

УДК 355.6

DOI: 10.33813/2224-1213.28.2022.9



Ілляшенко Інна Олегівна

кандидат економічних наук, доцент,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
ORCID iD: 0000-0001-7849-9890
inna.illyashenko@gmail.com

Громоздова Лариса Василівна

кандидат економічних наук, професор,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
ORCID iD: 0000-0002-4077-9229
gromozdovag@gmail.com



Шевчук Оксана Василівна

кандидат економічних наук, доцент,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
gromozdovag@gmail.com

Бойко Наталія Олександрівна

кандидат педагогічних наук, доцент,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
ORCID iD: 0000-0003-2636-0533
natali_b2808@ukr.net



Медвідь Ганна Сергіївна

асистентка кафедри регіоналістики і туризму,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
ORCID iD: 0000-0002-5470-704X
Annamgm18@gmail.com

ІВЕНТИ ТА КРАЄЗНАВЧІ ЗАХОДИ ЯК РЕКРЕАЦІЙНИЙ РЕСУРС У КУРОРТНО-ОЗДОРОВЧИХ ЗАКЛАДАХ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Мета статті полягає в дослідженні івентів і краєзнавчих заходів як рекреаційного ресурсу в курортно-оздоровчих закладах у післявоєнний період.

Методологія дослідження передбачала використання загальнонаукових методів (аналіз, синтез, конкретизація, класифікація) і спеціальних (системно-структурні дослідження, економічний аналіз).

Наукова новизна отриманих результатів полягає в конкретизації змісту поняття «івент-туризм» як особливого виду туризму, що має невичерпний потенціал, вдало поєднується з іншими видами туризму та сприяє поліпшенню роботи рекреаційних і курортно-оздоровчих закладів у післявоєнний період.

Висновки. Встановлено, що в основу будь-якого івенту обов'язково закладена ідея, яка приваблює туристів і є визначальним чинником їх вибору серед інших турів. Івент-туризм і краєзнавчі заходи в нашій країні мають гарні перспективи, проте є умови, що стримують їх розвиток у регіонах України. Зокрема, це воєнні дії на території України, недостатньо розвинена туристична інфраструктура, дефіцит кваліфікованих кадрів в івент-індустрії, відсутність належної уваги до розробки подієвого календаря, низька ділова й інвестиційна активність міст.

Ключові слова: івент-туризм, курортно-оздоровча сфера, туристично-рекреаційна галузь, краєзнавчі заходи, івент-індустрія.

Inna Illiashenko

PhD (Economics),

Kyiv National Economic University named after Vadim Hetman

Larysa Hromozdova

PhD (Economics), professor,

Kyiv National Economic University named after Vadim Hetman

Oksana Shevchuk

PhD (Economics),

Kyiv National Economic University named after Vadim Hetman

Nataliia Boiko

PhD (Pedagogical),

Kyiv National Economic University named after Vadim Hetman

Hanna Medvid

assistant department,

Kyiv National Economic University named after Vadim Hetman

Events and local history events as a recreational resource in resort and health institutions in the post-war period

The purpose of the article is to study events and local history activities as a recreational resource in health resorts in the postwar period.

The research methodology included the use of general scientific methods (analysis, synthesis, specification, classification) and special (system-structural research, economic analysis).

The scientific novelty of the results is the concretization of the concept of «event tourism», which is considered a special type of tourism that has inexhaustible

potential and successfully combines with other types of tourism and improves recreational and health facilities in the postwar period.

Conclusions. It has been established that any event is based on an idea that attracts tourists and is a determining factor in their choice among other tours. Despite the prospects for the development of event tourism and local history activities in our country, we can identify a number of factors that hinder the development of this type of tourism in the regions of Ukraine. These include: hostilities in Ukraine, insufficiently developed tourist infrastructure, shortage of qualified personnel in the event industry, lack of proper attention to the development of the event calendar, low business and investment activity of cities. Event tourism in the post-war period is not only a promising segment of the world tourist market, but also a bright, multifaceted, infinitely exciting tool for promoting a dynamically developing territory. Thus, the concept of development of the regions of Ukraine in the postwar period on the basis of event tourism and local history activities is very promising, as it gives a relatively rapid and positive economic effect.

Key words: *event-tourism, resort-health sphere, tourist-recreational branch, local lore events, event-industry.*

Иляшенко Инна Олеговна

*кандидат экономических наук, доцент,
Киевский национальный экономический университет
имени Вадима Гетьмана*

Громоздовая Лариса Васильевна

*кандидат экономических наук, профессор,
Киевский национальный экономический университет
имени Вадима Гетьмана*

Шевчук Оксана Васильевна

*кандидат экономических наук, доцент,
Киевский национальный экономический университет
имени Вадима Гетьмана*

Бойко Наталия Александровна

*кандидат педагогических наук, доцент,
Киевский национальный экономический университет
имени Вадима Гетьмана*

Медведь Анна Сергеевна

*ассистент кафедры регионалистики и туризма,
Киевский национальный экономический университет
имени Вадима Гетьмана*

Івенти и краєведческие мероприятия как рекреационный ресурс в курортно-оздоровительных заведениях в послевоенный период

Цель статьи состоит в исследовании ивентов и краеведческих мер как рекреационного ресурса в курортно-оздоровительных заведениях в послевоенный период.

Методология исследования предполагала использование общенаучных методов (анализ, синтез, конкретизация, классификация) и специальных (системно-структурные исследования, экономический анализ).

Научная новизна полученных результатов заключается в конкретизации понятия «ивент-туризма» как особого вида туризма, который имеет неисчерпаемый потенциал, успешно сочетается с другими видами туризма и способствует улучшению работы рекреационных и курортно-оздоровительных заведений в послевоенный период.

Выводы. Установлено, что в основу любого ивента обязательно заложена идея, которая привлекает туристов и является определяющим фактором их

выбора среди других туров. Ивент-туризм и краеведческие мероприятия в нашей стране имеют хорошие перспективы, однако есть условия, сдерживающие их развитие в регионах Украины. В частности, это военные действия на территории Украины, недостаточно развитая туристическая инфраструктура, дефицит квалифицированных кадров в ивент-индустрии, отсутствие должного внимания к разработке событийного календаря, низкая деловая и инвестиционная активность городов.

Ключевые слова: ивент-туризм, курортно-оздоровительная сфера, туристско-рекреационная отрасль, краеведческие мероприятия, ивент-индустрия.

Постановка проблеми. У світі стабільно зростають показники розвитку туристичного бізнесу, кількість закладів курортно-оздоровчої сфери, чисельність рекреантів і туристів. У післявоєнний час на території України необхідно сформувати інфраструктуру ринку рекреаційних і туристичних послуг, покращити рівень їх якості та розширити спектр. На жаль, у теперішніх умовах стан розвитку туристично-рекреаційної сфери України не відповідає її можливостям. Це питання цікавить багатьох вітчизняних науковців, які аналізують зарубіжний досвід розвитку туризму, вивчають можливості його активізації в Україні. У багатьох працях відображено регіональні аспекти розвитку курортно-оздоровчої сфери, внутрішнього та зовнішнього туризму, івентів, рекреаційної діяльності. Але як зарубіжний досвід, так і стан, напрями розвитку туристично-рекреаційної сфери потребують подальшого вивчення, прогнозування тенденцій розвитку, пошуку оптимальних меж розвитку на базі наявних туристично-рекреаційних ресурсів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Результати дослідження різних аспектів івент-туризму та краєзнавчих заходів досить широко представлені в працях таких вітчизняних і зарубіжних науковців, як: Дж. Річі та Д. Беліво [5], Д. Гетц [4], І. Дейнега [6], Л. Громоздова [6], Н. Писаренко [6] й ін. Зокрема, вивченню проблем та перспектив розвитку рекреаційних ресурсів і туризму присвятили свої роботи Ю. Махортов [7], І. Ілляшенко [7], В. Шевчук [7], Г. Медвідь [7]. Численні дослідження українських фахівців свідчать, що порушений аспект належить до пріоритетних у нашій науці. Проте не вирішеним залишається питання щодо розвитку івентів і краєзнавчих заходів як рекреаційного ресурсу у курортно-оздоровчих закладах з урахуванням наслідків воєнних подій в Україні.

Виклад основного матеріалу. Туристично-рекреаційна галузь – одна з найбільш динамічних і розвинутих у світі сфер економічної діяльності. Сьогодні в межах наявного туристичного простору формується його особливий сегмент – івент-туризм і краєзнавчі заходи, частка яких у секторі туристичних послуг щорічно зростає. Поява та розвиток на міжнародному ринку туристичних послуг івент-туризму зумовили підвищення попиту серед споживачів на цей напрям означеної галузі.

Івентивний туризм – вид туризму з метою відвідування та участі у відзначенні якоїсь видатної або цікавої події, це процес надання можливості туристам стати живими свідками найбільших подій у світі спорту, культури, мистецтва тощо. Він не вичерпний за змістом. У недалекому майбутньому число учасників івентивних турів може

навіть перевищити кількість учасників екскурсійних турів. Світові традиції та найяскравіші свята просто запозичити не вдасться. Однак із зарубіжного досвіду потрібно почерпнути важливий висновок: необхідно знайти щось своє, унікальне та притаманне лише для власного регіону, і тоді, відповідним чином розрекламувавши захід, а краще їх сукупність, можна на їх основі розвивати сферу івентивного туризму в кожному конкретному регіоні [7].

Історія краю, або краєзнавство, – один з найцікавіших напрямів сучасної науки. Інтерес до минувшини можна пояснити тим, що ніколи не вичерпається допитливість людини, котра прагне дізнатися, що відбувалося на землі, де вона народилася, живе, що було до неї, якими були її предки, з якими труднощами вони стикалися, як їх переборювали; про одяг, свята й будні – усю різнобарвну палітру життя рідного краю. Людина залишає на землі багато свідчень своєї діяльності. Усе, що вона говорить, пише чи виготовляє, усе, до чого торкається, дає нам свідчення про неї.

Краєзнавство в поєднанні з туризмом – це складна багатогранна, пошуково-дослідна та пізнавальна діяльність у процесі комплексного дослідження території краю. Виникнення краєзнавчих заходів і досліджень почалося з моменту пізнання прадавньою людиною середовища проживання. Краєзнавчі заходи збагачують світогляд людини, дають змогу краще пізнати регіони, культуру, ментальність народу, себе, свій рідний край, країну.

Івентивний туризм посідає особливе місце в структурі туристичних послуг. У будь-якій сфері діяльності людини найбільшим попитом користуються новинки – такі продукти та послуги, які будуть оригінальними, цікавими, видовищними, те, чого ніколи не було або що ніколи не повториться. З огляду на це саме івентивний туризм може стати «родзинкою» території, яка забезпечить постійний потік туристів, а отже, і доходів, створюючи тим самим підґрунтя для її соціально-економічного розвитку [6].

В Україні івент-індустрія бере початок з 1990-х років. Історично склалося так, що в самостійну галузь івент виділився лише за останні двадцять років. Цей підйом зумовлений відповідністю потребам людей, які в усі часи хотіли отримати нові враження, стати частиною подій, впливати на їхній хід і відчувати радість від причетності до чогось більшого. Зазначимо, що в Україні івент-туризм розвивається повільно. Тільки з 2002 року туристичні фірми почали пропонувати послуги з організації івент-поїздок. Збільшення в'їзного туризму в Україні у зв'язку з івентами та краєзнавчими заходами не були систематичними й пов'язані з такими подіями, як, до прикладу, Євробачення, Євро-2012. Більшість подій в Україні – місцевого й регіонального масштабу, що не надто приваблює навіть українських туристів і не сприяє розвитку в'їзного туризму [3].

Проте з року в рік кількість відвідувачів івентів зростала, що зумовило необхідність створити модернізовану інфраструктуру, вивчити туристичний попит на івент-туризм, краєзнавчі заходи та фактори, що впливають на них, підготувати спеціалістів для взаємодії зі споживачами під час проведення заходів та залучити грошові кошти для просування, реалізації та розвитку івент-турів. Упрова-

дження івент-туризму та краєзнавчих заходів на території України в післявоєнний час сприятиме підвищенню економічного рівня країни, розвитку внутрішнього туризму та росту туристопотоків.

З метою встановлення особливостей івент-туризму порівняємо його з іншими видами туризму (табл. 1).

Таблиця 1

**Порівняльна характеристика івент-туризму
з традиційними видами туризму**

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

Джерело: розробка авторів на підставі [3–5].

Провівши порівняльну характеристику івент-туризму з традиційними видами туризму, виділимо основні ознаки, йому притаманні. До них належать: чітка регламентованість і періодичність проведення заходів; стаціонарність проведення заходів; застосування підходів проєктного управління; диверсифікація джерел фінансування; залежність від суспільної думки, статусу, престижу; масовість відвідувачів, залежність від поінформованості населення; тривалість інформаційного ефекту, стимулювання розвитку різних секторів туріндустрії (рис. 1).

Івент-туризм – це порівняно молодий напрям туризму не тільки в Україні, а й у світі, у якому головною мотивацією споживачів є інтерес до відвідування певної спортивної, розважальної, музичної або іншої події та бажання взяти в ній участь. Унікальні івенти поєднують у собі рекреацію, краєзнавчі заходи, відпочинок і розваги водночас. За оцінкою Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), івент-туризм на теперішній час є одним з найперспективніших видів туризму у світі: він вражає своєю насиченістю програм, видовищністю, яскравістю та атмосферою. Ще однією особливістю івент-туризму та краєзнавчих заходів є невичерпність їх ресурсів.

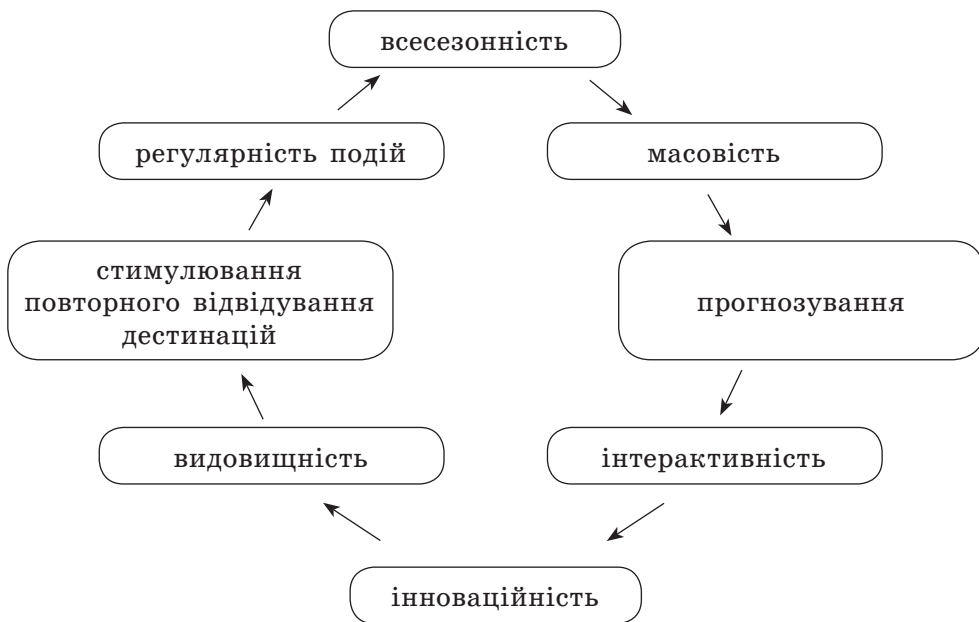


Рис. 1. Особливості івент-туризму

Джерело: розробка авторів.

Ринок івент-туризму та краєзнавчих заходів варто розглядати в декількох аспектах:

- як спосіб подолання сезонних коливань і географічного поширення попиту за межі регіону та країни;
- як інструмент створення іміджу туристичних дестинацій і стратегічного планування їх розвитку;

- як каталізатор розвитку суміжних галузей і напрямів діяльності;

- як спеціалізований туристичний ринок, що має свою структуру та характерні риси розвитку [5].

Івент-туризм у післявоєнний період – це не тільки перспективний сегмент світового туристського ринку, але і яскравий, багатогранний, нескінченно захоплюючий інструмент просування території, що динамічно буде розвиватися. Розуміючи важливу роль івентових і краєзнавчих заходів у моделюванні іміджу регіонів з метою реалізації іміджевої політики, координації та підвищення ефективності роботи з просування сприятливого образу українських регіонів на внутрішньому і зовнішньому ринку, маємо консолідувати зусилля фахівців сфери суспільних комунікацій та органів регіональної влади для вирішення актуальних завдань формування позитивного іміджу в післявоєнний час. Результатом цієї взаємодії повинні стати нові точки тяжіння туристів [4].

Отже, концепція розвитку регіонів України в післявоєнний час на основі івент-туризму та краєзнавчих заходів є перспективною, оскільки дає відносно швидкий і позитивний економічний ефект. Світовий досвід показує, що оптимальним шляхом розвитку цього виду рекреації на певній території є створення місцевої маркетингової організації (Destination Marketing Organization), основною функцією якої повинно стати формування іміджу регіонів і збільшення числа туристів, які їх відвідують. Україна не мала такої мережі спеціалізованих центрів. За умови її створення можна буде сподіватися на регіональний туристичний розвиток шляхом просування наявних місцевих подій (здебільшого фестивалів), формування спеціалізації окремих територій на нових видах атракцій тощо [1].

Для успішного розвитку туризму в Україні необхідно подолати низку проблем:

- відсутність повноцінної методичної бази управління розвитком туризму з урахуванням його подієвої спрямованості;
- недостатність маркетингових досліджень у цій галузі;
- відсутність у регіонах періодично повторюваних широкомасштабних заходів, що привертають увагу світової громадськості та професійної бази даних, відкритої для зацікавлених міжнародних організацій;
- забезпеченість туризму транспортом.

Висновки. Попри перспективи для івент-туризму та краєзнавчих заходів у нашій країні, виділимо чинники, що стримують розвиток цього виду туризму в регіонах України. До них належать: воєнні дії на території України, недостатньо розвинена туристична інфраструктура, дефіцит кваліфікованих кадрів в івент-індустрії, відсутність належної уваги до розробки подієвого календаря, низька ділова й інвестиційна активність міст.

У післявоєнний період на території України з'явиться достатній туристичний потенціал для розвитку івент-туризму та краєзнавчих заходів, адже кожне місто цікаве своїми культурними, історичними та спортивними подіями. Практично будь-який регіон України володіє ресурсами, які можуть бути використані в туристичних цілях

за наявності певних умов. Ресурсний потенціал туризму в кожному регіоні індивідуальний з огляду на відмінності в складі, кількісних і якісних характеристиках туристичних ресурсів, що варто буде обов'язково враховувати при розробці туристичних пропозицій.

Список використаної літератури

1. Bowdin G., Allen J., O'Toole W., Harris R., McDonnell I. *Events Management*. 3rd Edition. Routledge, 2012. 740 p.
2. Euro Health Consumer Index 2016. *Health Consume Powerhouse (HCP)*. 2017. URL: <http://www.healthpowerhouse.com/> (дата звернення: 25.04.2022).
3. Evolving medical tourism in Canada. Exploring a new frontier. *bit.ly*. 2021. URL: <https://bit.ly/3gHZrO> (дата звернення: 25.04.2022).
4. Getz D. *Event management and event tourism*. New York : Cognizant Communication Corp., 1997. 386 p.
5. Ritchie J. R. B., Beliveau D. Hallmark Events: An Evaluation of a Strategic Response to Seasonality in the Travel Market. *Journal of Travel Research*. 1974. №14. Pp. 14–20. URL: <https://doi.org/10.1177/004728757401300202> (дата звернення: 25.04.2022).
6. Дейнега І. І., Громоздова Л. В., Писаренко Н. В. Удосконалення системи туристичного страхування в Україні. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2020. №23. С. 113–127. URL: <https://www.nonproblem.net/wp-content/uploads/2021/02/BOOK-Innovation-23-site.pdf#page=113> (дата звернення: 25.04.2022).
7. Матис Р. Медичний туризм в Україні. Великий потенціал, але нульова реалізація. *Бізнес*. 2019. 23 грудня. URL: <https://bit.ly/37WiZEz> (дата звернення: 25.04.2022).
8. Махортов Ю. О., Громоздова Л. В., Ілляшенко І. О., Шевчук О. В., Медвідь Г. С. Івент-туризм як потенціал підвищення ефективності роботи рекреаційних і курортно-оздоровчих комплексів. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2020. №27. С. 67–75. URL: https://nonproblem.net/wp-content/uploads/2022/01/BOOK-Innovation-27_site-1.pdf#page=68 (дата звернення: 25.04.2022).

References

1. Bowdin G., Allen J., O'Toole W., Harris R., McDonnell I. (2012) *Events Management*. 3rd Edition, Oxford: Butterworth-Heinemann, 740 p. (in English).
2. Euro Health Consumer Index 2016. (2017) *Health Consume Powerhouse (HCP)*. Available at: <http://www.healthpowerhouse.com/> (accessed 25 April 2022) (in English).
3. Evolving medical tourism in Canada. Exploring a new frontier. (2021) *bit.ly*. Available at: [/bit.ly/3gHZrO](https://bit.ly/3gHZrO) (accessed 25 April 2022) (in English).
4. Getz D. (1997) *Event management and event tourism*, New York: Cognizant Communication Corp., 386 p. (in English).
5. Ritchie J. R. B., Beliveau D. (1974) Hallmark Events: An Evaluation of a Strategic Response to Seasonality in the Travel Market. *Journal of Travel Research*, no. 14, pp. 14–20. Available at: <https://doi.org/10.1177/004728757401300202> (accessed 25 April 2022) (in English).
6. Deineha I. I., Hromozdova L. V., Pysarenko N. V. (2020) Udoskonalennia

systemy turystychnoho strakhuvannia v Ukraini. *Problemy innovatsiino-investytsiinoho rozvytku*, no. 23, pp. 113–127 (in Ukrainian).

7. Matys R. (2019) Medychnyi turyzm v Ukraini. Velykyi potentsial, ale nulova realizatsiia. *Biznes*, 23 hrudnia. Available at: <https://bit.ly/37WiZEz> (accessed 25 April 2022) (in Ukrainian).

8. Makhortov Yu. O., Hromozdova L. V., Illiashenko I. O., Shevchuk O. V., Medvid H. S. (2020) Ivent-turyzm yak potentsial pidvyshchennia efektyvnosti roboty rekreatsiinykh i kurortno-ozdorovchykh kompleksiv. *Problemy innovatsiino-investytsiinoho rozvytku*, no. 27, pp. 67–75 (in Ukrainian).