DOI: [10.32702/2307-2105-2022.1.95](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.1.95)

УДК 338.48 (477)

*К. О. Верес,
к. геогр. н., доцент, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу,
Національний університет харчових технологій
ORCID ID: 0000-0002-5018-4157
О. М. Харченко,
к. геогр. н., доцент, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу,
Національний університет харчових технологій
ORCID ID: 0000-0001-5017-324X
С. А. Коротун,
магістр кафедри туристичного та готельного бізнесу,
Національний університет харчових технологій
ORCID ID: 0000-0002-1766-5653*

РОЗВИТОК ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

*K. Veres
PhD in Geography, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel Business,
National University of Food Technologies
O. Kharchenko
PhD in Geography, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel Business,
National University of Food Technologies
S. Korotun
Master's student of the Department of Tourism and Hotel Business,
National University of Food Technologies*

DEVELOPMENT OF EVENT TOURISM ON THE TERRITORY OF LVIV REGION

У статті досліджено процес становлення та розвитку «подієвого туризму». Визначено місце подієвого туризму в туристичній галузі. Розглянуто структуру, сучасний стан та проблеми розвитку даного виду туризму в Україні. Проаналізовано сутність та основні напрямки культурного туризму. Охарактеризовано сучасний стан розвитку подієвого туризму на території Львівської області. Визначено ознаки, за якими проводиться виділення культурного туризму як специфічного сектора в системі туризму. Зазначено, що культурний туризм є наслідком еволюційного процесу та чинником формування соціокультурного середовища. Проаналізовані туристські потоки Львівської області та частку культурно-пізнавального сегменту у них. Наведено позитивні та негативні сторони розвитку культурно-пізнавального туризму. Розглянуто можливість створення іміджевих брендів та маршрутів як способів розвитку історико-туристичної інфраструктури.

The article examines the process of formation and development of "event tourism". It was found that event tourism is an opportunity not only to relax and visit the sights, but also to take part in

various events in the city and region. This is one of the fastest growing and promising types of tourism, it is not exhaustive in its content

The place of event tourism in the tourism industry is determined: Events - a type of tourism associated with visiting the event by tourists and tourists in the place of its holding, other than their place of permanent residence, at a certain time, which corresponds to the timing of the event.

The structure, current state and problems of development of this type of tourism in Ukraine are considered. The essence and main directions of cultural tourism are analyzed, among which are: acquaintance with various historical, architectural or cultural epochs, visits to architectural monuments, museums, historical routes; visiting festivals (music, theatre, cinema), religious holidays, bullfighting, exhibitions, etc.; attending lectures, seminars, scientific language courses; participation in folklore festivals.

The current state of development of event tourism in the Lviv region is described. The signs according to which the allocation of cultural tourism as a specific sector in the tourism system is carried out are determined. It is noted that cultural tourism is a consequence of the evolutionary process and a factor in the formation of socio-cultural environment. Tourist flows of Lviv region and the share of cultural and cognitive segment in them are analyzed. It is determined that the most popular tourist attractions of the city are the Opera House, the Town Hall and the High Castle. And the best ways to spend time in the Lviv region, tourists consider visiting restaurants and cafes, walks and visits to cultural institutions.

The positive and negative aspects of the development of cultural and cognitive tourism are presented. The possibility of creating image brands and routes as a way to develop historical and tourist infrastructure is considered. It was stated that in order to prevent negative impacts on the development of the region and use its opportunities, appropriate regulation by local authorities is needed.

Ключові слова: туристична привабливість регіону; подієвий туризм; культурна спадщина; культурний туризм; івент; дестинація; іміджеві маршрути; історико-культурна інфраструктура.

Key words: tourist attractiveness of the region; event tourism; cultural heritage; cultural tourism; event; destination; image routes; historical and cultural infrastructure.

Постановка проблеми. Сфери життєвих інтересів людини різноманітні. Одні пов'язані з способом життя, інші – з професійною діяльністю, треті – з відпочинком та відновленням сил. З появою широких можливостей проведення відпочинку, пов'язаних з місцем перебування та вибором туристських програм все більшої популярності завойовують унікальні програми, що поєднують у собі традиційний відпочинок та участь у видовищних заходах.

Проблема оцінки туристичної привабливості та визначення туристичного потенціалу тієї чи іншої території завжди була дуже складним дослідницьким завданням. Безсумнівно у створенні успішних та привабливих туристських дестинацій далеко не останню роль нині грає подієвий туризм [1, с. 235].

Поняття «подійний туризм» уперше з'явилося у 80-х роках у країнах Європи. Нині це один із молодих та перспективних напрямів, розвиток якого базується на розробці та наданні унікального видовища, продукту, яким можна привернути увагу гостей [2, с. 237].

Довгий час подієвий туризм розглядався не як окремий напрямок туризму, а був частиною інших видів туризму, наприклад, пригоспідницького, екологічного, гастрономічного та деяких інших видів. Пізніше він утвердився як самостійна галузь туризму [2, с. 230]. Однією з головних причин бурхливого розвитку цього виду туризму можна назвати конкуренцію, що посилювалася, на світовому туристському ринку. І, звичайно ж, цей фактор змушує шукати нові засоби залучення туристів [3, с. 45]. Зазначимо, також, що подієвий туризм має велике економічне значення, адже період проведення значних подій заходів активізується діяльність всіх об'єктів туристичної інфраструктури та всіх суміжних галузей. На його тлі йде відродження місцевих культурних традицій, звичаїв, розвиток народної творчості [4, с. 193].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням функціонування індустрії культурного туризму протягом останніх років активно приділяли увагу такі вітчизняні вчені як В. Кифяк, М. Кляп, Г. Дроздова, В. Кравців, О. Любіцева, М. Мальська, Ю. Мігущенко, Н. Мікула та ін., які підтверджують, що сьогодні туристична галузь є важливим сегментом формування конкурентоспроможності в Україні на різних рівнях – від регіонального до державного. Але аналіз опублікованих наукових праць виявив певну невисвітленість проблем розвитку культурного туризму, неоднозначність підходів до вивчення туристичної привабливості регіону з точки зору культурно-пізнавальної, формування стратегій розвитку туристичних комплексів. Тому можна

вважати, що проблеми розвитку культурного туризму в Україні ще не досліджені достатньо, що визначає рівень їх актуальності.

Завдання статті. Дослідити розвиток подієвого туризму на території Львівської області.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туризм – одна з найбільш стабільних галузей, що динамічно розвиваються [6, с. 179]. Поступово збільшується частка туристів, які віддають перевагу відвідуванню різних культурних, спортивних, ділових, політичних та інших заходів [3, с. 45]. Висока конкуренція між туристськими DESTINATIONами веде до значного зростання ролі подієвого туризму. Події – вид туризму, пов'язаний з відвідуванням події туристами та екскурсантами у місці його проведення, відмінного від місця їх постійного проживання, у певний час, що відповідає термінам проведення події.

Подієвий туризм включає наступні компоненти: подія (івент) як основа, інфраструктура, реклама та просування, інформаційний туристський центр, визначні пам'ятки, супутні розваги та доступність, які, у свою чергу, перебувають у постійній взаємодії з факторами довкілля.

Найважливішим мотивуючим фактором є саме івент (це запланований соціально-громадський захід, який відбувається у певний час і з певною метою), тому що він і визначає маркетингові плани та роботу всіх інших компонентів подієвого туризму [1, с. 135].

Події є складовою частиною таких напрямів туризму: пригодницький; екологічний; гастрономічний; релігійний; спортивний; етнографічний [2, с. 247].

Подієвий туризм – це можливість не лише відпочити та відвідати пам'ятки, але й взяти участь у різноманітних заходах міста та області. Це один з найбільш швидко розвиваючих і перспективних видів туризму, він не вичерпний за своїм змістом [2, с. 249].

Під терміном «культурний туризм» ми найчастіше розуміємо відвідання історичних, культурних або географічних визначних пам'яток. Мета таких подорожей – ознайомитися з туристичними визначними пам'ятками (пам'ятниками історії, архітектури, мистецтва; природними і етнічними особливостями; сучасним життям народу і т. п.).

Основними напрямками культурного туризму є [4, с. 57]:

- знайомство з різноманітними історичними, архітектурними або культурними епохами, відвідування архітектурних пам'яток, музеїв, історичних маршрутів;
- відвідування фестивалів (музичних, театральних, кіно), релігійних свят, бою биків, виставок і т. д.;
- відвідування лекцій, семінарів, курсів наукової мови;
- участь у фольклорних фестивалях [4, с. 59].

Культурний туризм має значення для самих туристів (пізнавальне, освітнє, рекреаційне та т. д.) і ефект для тих міст і регіонів, в яких він розвивається. Позитивне значення туризму є очевидним. Перш за все, це – економічна вигода для міст і їх жителів від інвестицій підприємств, оренди будівель, здачі приватних будинків в оренду, від продажу предметів ремесел, промислів і т. д. Другий аспект – це вдосконалення якості життя жителів за рахунок реставрації або реконструкції житлового фонду, поліпшення інфраструктури поселень і територій, вирішення проблеми зайнятості мешканців [6, с. 175].

Культурний туризм має справу з двома основними складовими: природною і культурною спадщиною. Сюди можна віднести і спеціальні культурні ландшафти, і пам'ятки архітектури, і музеї різних типів, і історичні міста й поселення, і археологічні розкопки, і ремесла, і свята, і, нарешті, народну кухню [4, с. 69].

Виділення культурного туризму як специфічного сектора в системі туризму проводиться за трьома ознаками [6, с. 93]:

Характер діяльності туриста, що полягає у придбанні нового досвіду і вражень для забезпечення культурної потреби. Ця ознака виробляє концептуальне розходження культурного туризму та інших видів туристичної діяльності.

Мотивація туристів, залучених в культурний туризм. Ця ознака характеризує вид попиту туристів у культурному туризмі.

Характеристика пропозиції – особливих туристських ресурсів, які залучаються до процесу задоволення попиту в сфері культурного туризму.

Львівська область має значний потенціал для розвитку культурно-пізнавального туризму, що зумовлено значною кількістю унікальних історичних та культурних пам'яток. Львівська область входить до п'ятірки найбільш привабливих та популярних туристичних регіонів України [4, с. 53]. На території Львівщини налічується п'ята частина об'єктів архітектурної спадщини України. На державному обліку перебуває 8440 пам'яток архітектури, історії та археології, з них 816 пам'яток національного значення.

Є безліч позитивних сторін у розвитку культурно-пізнавального туризму, який стимулює осмислення культурного ресурсу регіону, а саме [4, с. 57]:

- стимулює продукування культурного продукту як туристичної пропозиції, підтримує автентичність і достовірність культурної спадщини;
- розвиває співпрацю пам'яткоохоронних інституцій, музеїв, туроператорів, бізнесу;
- розвиває свідомість громадян через включення у формування власного образу і маркетингу області; формує нові форми і методи комунікації й дидактики;
- сприяє пошуку спільних інтересів, формування спільних стратегій різних галузей.

Попри всі переваги культурно-пізнавального туризму, можна виділити і певні загрози для Львівщини як історичного та культурного регіону. Вони можуть себе виявляти у [5, с. 169]:

- невідповідному, руйнівному використанні культурно-історичного простору, який і є головним ресурсом культурно-пізнавального туризму;
- негативному впливові не соціокультурне середовище, обмежуючи форми і території соціокультурної діяльності та їх якість;
- формування нових стереотипів про країни походження туристів, розважальний туризм діє акультурно, комерціалізуючи стиль життя;
- посилення впливів інфляції і корупції.

Щоб запобігти негативним впливам на розвиток регіону і використати його можливості, потрібне відповідне регулювання місцевими органами влади. Для оцінки можливостей культурно-пізнавального туризму у сталому розвитку області треба комплексно досліджувати його економічні, соціальні, культурні й екологічні впливи [5, с. 189]. Оскільки культурно-пізнавальний туризм впливає на всі сектори суспільної діяльності, то він може бути інтегральною складовою стратегії розвитку різних галузей регіону.

Щоб ефективно вирішувати проблеми недостатнього рівня розвитку культурно-пізнавального туризму, в проєкті вважають за доцільне створити та виокремити як стратегічну ціль розробку маркетингових планів розвитку територій (районів та міст обласного підпорядкування), техніко-економічне обґрунтування розвитку історико-культурних, курортно-туристичних об'єктів, що мають унікальне значення як для місцевого позиціонування, так і для області, а в деяких випадках і для всієї країни, навіть міжнародної спільноти [2, с. 35]. Після детального діагностування історико-культурного, курортно-туристичного потенціалу важливо не тільки розробити відповідну маркетингову стратегію, але й навчити працівників культури бізнесових підходів, розробити різноманітну систему якісного надання послуг [2, с. 37].

Крім рекомендацій з розвитку інфраструктури, запропоновано пропозиції зі створення іміджевих брендів та маршрутів.

Створення іміджевих брендів має ґрунтуватися на: збереженні, раціональному використанні найвизначніших пам'яток історико-культурної спадщини, залученні їх до туристичної інфраструктури; розробці археологічних та історичних туристичних маршрутів; оновленні й доповненні експозицій, розвиткові виставкової діяльності музеїв; створенні розвинутої історико-туристичної інфраструктури для поліпшення інформаційної та експозиційної значущості історичних об'єктів; збереженні й охороні пам'яток, вжитті заходів щодо запобігання порушенням установлених режимів їх використання [5, с. 179].

Найчастіше до Львова приїжджають українці, поляки та білоруси. До десятки країн, чиї мешканці полюбують подорожувати до Львова, входять також Туреччина, Німеччина, США, Литва, Великобританія, Чехія та Канада.

У 2021 році Львівську відвідали 2,6 млн туристів (з них 1756 тис. перебували у місті більше двох днів), які витратили під час перебування у місті 615 млн євро (табл. 1) [4, с. 57].

Таблиця 1.
Середні витрати за 1 день туриста, євро

Країна походження туриста	Витрати
Україна	35
Польща	75
Туреччина	111
Німеччина	83
США	131
Велика Британія	112
Франція	56

Найпопулярніші туристичні об'єкти міста – це Оперний театр, Ратуша та Високий Замок. А найкращими способами провести час у Львівській області туристи вважають відвідування ресторанів та кафе, прогулянки та відвідування закладів культури.

Проаналізуємо структуру витрат під час перебування у нашому місті туристів та частку у цій структурі, яка припадає на ознайомлення із пам'ятками архітектури, культурними закладами та об'єктами культурної спадщини (табл. 2.) [4, с.59].

Як дізнаємося з таблиці 2, значна частка витрат львівських туристів припадає на екскурсію в Ратушу і на відвідини Високого Замку та Оперного театру, що є свідченням зацікавленості у наших культурних пам'ятках.

Якщо проаналізувати туристи яких країн є найбільш активними відвідувачами закладів культури у місті Львівській області, то побачимо, що це – французи, американці, німці, поляки, турки та вітчизняні туристи [3, с. 235].

Таблиця 2.
Розподіл витрат у програмі перебування за 1 день туриста у Львові, % (2021 р.)

Країна походження туриста	Ратуша	Високий Замок	Оперний театр	Криївка	Личаківський цвинтар	Церкви
Україна	60	20	-	19	-	-
Польща	52	-	30	-	26	-
Білорусь	33	16	33	-	-	-
Туреччина	35	20	55	-	-	-
Німеччина	65	20	35	-	-	-
США	57	42	23	-	-	-
Велика Британія	78	23	23	-	-	-
Франція	42	39	28	-	-	-
Китай	67	33	-	-	-	33

Пріоритетними для німців у 2021 році є тури на історичну тематику, для американців – туристичний продукт, що занурює в український колорит та традиції [5, с. 179].

На жаль, відсутня статистика відвідування львівських музеїв. Проте, у 2021 році Інститут соціологічних досліджень провів соціологічне опитування серед туристів області. За результатами проведеного дослідження, більше половини туристів міста (а саме 60 %) відвідують музеї та галереї. Це вкотре підкреслює особливий статус музеїв у туристичній інфраструктурі Львова.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. В умовах глобалізації в культурного туризму як у провідної субгалузі туризму з'являються нові функції. Він розглядається вже не тільки як різновид туристичної діяльності, а й як важливий механізм управління міжкультурним діалогом народів світу, що глобалізується, ефективний спосіб реалізації принципів соціального партнерства на рівні різних суб'єктів взаємодії.

Розвиток управління індустрією культурно-пізнавального туризму у Львівській області потребує підтримки щодо узгодження розвитку цієї сфери усієї України. Позитивних зрушень можна досягти завдяки інтенсивній розбудові туристичної інфраструктури, співпраці державного та приватного секторів у сфері популяризації туристичного потенціалу регіону. Сприяння розвитку туристичного продукту та ефективній реалізації державної та регіональної політики в галузі туризму.

Список літератури.

1. Кузик С. П. Географія туризму : навчальний посібник. К. : Знання, 2011. 271 с.
2. Організація туризму : підручник / І. М. Писаревський та ін. Х. : ХНАМГ, 2008. 541 с.
3. Любимцева О. О. Методика розробки турів : навчальний посібник. К. : Альтерпрес, 2003. 104 с.
4. Шандор Ф. Ф., Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму. К. : Знання, 2013. 334 с.
5. Федорченко В. К., Мініч І. М. Туристичний словник-довідник. К : Дніпро, 2000. 155 с.
6. Устименко Л. М., Афанасьєв І. Ю. Історія туризму : навчальний посібник. К. : Альтерпрес, 2005. 320 с.

References.

1. Kuzyk, S.P. (2011), *Heohrafiia turyzmu* [Geography of tourism], Znannia, Kyiv, Ukraine.
2. Pysarevs'kyj, I.M., Pohasij, S.O. and Pokolodna M.M. (2008), *Orhanizatsiia turyzmu* [Organization of tourism], KhNAMH, Kharkiv, Ukraine.
3. Liubimtseva, O.O. (2003), *Metodyka rozrobky turiv* [Methods of tour development], Al'terpres, Kyiv, Ukraine.
4. Shandor, F.F. and Kliap, M.P. (2013), *Suchasni riznovydy turyzmu* [Modern types of tourism], Znannia, Kyiv, Ukraine.
5. Fedorchenko, V.K. and Minich, I.M. (2000), *Turystychnyj slovnyk-dovidnyk* [Travel dictionary-guide], Dnipro, Kyiv, Ukraine.
6. Ustyimenko, L.M. and Afanas'iev, I.Yu. (2005), *Istoriia turyzmu* [Історія туризму], Al'terpres, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 20.01.2022 р.