певний резонанс для суспільства. До видів івенту (event) можна віднести: фестивалі, карнавали, паради, святкування; конференції, форуми, симпозіуми, круглі столи; освітні заходи: семінари, тренінги, курси підвищення кваліфікації; спортивні змагання (наприклад, Олімпійські ігри); концерти, покази фільму, театральні постановки; ювілеї, весілля, торжества; ділові події: виставки, ярмарки, торговельні шоу, презентації, відкриття підприємств, прийоми, заходи, пов'язані з просуванням торговельної марки і т. д.

У сучасному світі сформувалася ціла індустрія щодо організації подій, яка поділяється за характером події та кінцевою метою. Значення подієвого туризму зводиться до відвідин подій, які відбуваються в інших країнах, тобто, основна ціль подорожі присвячена події в якій турист прийматиме пасивну (спостерігача) або активну участь. Це є унікальний вид туризму, оскільки за характер невичерпний.

Подієвий туризм можна розглянути за категоріями, що відібрані за масштабом подій. За цією ознакою виділяють національні та міжнародні події.

У науковій літературі всі події, що сприяють розвитку подієвому туризму згруповують і класифікують за трьома напрямками: спортивні (чемпіонат, олімпіада, ігри, індивідуальні спортивні зустрічі, кубки, престижні змагання і т.д.); ділові (виставка, конференція, семінар, форум); культурно-пізнавальні (зарубіжна прем'єра, театральна постановка, фестиваль, концерт, перфоманс, карнавал, шоу); економічні і політичні, громадські. Доцільно виокремити ще один напрямок – релігійний. На даний час окремі туроператори розробляють туристичний продукт у честь святкування релігійних свят: Водохреща, Пасхи та ін., де туристи мають можливість духовно-культурного збагачення та ознайомлення з обрядами, традиціями й звичаями святкування у певних народів. З формальної точки зору індустрія свята народилася в 1800-х роках, з початком продажу квитків на професійні спортивні заходи, і пізніше вона поступово трансформувалася. Вважається, що сама професія організатора сформувалася в 1950-х роках, а почалося все з відкриття в 1955 році. Діснейленда», - така думка про «нову» історію туризму одного з самих відомих івент-менеджерів світу Джо Голдблатта .

При цьому, насправді організація масштабних подій, яка збирала велику кількість туристів проходила іще в стародавньому світі: Олімпійські ігри у Греції, гладіаторські бої у Римській імперії, рицарські турніри у Середньовічній Європі.

Слід відзначити, що розвитку певним видам сучасного подієвого туризму сприяли масові гуляння, які влаштовувалися в честь зустрічі воїнів-переможців. В Україні івент-індустрія бере початок з 90-х рр. ХХ століття. Історично склалося так, що в самостійну сферу івент виділився лише за останні двадцять років. Цей підйом викликаний відповідністю потребам людей, які у всі часи хотіли отримати нові враження, стати частиною подій, впливати на їх хід і отримати радісне відчуття причетності до чогось більшого. Слід відзначити, що в Україні подієвий туризм розвивається повільно. Тільки з 2002 р. туристичні фірми почали пропонувати послуги з організації подієвих поїздок. Збільшення в'їзного туризму в Україні у зв'язку з подіями не є систематичним і пов'язано з такими подіями як, до прикладу, Євробачення, Євро-2012. Більшість подій в Україні місцевого й регіонального масштабу, що не приваблює навіть українських туристів і не сприяє розвитку в'їзного туризму.

У процесі формування подієвого туру враховуються такі чинники, як розташування готелю, її архітектура, інтер'єр номерів, наявність ресторанів і

пунктів живлення. наявність магазинів, пам'яток, доставка до місця події, послуги гіда, перекладача. Від даних умов залежить вартість туру.

Не менш важливим елементом діяльності туркомпанії є фінансове забезпечення. Адже, турфірма за власні кошти бронює квитки на заходи, місця у готелях і т.д. Це формує ризик у діяльності туркомпанії, що є також однією із специфічних особливостей подієвого туризму. Як результат, цільова аудиторія подієвого туризму – це забезпечені туристи з доходом вище середнього, а також організовані групи з 5 і більше чоловік.

Важливою передумовою організації подієвого туру є своєчасне інформування та рекламування події, загальнодоступність до інформації про неї та організація її систематичного проведення. Це дає можливість туристичним фірмам планувати подієву поїздку заздалегідь. З цією метою на державному рівні:

- потрібно розробити календар подій, які можуть зацікавити туристів;
- забезпечити фінансування витрат пов'язаних з маркетинговими заходами та організацією події. Подія може стати центром приваблення туристів, тобто, туристичною, якщо її інформаційна підтримка проводиться протягом 0,5-1 року до початку. При цьому витрати на рекламу і маркетинг повинні бути не меншими ніж організаційні витрати.
- забезпечити систематичне проведення події.
- організувати рекламні заходи на державному рівні.
- за рахунок економічних механізмів (наприклад, зниження податків) стимулювати туристичні підприємства, що розробляють туристичні продукти на основі подієвого туризму.
- організувати підготовку спеціалістів для розвитку тематичних та подієвих турів.
- розробити логістику для кожної події.
- розробити інфраструктуру під проведення кожної події.

Одним з яскравих прикладів подієвого туризму є музичний фестиваль Atlas Weekend, який був заснований в Україні в 2015 році.

Його організаторами виступають нічний клуб «ATLAS», на честь якого фестиваль і дістав свою назву, і РМК Event Agency.

Основна мета Atlas Weekend – розвиток фестивальної культури в країні, залучення іноземних туристів в Україну і світова популяризація української музики.

Впродовж трьох фестивальних днів своєї програми на сценах фестивалю виступають музиканти з України, Білорусі, Європи, США тощо.

Прекрасним доповненням до музичної частини завжди є : театральні вистави, арт-перформанси, спортивні і дитячі зони, десятки відкритих локацій з розвагами і можливістю відпочинку для усієї сім'ї, зона ярмарку, гастрономічна зона і багато що інше.

Створений досить недавно, фестиваль вже став досить відомим та приваблює туристів з багатьох країн.

Фестиваль поділений на декілька зон, де кожний зможе знайти для себе щось по душі.

- Арт-резиденція Гогольfest

"НепрОсті" - новий дуже цікавий проект Влада Троїцького, який той підготував спеціально для ATLAS WEEKEND. У арт-резиденції ГогольFest пануватиме справжня абстрактна атмосфера. Завдяки оригінальним інсталяціям, кінопоказам, перформенсам, театру і багатьом іншим активностям проходячи по резиденції, кожен з відвідувачів фестивалю зможе на якийсь час перенестися в інші світи: сучасної драматургії, Шекспіра, Фелліні, Прохасько або Кафки.

- Арт-сцена

Сцена для прихильників театру, тихих акустичних представлень і хорошої літератури.

- FOOD – зона;

- Зона співтовариства " життєлюб" ( призначена для людей похилого віку);

- Автограф-зона

У кожного, хто відвідає Atlas Weekend, буде шанс зустрітися з улюбленим артистом. Зробити це буде можна в лаунж-зоні karabas.com. Тут відвідувачі фестивалю зможуть узяти автограф у улюблених груп і виконавців, зробити з ними спільне фото і поставити своє питання. На локації працюватиме фотограф, усі фотографії публікуватимуться в альбомах фестивалю в соціальних мережах karabas.com - в Facebook і ВКонтакте;

- Harley davidson zone

Справжній святковий бунт під рев десятків моторів! У цій зоні чекають усіх, чиє серце завмирає побачивши крутого мотоцикла і гуркоті мотора. Бик-родео, розіграші цінних призів, тату і бодиарт, виставка кастом-мотоциклів, бар з байкерськими коктейлями і ще безліч розваг. У зоні Harley Davidson кожен зможе себе відчути сьогоднішнім байкером!

Важливо відмітити, що даний вид подієвого туризму є одним з ефективних чинників збагачення економіки країни, завдяки масовому напливу туристів.

Зрозуміло, що подієвий туризм є перспективним видом туризму з невичерпним ресурсним потенціалом. Однак, на державному рівні обов'язково потрібна підтримка, треба розробити маркетингові заходи, з метою просування подієвого туризму на міжнародний ринок.

#### Список використаних джерел:

1. Бекнур К. Франчайзинг в Казахстане [Електронний ресурс] / Кисиков Бекнур. - Алмата: BookinEast, 2007. - Режим доступу:<http://www.cafla.com/eventfranchising.htm>. – Назва з екрана.
2. Долженко Г.П. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России / Г.П. Долженко, А.В. Шмыткова // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. – 2007. – №6. – С.116-119.
3. Костюк О. История ивента / О. Костюк // Теория и практика организации специальных мероприятий. - 2008. - №3. - С.17-21.
4. Музичний фестиваль [Електр. ресурс]. Режим доступу: <http://atlasweekend.com>. – Назва з екрана.
5. Событийный туризм [Електронний ресурс] / Сторінка «Событийный туризм» сайту ТзОВ «МАКІНТУР». - Режим доступу:<http://www.makintour.com/node/545>. – Назва з екрана.

**Бондюченко Ю.В.**, студентка  
Науковий керівник: Гаврилова О. В.,  
к.п.н., доцент, ВП МФКНУКІМ,  
м. Миколаїв

### ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ КІНБУРНЬСЬКОЇ КОСИ

На сучасному етапі становлення України існує нагальна потреба у розвитку внутрішнього туризму. Вкрай несприятливі наслідки економічної ситуації в країні, закриття Кримського півострову, складність отримання віз та виїзду з країни – саме ці проблеми дають змогу розкрити туристичний потенціал України.

Мета статті – дослідити туристичні можливості такої рекреаційної зони як Регіональний ландшафтний парк «Кінбурнська коса».

На сьогоднішній день там діють такі туристичні комплекси як: «Пелікан», який представляє собою готель, що діє цілорічно. Тут пропонують відпочинок з