

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА
РОБОТА**

04.02 – МКР. 1969 «С» 2023.10.30. 012 ПЗ

МУЗИКА СТАНІСЛАВ АНАТОЛІЙОВИЧ

2024 р.

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

ННІ неперервної освіти і туризму

УДК 005.591.6:338.48 (100)

ПОГОДЖЕНО
Директор
ННІ неперервної освіти і туризму
туризму

_____ Іван ГРИЦЕНКО
(підпис)

« _____ » _____ 2024 р.

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри
готельно-ресторанної справи та

_____ Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО
(підпис)

« _____ » _____ 2024 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на тему: «Просування інноваційного продукту івентивного туризму на
міжнародний ринок»**

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Освітня програма «Міжнародний туристичний бізнес»

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Гарант освітньої програми

к.е.н., доцент

_____ **Стефанія МОСІЮК**

**Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи**

д. е. н., професор

_____ **Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО**

Виконав

_____ **Станіслав МУЗИКА**

КИЇВ – 2024

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

ННІ неперервної освіти і туризму

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

готельно-ресторанної справи та туризму

д.е.н., професор _____ Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО
(підпис)

«15» листопада 2023 р.

**ЗАВДАННЯ
ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
СТУДЕНТУ**

Музиці Станіславу Анатолійовичу

Спеціальність: 242 «Туризм і рекреація»

Освітня програма: «Міжнародний туристичний бізнес»

Орієнтація освітньої програми: освітньо-професійна

Тема магістерської кваліфікаційної роботи: «Просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок»

Затверджена наказом ректора НУБіП України від «30» жовтня 2023 р. № 1969 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру до: 20.10.2024 р.

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: законодавчі та нормативні акти України, матеріали Державної служби статистики України, наукові праці зарубіжних та вітчизняних авторів, матеріали науково-практичних конференцій, результати спостереження та моніторингу ринку івентивного туризму в Україні.

Об'єкт дослідження – процес просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок.

Мета дослідження – розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок.

Перелік завдань, які повинен виконати здобувач вищої освіти для досягнення поставленої мети:

- провести аналіз зарубіжних і вітчизняних джерел щодо визначення понять та сутності інноваційного продукту, івентивного туризму, просування туристичного продукту на ринок;
- розкрити особливості розроблення інноваційного продукту івентивного туризму;
- визначитись з методичними підходами щодо просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок;
- провести моніторинг ринку івентивного туризму в Україні, виявити позитивні та негативні сторони;
- проаналізувати просування інноваційного продукту івентивного туризму туристичним оператором на міжнародний ринок;
- запропонувати інноваційний продукт івентивного туризму;
- визначити напрями запропонованого продукту івентивного туризму на міжнародний ринок.

Дата видачі завдання: 15 листопада 2023 р.

**Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи**
д.е.н., проф.

науковий ступінь, вчене звання

(підпис)

Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО

(ім'я та прізвище)

**Завдання прийняв до
виконання**

(підпис)

Станіслав МУЗИКА

(ім'я та прізвище)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ПІДГОТОВКИ ТА ЗАХИСТУ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Етапи підготовки та захисту магістерської кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Примітки (фактично виконано)
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи, підготовка завдання, складання плану, вступу, консультації з проведення дослідження	<i>1 листопада – 10 грудня 2023 р.</i>	виконано
2.	Підготовка першого розділу роботи	<i>11 грудня 2023 р.- 1 лютого 2024 р.</i>	виконано
3.	Підготовка другого розділу роботи	<i>2 лютого – 30 березня 2024 р.</i>	виконано
4.	Підготовка третього розділу роботи	<i>1 квітня – 30 травня 2024 р.</i>	виконано
5.	Підготовка тез за результатами виконаної роботи	<i>до 30 червня 2024 р.</i>	виконано
6.	Підготовка висновків, списку використаних джерел та додатків. Оформлення роботи відповідно до встановлених вимог, передача на перевірку керівникові.	<i>до 1 вересня 2024 р.</i>	виконано
7.	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника (консультанта)	<i>до 30 вересня 2024 р.</i>	виконано
8.	Перевірка роботи на академічний плагіат	<i>1-10 жовтня 2024 р.</i>	виконано
9.	Отримання відгуку керівника роботи	<i>11-15 жовтня 2024 р.</i>	виконано
10.	Отримання зовнішньої рецензії	<i>16-20 жовтня 2024 р.</i>	виконано
11.	Постерна презентація роботи	<i>21-25 жовтня 2024 р.</i>	виконано
12.	Подача роботи на кафедру	<i>16-30 жовтня 2024 р.</i>	виконано
13.	Підготовка доповіді і презентації.	<i>1-4 листопада 2024 р.</i>	виконано
14.	Допуск магістерської кваліфікаційної роботи до захисту завідувачем кафедри	<i>5 листопада 2024 р.</i>	виконано
15.	Захист роботи перед екзаменаційною комісією	<i>Відповідно до графіка</i>	виконано

Відгук керівника магістерської кваліфікаційної роботи

Вибір теми магістерської кваліфікаційної роботи обумовлено тим, що останнім часом зростає популярність подієвого (ієвентивного) туризму пов'язаного з подорожами для відвідування спортивних, культурних та інших заходів. За даними Всесвітньої туристичної організації частка ієвентивного туризму в структурі світового туризму щороку зростає на 1,5 %.

Здобувачем вищої освіти проведено аналіз вітчизняних і зарубіжних джерел з метою визначення сутності інноваційного продукту ієвентивного туризму та його просування на міжнародний ринок. У роботі розкрито особливості його розроблення та визначено методичні підходи до просування інноваційного продукту ієвентивного туризму на міжнародний ринок. Студентом проведено моніторинг вітчизняного ринку ієвентивного туризму, у результаті виявлено слабкі та сильні сторони, загрози та можливості. Проаналізовано просування ієвентивного туризму туристичним оператором на міжнародний ринок. Запропоновано інноваційний продукт ієвент-туризму Київською областю, розроблено та обгрунтовано ієвент тур Київщиною та визначено основні напрями його просування на міжнародний ринок.

Магістерську кваліфікаційну роботу виконано відповідно до вимог і вона рекомендується до захисту в екзаменаційній комісії.

Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи

_____ **Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО**
(підпис, дата)

Висновок про магістерську кваліфікаційну роботу

Магістерська кваліфікаційна робота студента **Музика С.А.**
(прізвище, ініціали)
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої
програми

_____ **Стефанія МОСЮК**
(підпис)

Завідувач кафедри

_____ **Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО**
(підпис)

«___» _____ 2024 р.

АНОТАЦІЯ

Музика С.А. «Просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок»: маг. Робота: спец. 242 «Туризм і рекреація»/ Станіслав Анатолійович Музика; НУБіП України; кафедра готельно-ресторанної справи та туризму; керівник С.В. Мельниченко, д.е.н., проф. – Київ, 2024. 128 с.

Магістерська кваліфікаційна робота присвячена дослідженню підходів та розробці методичних та практичних рекомендацій для просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок. Актуальність дослідження просування інноваційного продукту івент-туризму на міжнародний ринок обумовлена зростанням попиту на унікальні культурні події, потребою підтримки економіки України під час війни, міжнародною зацікавленістю в солідарності з країною, можливістю використання сучасних цифрових технологій для залучення туристів, а також необхідністю підвищення конкурентоспроможності на світовому ринку, що загалом сприятиме популяризації української культури та інтеграції України в глобальний туристичний простір.

У дослідженні здійснено моніторинг ринку івентивного туризму в Україні, оцінено інноваційні продукти івентивного туризму та проаналізовано просування інноваційного продукту івентивного туризму туристичним оператором на міжнародний ринок. На основі цього обґрунтовано та розроблено інноваційний продукт івентивного туризму та запропоновано основні напрями просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок.

Дослідження просування інноваційного продукту івент-туризму на міжнародний ринок сприяє розвитку туристичної галузі України, підвищенню її іміджу на світовій арені та стимулюванню економіки через залучення іноземних туристів і інвестицій.

Ключові слова: івент, інноваційний продукт, івентивний туризм, туризм, туристична інфраструктура.

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ	14
1.1 Інноваційний продукт івентивного туризму: сутність та значення	14
1.2 Особливості просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок	25
1.3 Методичні підходи до просування інноваційного продукту івентивного туризму	29
Висновок до розділу 1	33
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ПРОСУВАННЯ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК	35
2.1 Моніторинг ринку івентивного туризму в Україні	35
2.2 Оцінка інноваційних продуктів івентивного туризму	54
2.3 Аналіз просування інноваційного продукту івентивного туризму туристичним оператором на міжнародний ринок	71
Висновок до розділу 2	83
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПРОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК	85
3.1 Обґрунтування та розроблення інноваційного продукту івентивного туризму	85
3.2 Основні напрями просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок	97
Висновок до розділу 3	100
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	102
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	107
ДОДАТКИ	112

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі туризм є однією з найбільш динамічних і перспективних галузей економіки, що сприяє розвитку міжнародних зв'язків, культурному обміну та економічному зростанню багатьох країн. Зростаюча глобалізація та підвищення мобільності населення створюють нові виклики й можливості для туристичних дестинацій, змушуючи їх шукати інноваційні шляхи для залучення міжнародних туристів. Одним із таких напрямів, що швидко набирає популярності, є івент-туризм (подієвий туризм) — галузь, яка поєднує подорожі з участю у різноманітних заходах, таких як культурні, спортивні, музичні події, фестивалі та конференції.

Івент-туризм відрізняється від традиційних видів туризму своїм акцентом на унікальності досвіду, адже туристи отримують можливість бути частиною ексклюзивних подій, які відбуваються в певний час і місце. Це стимулює розвиток нових продуктів у туристичній сфері, які створюють додаткову привабливість для міжнародних туристів. Участь у таких заходах надає можливість зануритися в культуру дестинації, отримати незабутні емоції та досвід, що формує позитивний імідж регіону чи країни на міжнародній арені. Враховуючи сучасні тенденції зростаючого попиту на індивідуалізовані, автентичні та ексклюзивні враження, просування інноваційних продуктів івент-туризму на міжнародному ринку стає одним із ключових напрямків розвитку туристичної індустрії.

Інноваційні продукти в івент-туризмі включають не лише організацію масштабних заходів, але й інтеграцію новітніх технологій, таких як цифрові платформи, мобільні додатки, онлайн-квитки та віртуальні тури, що підвищують доступність і зручність для міжнародних туристів. Таким чином, процес просування таких продуктів вимагає застосування сучасних маркетингових стратегій, які враховують як зміни у споживчих вподобаннях, так і технологічний розвиток. Це передбачає комплексний підхід до створення продукту, його адаптацію під різні ринки та аудиторії, а також активне

використання цифрових інструментів для глобального охоплення.

Особливе значення просування івент-туризму має для країн і регіонів, що прагнуть підвищити свою туристичну привабливість та залучити міжнародних відвідувачів, оскільки такі події здатні створити додаткові можливості для зростання інших суміжних галузей, зокрема готельної, ресторанної та транспортної інфраструктури. Наприклад, великі музичні фестивалі чи спортивні заходи не лише привертають увагу туристів, але й створюють економічний стимул для місцевих громад, підвищуючи зайнятість та сприяючи розвитку малого бізнесу.

Міжнародне просування івент-туристичних продуктів вимагає комплексного підходу, що охоплює аналіз ринку, сегментацію цільової аудиторії, розробку унікальних пропозицій та ефективне використання маркетингових каналів. Крім того, важливою є координація між державними структурами, бізнесом і місцевими громадами, що дозволяє створити синергію для успішного виходу на міжнародний ринок. Правильна організація та просування таких продуктів здатна забезпечити не лише економічний успіх, але й зробити значний внесок у культурний обмін, взаєморозуміння між народами та розвиток глобального туристичного середовища.

Таким чином, дослідження є актуальним як для теоретичної, так і для практичної площини, оскільки його результати можуть бути використані для покращення стратегії розвитку туристичної індустрії та сприяти ефективному позиціонуванню івент-туризму на міжнародній арені.

Серед науковців, які досліджували івент-туризм, значний внесок зробив Геттіс Д., один із піонерів у цій сфері [47]. Його роботи зосереджені на теоретичному обґрунтуванні подієвого туризму, зокрема стратегіях управління та впливі подій на розвиток туристичних дестинацій. Боуен Д. також відомий своїми дослідженнями у сфері подієвого туризму, зокрема вивченням впливу подій на економіку та досвід туристів [42]. Річі Б. спеціалізується на аналізі великих заходів, таких як фестивалі та міжнародні події, які значно впливають на розвиток туристичних дестинацій і формування

іміджу регіонів [38]. Голдблатт Дж. є одним із провідних експертів у вивченні глобальних тенденцій івент-туризму, його роботи зосереджені на аналізі сучасних технологій і трендів в організації подій [30]. Ці дослідники зробили суттєвий внесок у формування наукової бази для розвитку івент-туризму.

Серед вітчизняних науковців, які досліджують івент-туризм, варто виділити кількох провідних дослідників. Мальська М. активно займається дослідженнями у сфері туризму, зокрема розробляє теоретичні засади розвитку івент-туризму в Україні та його вплив на туристичну привабливість регіонів [44]. Її роботи спрямовані на вивчення інтеграції подієвих заходів у загальну стратегію розвитку туризму. Ткаченко Т. вивчає інноваційні підходи до організації івентів та їх вплив на соціально-економічний розвиток DESTINATION [2]. Любіцева О. спеціалізується на аналізі тенденцій розвитку подієвого туризму в Україні, вивчаючи його перспективи та виклики у контексті глобальних змін [34]. Занько Ю. розглядає питання ефективного просування івент-туристичних продуктів на міжнародний ринок, особливо в умовах цифрової трансформації та використання новітніх технологій для залучення туристів [13]. Усі ці науковці внесли вагомий вклад у розвиток досліджень івент-туризму в Україні.

Метою роботи є розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок.

Об'єкт дослідження – процес просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до просування інноваційних продуктів івент-туризму на міжнародний ринок.

В роботі відтворене послідовне вирішення наступних завдань:

- провести аналіз зарубіжних і вітчизняних джерел щодо визначення понять та сутності інноваційного продукту, івентивного туризму, просування туристичного продукту на ринок;

- узагальнити особливості розроблення інноваційного продукту

івентивного туризму;

- визначитись з методичними підходами щодо просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок;
- провести моніторинг ринку івентивного туризму в Україні, виявити позитивні та негативні сторони;
- проаналізувати просування інноваційного продукту івентивного туризму туристичним оператором на міжнародний ринок;
- запропонувати інноваційний продукт івентивного туризму;
- визначити напрями запропонованого продукту івентивного туризму на міжнародний ринок.

Теоретико-методологічною основою та інформаційною базою дослідження виступили праці вітчизняних і зарубіжних вчених і фахівців в галузі управління туризмом, загальнодержавні і регіональні програми розвитку туризму, нормативно-правові акти, методичні посібники, матеріали періодичної преси і наукових конференцій, статистика розвитку туризму в Україні.

Методи дослідження. У роботі використані наступні методи: абстрактно-логічний (при вивченні останніх наукових публікацій і досягнень практики по темі; при оцінці власних результатів на фоні вже відомих знань; при виділенні невирішених завдань; при розробці конкретних цілей дослідження) та системного аналізу, графічний (побудова графіків, діаграм) та статистичний (при встановленні факторів впливу на результуючий показник), економіко-математичний метод.

Апробація результатів та публікації. За темою дослідження автором опубліковано тези доповіді на Міжнародній науково-практичній конференції «Перспективи розвитку науки, освіти, технологій і суспільства в Україні та світі» (07 березня 2024 р.) на тему «Особливості просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок» (у співавторстві) (Додаток А), III Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції «Гостинність і туризм майбутнього: наукові та практичні горизонти» (16-17

травня 2024 р.) на тему «Івентивний туризм в умовах євроінтеграції» (одноосібно) (Додаток Б) та на Міжнародній науково-практичній конференції «Від теорії до практики в управлінні та врядуванні» (20 червня 2024 р.) на тему «Інноваційні стратегії формування ресурсного потенціалу для туристичного розвитку територіальних громад» (одноосібно) (Додаток В).

Структура та обсяг роботи. Робота викладена на 105 сторінках комп'ютерного тексту, складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Робота містить 7 таблиць, 25 рисунків і список використаних джерел із 51 найменування.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Інноваційний продукт івентивного туризму: сутність та значення

Туризм у свідомості більшості людей асоціюється з відпочинком, новими враженнями та насолодою. Він став невід'ємною частиною життя, відповідаючи природному прагненню людини відкривати та пізнавати незвідані куточки світу, пам'ятки природи і культури. Завдяки своєму впливу на інші сфери діяльності, туризм сприяє економічному розвитку територій, підвищує зайнятість місцевого населення та стає джерелом доходу для багатьох країн, де він є однією з найбільш прибуткових галузей економіки. З економічної точки зору, туризм охоплює виробництво та реалізацію туристичних послуг і товарів, які пропонують організації, що використовують наявні туристичні ресурси.

Туристична індустрія постійно еволюціонує та вдосконалюється, запроваджуючи нові послуги, особливо для молоді, яка прагне нових вражень. Сучасним мандрівникам вже недостатньо традиційних видів туризму, вони відчують насиченість комфортом і спокійним відпочинком у готелях. З'являється потреба в чомусь новому та захопливому, що й спонукає до розвитку івентивного (подієвого) туризму.

Інноваційний продукт івент-туризму представляє собою новаторські рішення у створенні та організації івент-турів, які відповідають сучасним потребам споживачів. Перш за все необхідно розглянути поняття івент (подієвого) туризму.

Поняття «івент» охоплює такі елементи, як подія, захід, церемонія та шоу. Івент визначається як запланована соціально значима подія, яка відбувається у визначений час, має конкретну мету та викликає певний

резонанс у суспільстві. У перекладі з англійської слово «event» означає подію, проте воно також включає в себе нюанси, пов'язані з винятковими ситуаціями, сприятливими випадками та найбільш бажаними результатами. Івент не є просто об'єктивним вимірюванням; він відображає унікальний характер заходу або події, сприйнятої суб'єктивно учасниками. Івент виникає в свідомості та емоціях тих, хто його переживає.

Варто зазначити, що термін «івент» ще не отримав офіційного закріплення в україномовних етимологічних словниках, оскільки він з'явився в українській мові порівняно нещодавно. Цей термін поступово втілює в собі нові соціальні та культурні реалії, відображаючи зростаючу популярність організації подій, які поєднують різні аспекти людської діяльності.

Подієвий (івент) туризм є порівняно молодим напрямом у туристській індустрії, при цьому, частка подієвого туризму в секторі туристичних послуг щорічно збільшується.

Незважаючи на молодість подієвого туризму як різновиду туроператорської діяльності, коріння цього явища сягає вглиб століть і пов'язано зі звичаями і традиціями різних народів.

Подієвий туризм вважається одним із найдавніших форм туризму. Спочатку це не нагадувало сучасний туризм, де підприємства та організації туристичної індустрії тісно взаємодіють. Натомість це був масовий самодіяльний туризм, коли тисячі людей вирушали у тривалі подорожі, мотивовані важливими подіями чи заходами. Переміщення великих груп людей створювало нові можливості для торгівлі на маршрутах, сприяло будівництву доріг та сприяло появі перших закладів розміщення і харчування.

Термін подійний туризм з'явився порівняно недавно у 1987 році. Цей термін був введений у науковий побут департаментом туризму та громадськості Нової Зеландії. У зарубіжній літературі термін «подієвий туризм» трактують як важливу альтернативу для дестинацій та місцевих підприємців, а також як основну діяльність організаторів подій, що бажають збільшити свою аудиторію [44].

Подієвий (івент) туризм - це вид туристичної діяльності, що приваблює туристів різноформатними громадськими заходами культурного чи спортивного життя, які сприяють розвитку інфраструктури туризму, інтеграції різних верств суспільства та формуванню позитивного іміджу території [2].

Єдиного визначення терміну «подієвий туризм» не існує, з іншими варіантами можна познайомитися в таблиці 1.1 [44].

Таблиця 1.1. Визначення поняття «Подієвий туризм»

Автор	Визначення
М. Биржаков, [2]	складова культурного туризму, пов'язана з певною подією в суспільному житті; подорож, пов'язана з цікавою для туриста подією
Джеффри Геттіс (Getz D.) [47]	вид туризму, спрямований на повне використання можливостей події для розвитку туристичної дестинації
Т. Фролова, [2]	поїздки з метою задоволення потреби у відвідуванні будь-якого заходу
Л. Устименко, [45]	подорож з метою участі або споглядання певної події (карнавалу, фестивалю, свята, церемонії, спортивного змагання або природного явища тощо), що передбачає наявність відповідних туристичних ресурсів та спеціальної підготовки
Е. Лакомов [2]	туристська діяльність, пов'язана з різноманітними значущими суспільними подіями, а також рідкісними природними явищами, що привертають своєю унікальністю, екзотичністю, неповторністю велику кількість туристів з різних країн
А. Парфіненко [29]	це систематичне планування, розробка та маркетинг спеціальних заходів, які виступають каталізатором розвитку інфраструктури, економічного зростання і туристичних потоків, формування позитивного іміджу
О. Бейдик [2]	унікальні туристичні пропозиції, які включають не лише традиційний відпочинок, а й участь у найяскравіших світових подіях
К. Вовк [6]	це комплексне поняття, що охоплює подію та сукупність заходів щодо її організації, місця і часу проведення, а також формування і координація туристичних потоків до місця призначення
Річард Флетчер (Fletcher R.)	івент-туризм включає в себе не лише участь у заходах, а й значення подій для економічного та соціального розвитку регіонів. За його словами, івенти можуть стати потужним інструментом для формування іміджу місцевості
Гаррі Баклі (Buckley P.)	івент-туризм є динамічним сектором, який активно адаптується до змін у суспільстві, зокрема у відповідь на технологічні інновації та нові потреби споживачів.
Джон Річі (John Ritchie)	визначає івент-туризм як спеціалізовану форму туризму, що включає участь у заходах, які проводяться з метою залучення туристів. Він акцентує увагу на впливі великих подій на економічний розвиток регіонів.

** Розроблено автором самостійно*

Отже, на основі вище наведених визначень можна стверджувати, що подієвий (івент) туризм є специфічним видом туризму, який полягає у відвідуванні місць з метою задоволення особистих потреб, таких як отримання нових знань, спостереження за природними явищами чи спортивними змаганнями, а також прагнення відчувати себе частиною визначних подій.

Івент-туризм є складовою багатьох напрямів туризму, що підкреслює його різноманітність і важливість у туристичній індустрії (рис.1.1). По-перше, він тісно пов'язаний з культурним туризмом, оскільки багато івентів, таких як фестивалі, концерти і виставки, сприяють збереженню та популяризації культурної спадщини. Культурні заходи часто залучають туристів, які прагнуть відчувати атмосферу місцевої культури та традицій.

По-друге, івент-туризм взаємодіє з конгресним і діловим туризмом. Організація конференцій, семінарів і бізнес-зустрічей є важливим аспектом ділового туризму, що також може включати різноманітні соціальні події, такі як гала-вечори і нетворкінгові заходи. Такі події створюють можливості для обміну досвідом та налагодження ділових контактів.

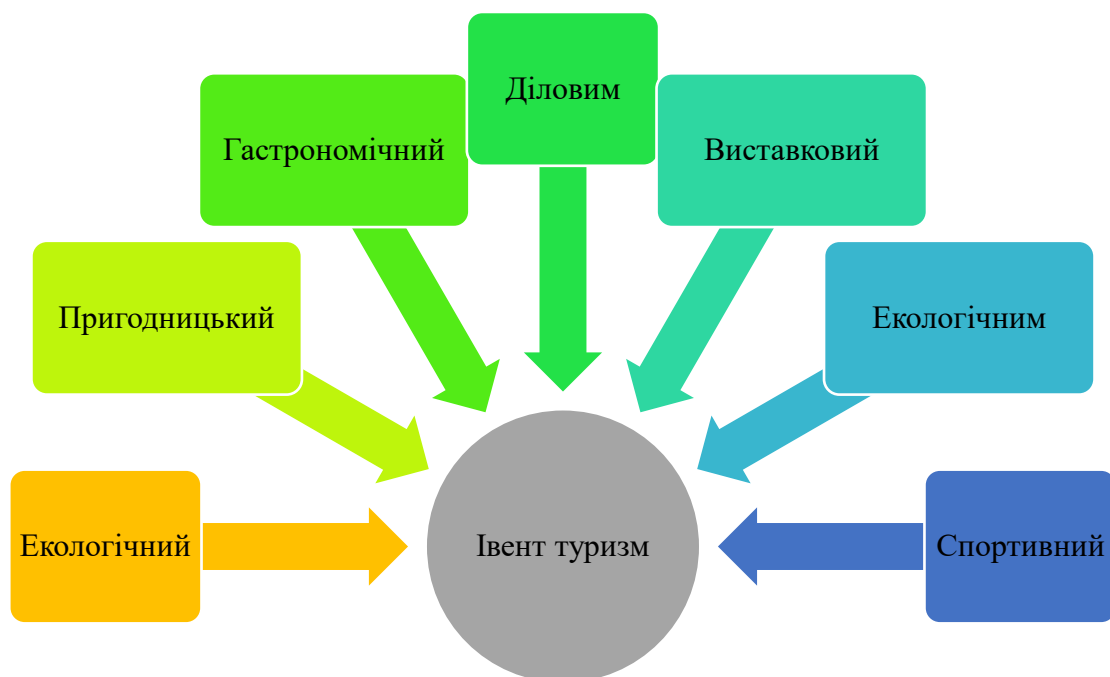


Рисунок 1.1. Взаємозв'язок різних видів туризму з івент-туризмом

** Розроблено автором самостійно*

Крім того, івент-туризм тісно пов'язаний з спортивним туризмом.

Спортивні заходи, такі як чемпіонати, марафони або міжнародні турніри, залучають туристів з різних країн, які прагнуть підтримати свої команди чи особисто взяти участь у спортивних подіях.

Також івент-туризм може взаємодіяти з екологічним туризмом, коли організація подій орієнтується на збереження навколишнього середовища. Це може включати екологічні фестивалі або заходи, що підкреслюють важливість охорони природи.

Нарешті, івент-туризм може бути частиною пригодницьким де активності, що відбуваються під час подій, включають екстремальні види спорту або пригодницькі заходи, які залучають туристів, що шукають нових вражень.

Таким чином, івент-туризм є важливим компонентом багатьох напрямів туризму, сприяючи їхньому розвитку і підвищуючи привабливість туристичних дестинацій.

Основні завдання подієвого (івент) туризму включають (рис.1.2):

1. Організація та проведення заходів. Забезпечення якісної організації різноманітних подій, таких як фестивалі, конференції, спортивні змагання та культурні заходи.

2. Залучення туристів. Створення привабливих програм та заходів для залучення відвідувачів, що сприяє зростанню туристичного потоку до регіонів.

3. Промоція місцевої культури. Висвітлення та популяризація місцевих традицій, звичаїв і культурної спадщини через проведення подій.

4. Розвиток інфраструктури. Сприяння розвитку туристичної інфраструктури, такої як готелі, ресторани, транспорт, що підвищує комфорт для учасників подій.

5. Стимулювання економіки. Генерація доходів для місцевих бізнесів через витрати туристів на проживання, харчування, транспорт і сувеніри.

6. Формування іміджу регіону. Поліпшення іміджу та конкурентоспроможності регіонів на туристичному ринку за рахунок

успішних подій.



Рисунок 1.2. Завдання подієвого туризму

** Розроблено автором самостійно*

7. Соціальний розвиток. Сприяння соціальній інтеграції та залученню місцевого населення до організації і проведення заходів.

8. Сталий розвиток. Упровадження екологічних та соціально відповідальних практик в організації подій для забезпечення їх стійкості.

Таким чином, представленні завдання підкреслюють різноманітність аспектів івент-туризму та його значення для розвитку регіонів і суспільства в цілому.

Івент-туризм виконує кілька ключових функцій, які сприяють його розвитку та популяризації (рис.1.3).

Сьогодні існують різні підходи до класифікації заходів та подій та, відповідно, видів подієвого туризму.

Відповідно до одного з них, події розподіляються за наступними за ознаками: цільової аудиторії, концепції подій та їх організації.

За першою з цих ознак диференціюють на: громадські, корпоративні та змішані івенти. Як приклад останніх наводяться ярмарки, виставки тощо,

події, в яких можуть прийняти участь і професіонали, і всі охочі [44].



Рисунок 1.3. Функції івент-туризм

* Розроблено автором самостійно

Другою ознакою класифікації є тематика івенту або мета подорожі. У відповідності з цією класифікацією, можна виділити ділові івенти, орієнтовані на бізнес, а також заходи, спрямовані на відпочинок і рекреацію. Часто в цій категорії зустрічається змішаний формат, коли ділова поїздка поєднується з елементами розваги та відпочинку.

Фактично відбувається поєднання подієвого, ділового та культурно-пізнавального видів туризму.

Третя категорія класифікації базується на загальній концепції події. Вона включає заходи, пов'язані з певними брендами або значущими подіями.

Також існують змішані концепції, які поєднують елементи як бренду, так і самої події.

Крім цього, подійний туризм класифікують за масштабом заходів і за функціональною спрямованістю та тематикою подій, інформація про які представлена в таблиці 1.2 (Додаток Г).

Таблиця 1.2 Класифікація видів подієвого (івент) туризму

Критерії класифікації	Види
за масштабом заходів	регіонального, національного та міжнародного рівня;
за функціональним спрямуванням	Фестивальний, спортивний, міжнародний виставковий та ярмарковий, розважальний, пізнавальний;
за тематикою події	національні фестивалі та свята; театралізовані шоу; фестивалі кіно та театру; гастрономічні фестивалі; фестивалі та виставки квітів; модні покази; аукціони; фестивалі музики та музичні конкурси; спортивні події; міжнародні технічні салони;

** Розроблено автором самостійно*

Як бачимо з таблиці 1.2., подієвий (івент) туризм – це виняткова можливість стати одним із очевидців незабутньої події спорту, культури та мистецтва.

Івент-туризм має кілька характерних рис, які відрізняють його від інших напрямків туристичної діяльності. Ці риси підкреслюють його унікальність та важливість у сучасному туристичному середовищі. Основні характеристики івент-туризму включають:

По-перше, середовище події. Івент-туризм відбувається в рамках спеціально організованих заходів, що створює особливу атмосферу. Це може включати як великі міжнародні фестивалі, так і невеликі місцеві свята, які створюють унікальний досвід для учасників.

По-друге, тимчасовість. Події, які входять до івент-туризму, мають обмежений термін проведення. Це означає, що туристи приїжджають до місця

проведення події на короткий період, що може створювати пік активності в туризмі.

Третя риса – цільова аудиторія. Івент-туризм залучає специфічні групи туристів, які цікавляться певними видами подій, такими як концерти, спортивні змагання або культурні фестивалі. Це дає змогу організаторам краще адаптувати свої пропозиції.

Четверта характеристика – економічний вплив. Івент-туризм приносить значні економічні вигоди місцевим громадам, оскільки учасники подій витрачають гроші на проживання, харчування, транспорт та розваги. Це може позитивно вплинути на розвиток бізнесу в регіоні.

П'ята риса – культурний обмін. Івент-туризм часто сприяє взаємодії між різними культурами, оскільки події можуть залучати міжнародну аудиторію. Це сприяє розширенню горизонтів учасників та підвищенню культурної обізнаності.

Шоста характеристика – інновації та технології. Організація заходів часто передбачає використання новітніх технологій для покращення досвіду учасників. Це може включати використання цифрових платформ для реєстрації, маркетингу та взаємодії з учасниками.

Сьома риса – емоційна складова. Івент-туризм забезпечує туристам унікальні емоційні враження, що робить його привабливим для багатьох людей. Це пов'язано з можливістю пережити важливі моменти та події разом з іншими учасниками.

Таким чином, івент-туризм має унікальні риси, які сприяють його популярності та розвитку, одночасно підкреслюючи його важливість у контексті сучасного туризму.

Отже, сьогодні івент-туризм є відносно новим, але перспективним напрямом у туристичній індустрії. Його унікальність та привабливість полягають у поєднанні традиційного відпочинку з участю в найвражаючих подіях світу, що робить його надзвичайно популярним. Основною рисою подієвого туризму є безліч яскравих і незабутніх моментів, які залишаються в

пам'яті як одні з найзначніших етапів життя.

Цей напрямок туризму активно розвивається, пропонуючи різноманітні події, від культурних фестивалів і спортивних змагань до бізнес-конференцій та соціальних заходів. Івент-туризм не лише задовольняє потреби туристів у відпочинку, але й сприяє економічному розвитку регіонів, де проходять ці

Далі розглянемо сутність інноваційного продукту івент-туризму.

Сутність інноваційного продукту в івент-туризмі полягає в створенні нових, унікальних пропозицій, які не лише відповідають актуальним потребам туристів, але й сприяють розвитку галузі в цілому. Цей продукт включає в себе не лише саму подію, але й усі супутні елементи, які формують загальний досвід учасників.

По-перше, інноваційний продукт в івент-туризмі може проявлятися у нових форматах заходів. Це можуть бути унікальні фестивалі, виставки, спортивні змагання або культурні події, які поєднують різні аспекти та пропонують щось нове. Наприклад, проведення міжнародних ярмарків, які об'єднують різні культури та традиції, або інтерактивних виставок, де учасники можуть безпосередньо брати участь у процесі.

По-друге, важливу роль у створенні інноваційного продукту відіграє використання нових технологій. Сьогодні івент-туризм активно інтегрує технології, такі як віртуальна реальність, доповнена реальність та мобільні додатки, які забезпечують новий рівень взаємодії з учасниками. Наприклад, віртуальні тури або інтерактивні додатки, що дозволяють учасникам отримувати інформацію про подію в режимі реального часу, створюють додаткову цінність і покращують загальний досвід.

По-третє, сталий розвиток стає ключовим аспектом інноваційного продукту. Все більше івентів орієнтуються на екологічні практики, які зменшують негативний вплив на довкілля. Це може включати використання екологічно чистих матеріалів, енергоефективних технологій або організацію заходів у співпраці з місцевими громадами, що підтримує їхню економіку і зберігає культурну спадщину.

По-четверте, інноваційний продукт в івент-туризмі характеризується індивідуалізацією. Сучасні туристи прагнуть отримати персоналізований досвід, тому важливо створювати програми, які враховують інтереси та вподобання конкретних груп. Це можуть бути заходи, розроблені для молоді, сімей з дітьми або бізнесменів, які поєднують ділові зустрічі з елементами відпочинку.

По-п'яте, мережеві події, які сприяють встановленню контактів і співпраці, також є важливим аспектом інноваційного продукту. Конференції, симпозиуми та виставки, які об'єднують фахівців з різних галузей, дозволяють учасникам обмінюватися знаннями та досвідом, що підвищує цінність заходу.

Загалом, сутність інноваційного продукту в івент-туризмі полягає в інтеграції творчих ідей, технологічних нововведень і соціальної відповідальності, що робить події більш привабливими та актуальними для сучасних туристів. Це сприяє не лише розвитку конкретних дестинацій, а й покращенню загального іміджу івент-туризму як важливого сегмента в туристичній індустрії.

Значення інноваційних продуктів у івент-туризмі є багатограним і суттєвим для розвитку туристичної індустрії, регіонів та соціальних структур. Основними ключовими аспектами, що підкреслюють їх важливість є:

1. Конкурентоспроможність. Інноваційні продукти допомагають дестинаціям виділитися на ринку. У світі, де туристи мають великий вибір, унікальні події та нові формати заходів стають важливими факторами при прийнятті рішення про поїздку.

2. Залучення нових аудиторій. Інновації дозволяють залучати різноманітні групи туристів, включаючи молодь, сім'ї та бізнесменів. Персоналізовані та тематичні події можуть задовольнити різні інтереси та вподобання, що розширює аудиторію.

3. Економічний розвиток. Івент-туризм з інноваційними продуктами стимулює економіку регіонів, створюючи нові робочі місця, підтримуючи місцевий бізнес і залучаючи інвестиції. Великі події можуть значно збільшити

приплив туристів і, відповідно, витрати на послуги та товари.

4. Соціальний розвиток. Інноваційні заходи можуть сприяти розвитку місцевих громад, залучаючи їх до участі в організації подій і забезпечуючи платформи для культурного обміну. Це підвищує соціальну згуртованість і зміцнює ідентичність регіонів.

5. Екологічна стійкість. Інноваційні продукти в івент-туризмі часто враховують екологічні аспекти, впроваджуючи сталі практики, які зменшують негативний вплив на довкілля. Це важливо для збереження ресурсів та покращення іміджу дестинацій.

6. Технологічний прогрес. Використання нових технологій, таких як мобільні додатки, віртуальна реальність і соціальні мережі, дозволяє створювати більш інтерактивний і зручний досвід для учасників, що підвищує їхню задоволеність.

7. Культурна автентичність. Інноваційні події можуть підкреслювати унікальні культурні особливості регіонів, зберігаючи та популяризуючи місцеві традиції, кухню та мистецтво, що робить подорожі більш змістовними.

8. Гнучкість і адаптивність. Інноваційні продукти дозволяють івент-індустрії швидко реагувати на зміни в потребах ринку та уподобаннях споживачів, що є важливим у швидко змінюваному середовищі.

Таким чином, інноваційні продукти в івент-туризмі не лише підвищують якість пропозицій, але й сприяють сталому розвитку, економічному зростанню та соціальному благополуччю, роблячи їх ключовими елементами в сучасному туристичному середовищі.

1.2. Особливості просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок

Сьогоднішній туристичний ринок характеризується великим різноманіттям продуктів, які пропонують компанії різних рівнів і масштабів.

Щоб ефективно виділити свої товари та послуги серед конкурентів, важливо розробити чітку стратегію їх просування. На основі цієї стратегії обираються відповідні методи та інструменти, які допоможуть максимально ефективно представити турпродукт цільовій аудиторії.

Ефективне просування інноваційного продукту в івент-туризмі вимагає комплексного підходу, що включає в себе вивчення ринку, аналіз потреб споживачів і визначення конкурентних переваг. Важливо створити унікальну торгову пропозицію, яка б підкреслювала особливості продукту та його переваги в порівнянні з іншими пропозиціями на ринку.

Крім того, варто враховувати специфіку міжнародного ринку, оскільки культурні, соціальні та економічні аспекти можуть суттєво відрізнятись в різних регіонах. Це означає, що просування повинно бути адаптоване до конкретної аудиторії та включати елементи локалізації, щоб відгукнутися на інтереси та потреби місцевих споживачів.

Завдяки сучасним технологіям та інструментам маркетингу, компанії можуть використовувати різні канали комунікації для просування своїх івент-продуктів, включаючи соціальні мережі, електронну пошту, контент-маркетинг і онлайн-рекламу. Ці канали дозволяють досягти ширшої аудиторії, залучаючи потенційних клієнтів і підвищуючи обізнаність про бренд.

У результаті, ефективна стратегія просування інноваційних продуктів у івент-туризмі є ключовим чинником успішної діяльності на міжнародному ринку. Вона не лише допомагає привернути увагу до товарів і послуг, але й формує позитивний імідж компанії, сприяючи її зростанню та розвитку в конкурентному середовищі.

Просування інноваційного продукту в івент-туризмі — це процес представлення та популяризації унікальних туристичних пропозицій, які включають участь у спеціальних заходах, подіях або шоу. Цей процес передбачає використання різноманітних маркетингових стратегій та інструментів, щоб залучити цільову аудиторію та підвищити попит на ці продукти.

Основні аспекти просування інноваційних продуктів у галузі івент-туризму є критично важливими для їх успішного виходу на ринок і залучення уваги цільової аудиторії. Розглянемо ці аспекти детальніше (рис.1.5):



Рисунок 1.5. Основні аспекти просування інноваційних продуктів у галузі івент-туризму

** Розроблено автором самостійно*

1. Маркетингове дослідження. Грунтовний аналіз ринку є першим кроком у просуванні інноваційного продукту. Це включає:

- Вивчення конкурентів. Аналіз пропозицій конкурентів, їхніх сильних і слабких сторін, цінових стратегій та маркетингових кампаній.
- Визначення тенденцій. Слідкування за новими тенденціями в івент-туризмі, такими як зміни у споживчих вподобаннях або нові формати заходів.
- Оцінка потреб споживачів. Проведення опитувань, фокус-груп і інтерв'ю для виявлення потреб і бажань цільової аудиторії.

2. Сегментація цільової аудиторії. Розподіл споживачів на різні сегменти дозволяє створити цільові маркетингові стратегії:

- Визначення сегментів. Сегментація на основі віку, статі, доходу, інтересів та поведінки.

- Адаптація повідомлення. Розробка індивідуальних комунікацій для кожного сегмента, що підкреслюють переваги продукту, які найбільше резонують з конкретною групою.

3. Унікальна торгова пропозиція (УТП). УТП має бути чітко визначена і комунікована:

- Виділення особливостей продукту. Описання унікальних характеристик, які відрізняють продукт від конкурентів.

- Емоційний зв'язок. Створення емоційного зв'язку з аудиторією через розповіді, які підкреслюють цінність і досвід, що отримується від продукту.

4. Цифровий маркетинг. Використання онлайн-інструментів для просування продукту:

- Соціальні мережі. Активація на платформах, таких як Instagram, Facebook, TikTok для досягнення молодшої аудиторії та залучення уваги через візуальний контент.

- SEO і контент-маркетинг. Оптимізація веб-сайту для пошукових систем і створення контенту, що відображає експертизу в івент-туризмі.

- E-mail маркетинг. Регулярна комунікація з потенційними клієнтами через розсилки, які включають новини, акції та спеціальні пропозиції.

5. Організація промоційних заходів. Проведення заходів для демонстрації продукту:

- Демонстраційні події. Організація пробних версій заходів, які дозволяють потенційним клієнтам ознайомитися з форматом і концепцією.

- Нетворкінг. Створення можливостей для особистого спілкування між потенційними клієнтами та організаторами подій.

6. Співпраця з партнерами. Розширення можливостей через партнерство:

- Співпраця з туристичними агентствами. Встановлення партнерських відносин з агентствами для спільного просування продукту.

- Співпраця з медіа. Використання медіа-каналів для реклами продукту через прес-релізи, статті та інтерв'ю.

7. Акцент на соціальну відповідальність. Упровадження екологічних і

соціальних аспектів:

- Сталий розвиток. Підкреслення екомаркетингу та соціальної відповідальності продукту, що може залучити свідомих споживачів.

- Соціальні ініціативи. Участь у проектах, які мають позитивний вплив на місцеві громади.

8. Використання аналітики. Регулярний моніторинг і аналіз:

- Оцінка ефективності кампаній. Використання аналітичних інструментів для вимірювання успішності різних маркетингових активностей.

- Адаптація стратегій. Гнучкість у зміні стратегій на основі отриманих даних та зворотного зв'язку від споживачів.

9. Зворотний зв'язок від клієнтів. Залучення відгуків:

- Опитування та анкетування. Збір думок учасників подій для виявлення сильних і слабких сторін продукту.

- Аналіз відгуків. Використання отриманих даних для поліпшення якості пропозицій і задоволення потреб споживачів.

Таким чином, просування інноваційного продукту в івент-туризмі на міжнародному ринку потребує комплексного підходу, що враховує специфіку цільової аудиторії, сучасні технології, культурні особливості та сталі практики. Це дозволяє створити конкурентоспроможні пропозиції, які привертають увагу туристів та забезпечують успішний розвиток бізнесу.

1.3. Методичні підходи до просування інноваційного продукту івентивного туризму

Методичні підходи до просування інноваційного продукту івент-туризму включають комплекс дій і стратегій, спрямованих на ефективне представлення та популяризацію туристичних подій. Успішне просування інноваційного продукту в цій галузі потребує чіткої стратегії та адаптації до

потреб сучасного споживача.

Інноваційні продукти в івент-туризмі відрізняються своєю унікальністю та непередбачуваністю, що потребує спеціальних методів просування, спрямованих на формування попиту та залучення цільової аудиторії (рис.1.6).

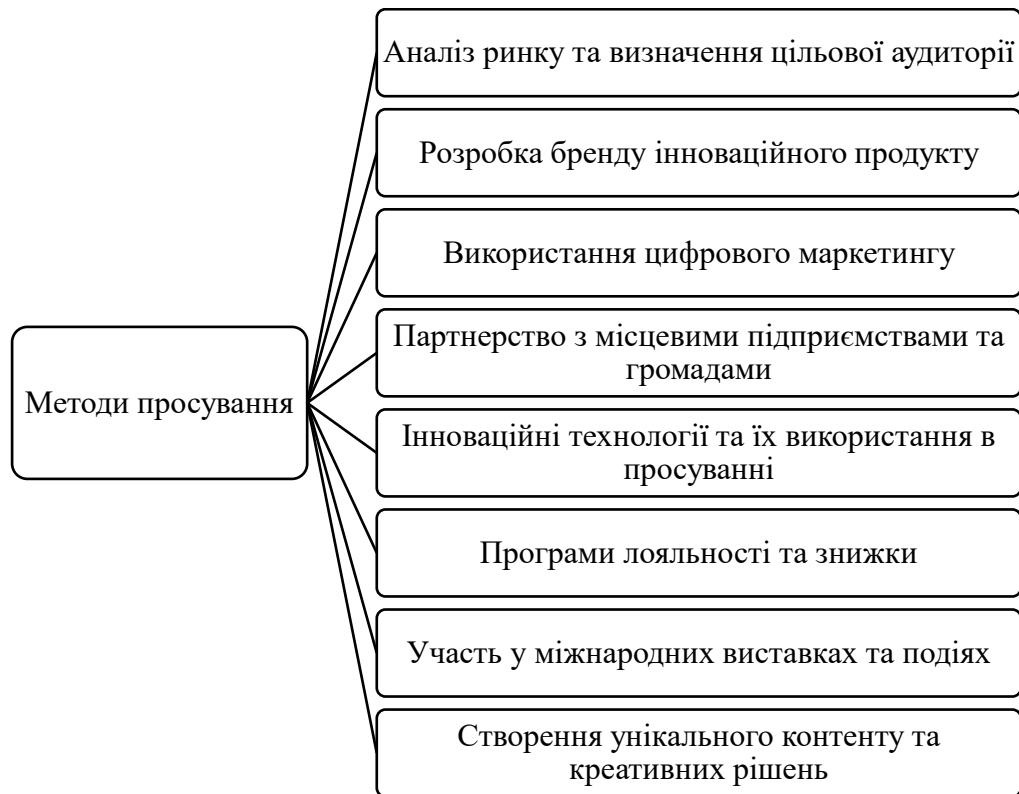


Рисунок 1.6. Методи просування інноваційних продуктів в івент-туризмі

** Розроблено автором самостійно*

Розглянемо кожний з методів просування інноваційних продуктів в івент-туризмі.

1. Аналіз ринку та визначення цільової аудиторії. Першим і найважливішим кроком у просуванні інноваційного продукту є глибокий аналіз ринку і цільової аудиторії. Цей етап включає дослідження конкурентів, визначення їхніх сильних та слабких сторін, аналіз потреб та очікувань потенційних клієнтів, а також виявлення трендів у сфері івент-туризму. Для цього використовуються різноманітні маркетингові інструменти, зокрема SWOT-аналіз, анкетування, фокус-групи та вивчення споживацької поведінки. Важливо враховувати вікові, соціальні, культурні та економічні особливості

цільової аудиторії, щоб адаптувати продукт під її потреби та очікування. Наприклад, молоді туристи можуть бути зацікавлені у фестивалях електронної музики, тоді як більш дорослі туристи віддають перевагу культурним або історичним заходам.

2. Розробка бренду інноваційного продукту. Ефективне просування інноваційного продукту в івент-туризмі неможливе без створення сильного та впізнаваного бренду. Бренд повинен відображати унікальність та новизну продукту, викликати позитивні емоції у клієнтів та асоціюватися з високою якістю послуг. Розробка бренду включає створення логотипу, розробку візуальної айдентики, визначення ключових меседжів та формування емоційного зв'язку з аудиторією. Наприклад, фестиваль культурних традицій може мати логотип із елементами національного орнаменту та слоган, що відображає повагу до історії та культури.

3. Використання цифрового маркетингу. У сучасних умовах цифрові технології відіграють ключову роль у просуванні інноваційних продуктів, зокрема в івент-туризмі. Використання інструментів цифрового маркетингу, таких як SEO (пошукова оптимізація), контекстна реклама, соціальні мережі та email-маркетинг, дозволяє максимально охопити цільову аудиторію. Важливою складовою цього підходу є створення контенту, що захоплює та інтригує аудиторію. Наприклад, відео про підготовку до події, інтерв'ю з учасниками чи закулісні матеріали допомагають створити зацікавленість та привернути увагу до заходу.

Соціальні мережі, зокрема Instagram, Facebook, TikTok та YouTube, є важливими платформами для просування івент-туризму, оскільки дозволяють взаємодіяти безпосередньо з цільовою аудиторією, відповідати на їхні питання та створювати візуальний контент, що приваблює. Використання інфлюенсерів та блогерів у просуванні також стає невід'ємною частиною маркетингової стратегії. Вони можуть поділитися досвідом відвідування заходу або розповісти про його унікальні аспекти, залучаючи свою аудиторію.

4. Партнерство з місцевими підприємствами та громадами. Просування

інноваційного продукту в івент-туризмі вимагає налагодження партнерських зв'язків з місцевими підприємствами та організаціями. Співпраця з готелями, ресторанами, транспортними компаніями та іншими туристичними бізнесами дозволяє створювати комплексні туристичні пакети та забезпечити ширше охоплення клієнтів. Партнерство може включати спільні маркетингові кампанії, надання знижок або бонусів клієнтам, а також організацію заходів на базі локальних туристичних атракцій. Наприклад, готель може запропонувати спеціальні знижки для гостей, які беруть участь в івенті, або ресторан може стати офіційним партнером заходу, забезпечуючи харчування.

5. Інноваційні технології та їх використання в просуванні. Успішне просування інноваційного продукту у сфері івент-туризму неможливе без використання сучасних технологій. Доповнена реальність (AR), віртуальна реальність (VR), мобільні додатки для реєстрації та бронювання подій стають ключовими інструментами для залучення клієнтів. Ці технології дозволяють створювати інтерактивний досвід, що дозволяє клієнтам заздалегідь "побачити" подію або навіть взяти участь у віртуальному турі. Впровадження таких технологій не лише робить події більш привабливими для сучасної аудиторії, але й дозволяє автоматизувати багато процесів, таких як реєстрація, оплата квитків чи бронювання місць.

6. Програми лояльності та знижки. Для стимулювання повторних відвідувань та залучення нових клієнтів важливим інструментом є програми лояльності та знижки. Розробка програм лояльності, що пропонують бонуси для постійних клієнтів, знижки на раннє бронювання чи спеціальні умови для великих груп, допомагає утримати клієнтів та підвищити їхню зацікавленість у подальшій співпраці. Пропозиція пакетних послуг, що включають не лише участь у події, але й проживання, харчування та трансфер, також є ефективним інструментом для залучення більшої кількості туристів.

7. Участь у міжнародних виставках та подіях. Одним із дієвих методів просування інноваційного продукту в івент-туризмі є участь у міжнародних туристичних виставках та конференціях. Це дозволяє презентувати продукт на

міжнародній арені, налагоджувати нові контакти з туроператорами та партнерами, а також залучати іноземних інвесторів. Участь у таких заходах сприяє розширенню географії просування продукту та підвищенню його впізнаваності.

8. Створення унікального контенту та креативних рішень. Інноваційний продукт потребує нестандартних підходів до створення контенту. Одним із методів є створення креативних промо-роликів, віртуальних турів по місцях проведення подій, інтерв'ю з ключовими спікерами або учасниками заходів. Важливим аспектом є також використання історій (storytelling), які допомагають побудувати емоційний зв'язок із аудиторією та зробити продукт ближчим до клієнтів. Унікальні ідеї та креативні рішення стають вирішальним фактором успіху у просуванні інноваційного продукту.

Таким чином, просування інноваційного продукту івентного туризму передбачає комплексний підхід із використанням новітніх технологій, ефективних комунікацій та стратегій залучення туристів. Ці методи допоможуть створити унікальний туристичний продукт, який буде успішним на міжнародному ринку.

Висновок до розділу 1

Отже, івент-туризм є перспективним і динамічним напрямком у туристичній галузі, який вдало поєднує відпочинок з можливістю стати частиною унікальних подій. Цей вид туризму дозволяє створити яскраві, незабутні враження, які залишаються в пам'яті як особливі життєві моменти, роблячи подорож не просто відпочинком, а справжньою подією.

Просування інноваційного продукту в івент-туризмі на міжнародному ринку вимагає всебічного підходу, що враховує різноманітні фактори, включаючи особливості цільової аудиторії, сучасні технологічні рішення, культурні нюанси та принципи сталого розвитку. Перший етап — визначення цільової аудиторії, адже кожна група туристів має власні інтереси та потреби,

які необхідно врахувати при створенні пропозицій. Новітні технології, такі як цифровий маркетинг, соціальні платформи та мобільні додатки, розширюють можливості для залучення туристів з усього світу, роблячи інформацію про події доступнішою. Також слід враховувати культурні особливості кожного регіону, адже адаптація продукту до місцевих традицій і звичаїв значно підвищує його привабливість. Впровадження сталих практик у планування та реалізацію івентів відповідає сучасним екологічним стандартам і зміцнює довіру до бренду, сприяючи його розвитку. Таким чином, комплексний підхід до просування забезпечує створення конкурентоспроможних туристичних пропозицій, що приваблюють туристів і забезпечують стабільне зростання бізнесу в сфері івент-туризму.

РОЗДІЛ 2.

ОЦІНКА ПРОСУВАННЯ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

2.1. Моніторинг ринку івентивного туризму в Україні

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), в Україні спостерігається значне зростання популярності подієвого туризму. Цей напрямок є відносно новим, проте дуже перспективним для країни, що підтвердив Міжнародний форум івент-індустрії «EIF», який відбувся у Львові в лютому 2021 року. Головний акцент форуму полягав у тому, що жодна територія не зможе привабити туристів та інвесторів без проведення подій, які зроблять її відомою. Великі міжнародні заходи сприяють формуванню позитивного іміджу регіону, підвищують його пізнаваність, створюють бренд та покращують туристичну привабливість. Міжнародні експерти зазначають, що за останнє десятиліття подієвий туризм став одним із найбільш динамічних видів туризму, залучаючи все більше людей. Світовий обіг у цій сфері зріс із десятків до сотень мільярдів доларів [51].

В Україні подієвий туризм почав розвиватися з 90-х років ХХ ст. Поява цього виду туризму була зумовлена потребою споживачів у нових враженнях та емоціях. Офіційно туристичні компанії розпочали реалізацію подієвих турів лише в 2002 р.

Достовірної інформаційної статистики подієвого туризму в Україні знайти неможливо, тому в роботі буде проведено оцінку розвитку подієвого туризму через аналіз фестивальних заходів, що проводилися в Україні в 2019–2020 рр., тому проаналізовано Інтернет-ресурси: сайт WorldExpo [50], відділ фестивалів в Україні, «Карабас.ком» [48], також сторінка фестивалів та сайт 078, де розміщуються новини про різні події.

На рис.2.1. відображена кількість подій по областях України, які можна врахувати до івент туризму.

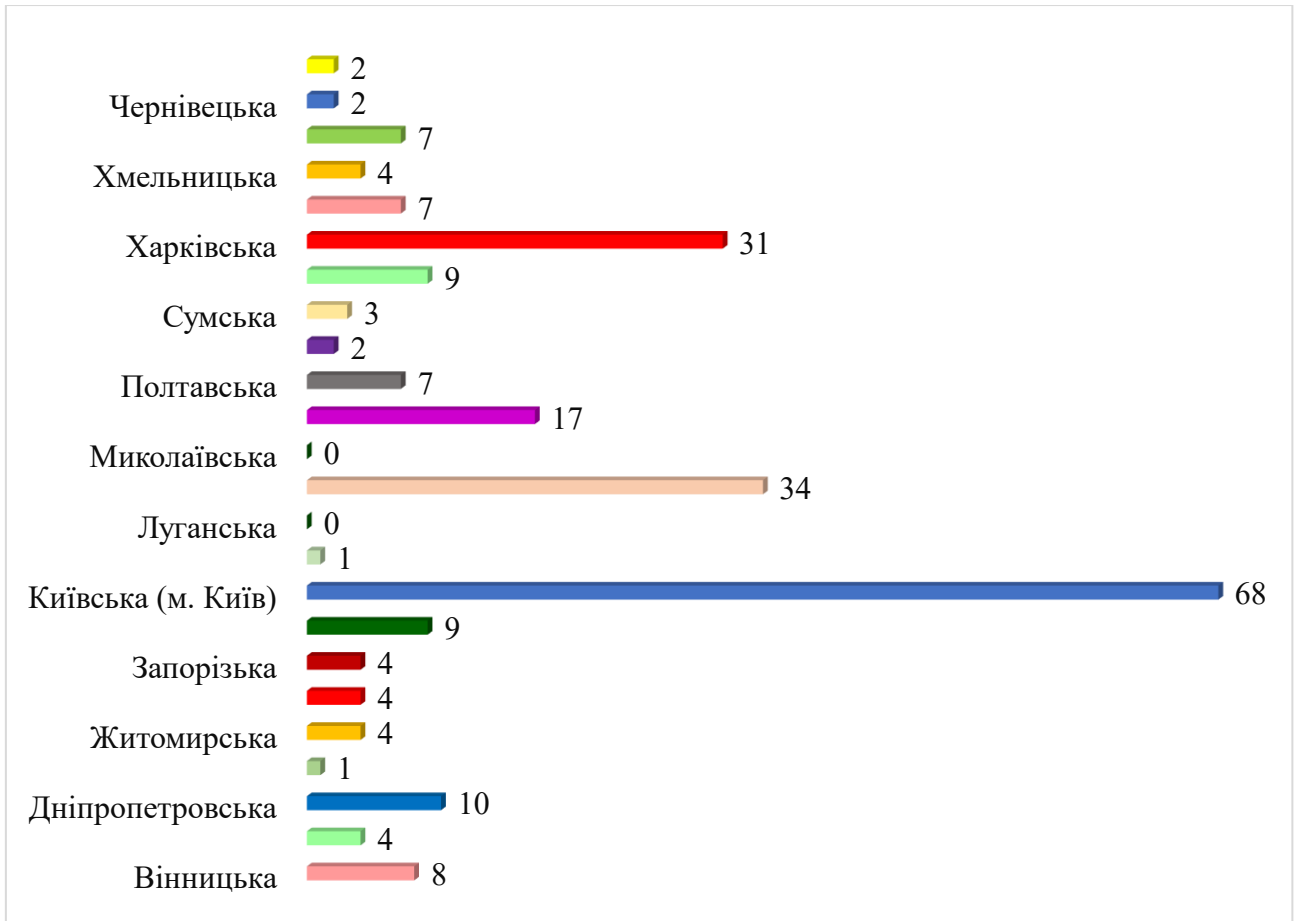


Рисунок 2.1. Кількість подій в кожній області України за 2021 рік

* Розроблено автором за [30]

Отже, можна побачити, що не всі регіони України можуть похвалитися подіями, здатними зацікавити туристів. Найбільша кількість таких заходів відбувається в Київській області – 68, у Львівській – 34, та в Харківській – 31. Така активність пояснюється добре розвиненою інфраструктурою, наявністю досвіду і можливостей для організації подій міжнародного масштабу.

На жаль, існують регіони, де зовсім не проводяться різнопланові заходи, серед них Миколаївська, Луганська та Донецька області. Це пояснюється складними обставинами, адже з 2014 року ці регіони зазнають військової агресії з боку росії. Через воєнні дії, що тривають на їхніх територіях, організація подій стала неможливою, що суттєво обмежує розвиток подієвого туризму в цих регіонах.

Важливим є проведення аналізу розвитку фестивальної діяльності в

Україні за видами подій, що відображено на рис.2.2

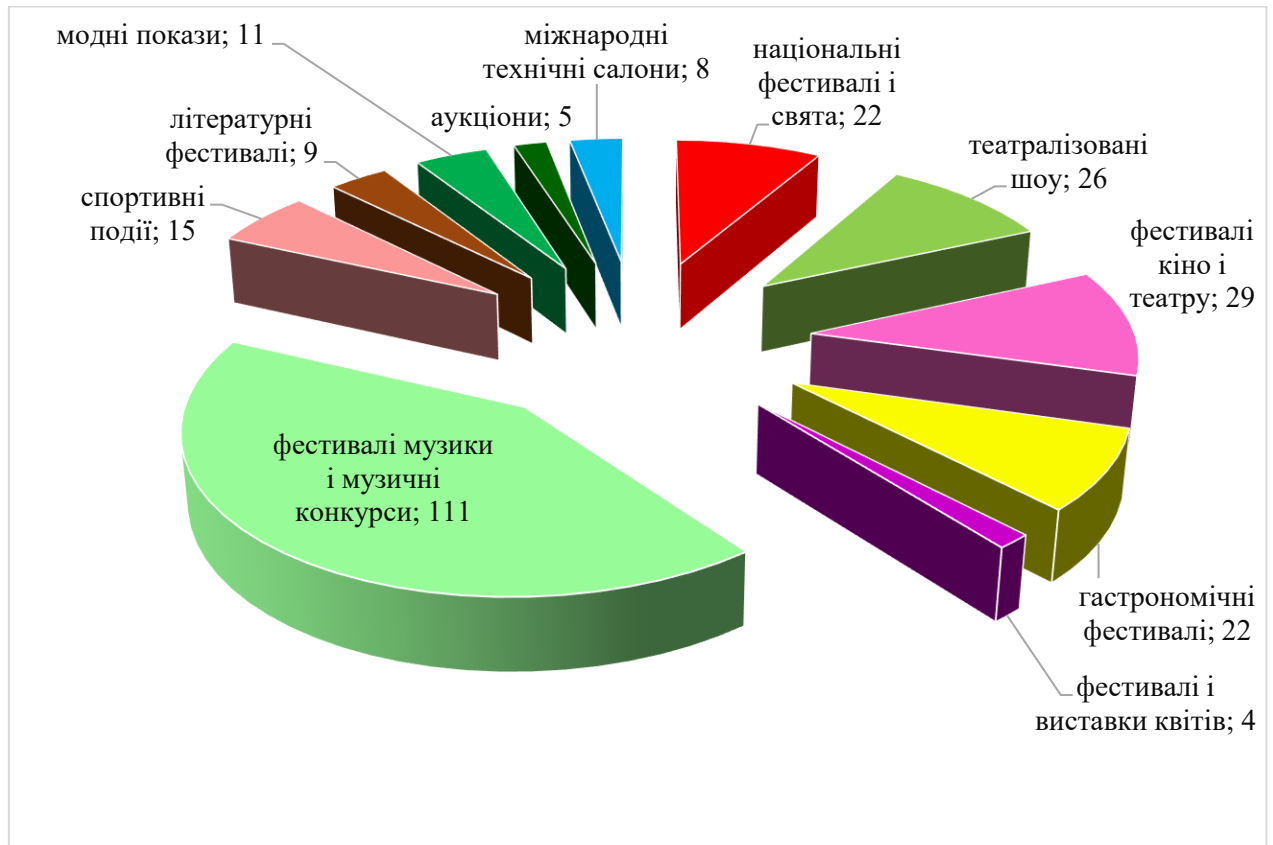


Рисунок 2.2. Структура тематичних видів фестивальної діяльності в Україні за 2021 рік

* Розроблено автором за [30]

Аналізуючи структуру тематичних видів фестивальної діяльності в Україні, можна зазначити, що значна частина подій відноситься до музичних фестивалів і конкурсів. Гастрономічні фестивалі також займають важливе місце, поряд з національними святами, фестивалями кіно та театру, а також театралізованими шоу, які приваблюють велику кількість відвідувачів.

У відсотковому співвідношенні можна спостерігати, що майже половина фестивалів в Україні – це музичні заходи, які складають 46,6%. На другому місці за популярністю перебувають фестивалі кіно та театру, що займають 12,2%, а трійку лідерів входять театралізовані шоу з часткою 10,9%. Ці дані підкреслюють важливість музичних і культурних подій для розвитку фестивальної діяльності в Україні, свідчачи про їхній великий вплив на

залучення туристів і популяризацію різноманітних культурних ініціатив.

Картографічне зображення фестивалів міжнародного рівня на спеціальній карті чітко ілюструє поточну ситуацію, відображаючи найбільш стабільні й значущі географічні осередки фестивального руху в Україні. Ця карта наочно демонструє, як фестивалі слугують засобом залучення туристичних потоків до різних міст і регіонів, зокрема зосереджуючись на західних та північних областях України. Таке розташування особливо актуальне в контексті кризових явищ, що спостерігаються у ключових галузях економіки цих територій. Організація фестивалів сприяє вирішенню проблем депресивності регіонів, підвищує рівень зайнятості населення і позитивно впливає на надходження до місцевих та державних бюджетів (рис.2.3).



Рисунок 2.3. Місця проведення регулярних міжнародних фестивалів в Україні

Щорічні фестивалі в Україні вражають своєю різноманітністю, пропонуючи можливість відвідати гастрономічні, музичні, історичні заходи, а також театральні та кінопокази, чи інші видовища (рис. 2.4). Найкращі святкові події приваблюють не лише українців, а й туристів з інших країн, створюючи яскраві враження, дозволяючи цікаво провести час і зустріти

нових людей [39].

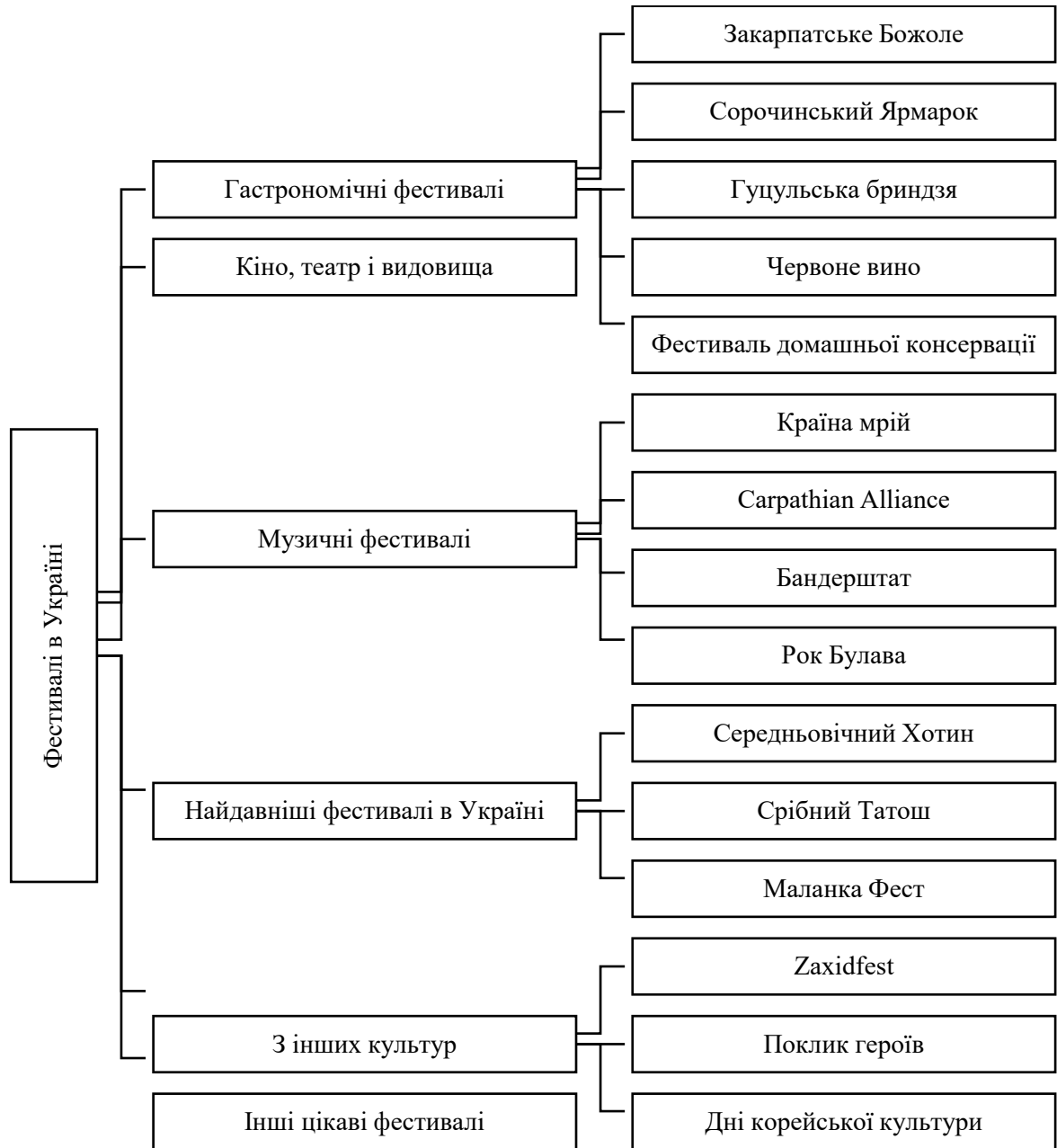


Рисунок 2.4. Топ фестивалів України

* Розроблено автором самостійно

Україна славиться не лише своєю багатою історією, а й неймовірно смачною, ситною та колоритною кухнею. Унікальне поєднання традиційних рецептів, місцевих інгредієнтів та кулінарних технік робить українські страви по-справжньому незабутніми. Саме з цієї причини гастрономічний туризм в Україні щороку набирає популярності і стає одним з найпопулярніших напрямків для туристів. Відвідувачі прагнуть зануритися в кулінарні традиції, скуштувати автентичні страви та відкривати для себе нові смаки, що робить

гастрономічні подорожі незамінною частиною культурного досвіду.

Ось лише мала частина фестивалів та тематичних свят по всій країні.

Фестиваль "Гуцульська бриндзя" — це яскраве культурне свято, яке відбувається в серці Карпат, де гуцули вшановують традиційний сир, що став символом регіону. Цей фестиваль не лише святкує смачний продукт, але й є відображенням багатой культури та гастрономічної спадщини гуцульського народу [39].

На фестивалі відвідувачі мають можливість насолодитися різноманітними стравами, в основі яких лежить гуцульська бриндзя, а також скуштувати й інші місцеві делікатеси. Тут представлені традиційні рецепти, які передаються з покоління в покоління, такі як вареники з бриндзею, банош, а також страви з дикорослими травами і грибами.

Фестиваль також включає різноманітні розваги: концерти фольклорних колективів, виставки народного мистецтва, майстер-класи з виготовлення бриндзі та інших сироварних продуктів. Тут можна почути автентичну гуцульську музику, взяти участь у танцях та насолодитися живою атмосферою свята.

Цей захід приваблює не лише місцевих жителів, а й туристів з усієї України та закордону, які прагнуть познайомитися з унікальною культурною спадщиною та гастрономічними традиціями Карпат. Фестиваль "Гуцульська бриндзя" стає не лише гастрономічним святом, а й платформою для обміну досвідом та ідеями між майстрами, кулінарами та туристами, сприяючи популяризації гуцульської культури та розвитку туризму в регіоні. Проводиться в вересні.

Національний Сорочинський Ярмарок (рис2.5) – це одне з найвідоміших культурно-торгових свят в Україні, яке щорічно проходить в селі Сорочинці на Полтавщині. Це свято має глибокі історичні корені, адже традиції ярмарків в цьому регіоні налічують більше двохсот років. Ярмарок став популярним завдяки описам у творчості українського письменника Гоголя, який детально змалював атмосферу таких подій у своїх творах.



Рисунок 2.5. Національний Сорочинський Ярмарок

Сорочинський Ярмарок — це не лише торговий захід, а й яскрава культурна подія, яка приваблює тисячі відвідувачів з усієї України та з-за кордону. Протягом кількох днів на ярмарку можна знайти різноманітні товари: від традиційних українських виробів, таких як вишиванки, гончарні вироби, борошняні та кондитерські вироби, до сучасних товарів і ремесел.

Крім того, Сорочинський Ярмарок пропонує багатий культурний програму, що включає виступи народних колективів, театральні постановки, концерти, танцювальні вечори та майстер-класи з народних ремесел. Відвідувачі мають змогу насолодитися українською кухнею, скуштувавши вареники, борщ, млинці, а також різноманітні десерти.

Цей фестиваль є важливою подією для популяризації української культури та традицій, адже він збирає разом людей різного віку та національностей, сприяє обміну досвідом, ідеями та емоціями. Сорочинський Ярмарок — це справжня кузня української ідентичності, де кожен може відчутися дух національної культури та гордість за своє походження.

Закарпатське Божоле — це унікальний винний фестиваль, що

відзначається в Закарпатті, одному з найвідоміших виноробних регіонів України. Цей захід проводиться на початку листопада, у період збору винограду, і є своєрідним святом молодого вина, яке отримало популярність завдяки аналогічному французькому святу "Beaujolais Nouveau".

Фестиваль пропонує не лише дегустацію вин, а й насичену культурну програму. Відвідувачі можуть насолодитися виступами місцевих музичних колективів, фольклорними танцями, а також виставками ремесел і гастрономічними шедеврами регіональної кухні. Кухарі презентують традиційні закарпатські страви, такі як бограч, голубці, а також різноманітні м'ясні та сирні делікатеси [39].

Закарпатське Божоле стало не лише важливою культурною подією, а й туристичним магнітом, привертаючи увагу відвідувачів з усієї України та з-за кордону. Це свято втілює в собі дух закарпатської гостинності, культуру виноробства та традиції, які передаються з покоління в покоління. Відвідуючи цей фестиваль, кожен має можливість зануритися в атмосферу радості, дружби та любові до вина, що робить його незабутнім досвідом для всіх учасників.

Всеукраїнський фестиваль домашньої консервації в Запоріжжі — це яскравий та надзвичайно цікавий захід, який відзначає важливість традицій консервування в Україні. Протягом п'яти років цей фестиваль став справжнім святом для шанувальників домашнього приготування їжі, які можуть обмінюватися досвідом, навчатися новим технікам та насолоджуватися смачними продуктами.

Фестиваль проводиться у вересні, коли вже відбувається активний збір врожаю. Це ідеальний час, щоб показати, які смачні страви можна приготувати з свіжих овочів і фруктів. Всі відвідувачі можуть доторкнутися до традицій української кухні та побачити, як виглядає сучасне консервування.

Програма фестивалю включає не лише експозицію банок з консервацією, а й різноманітні активності, які роблять захід цікавим і насиченим. У рамках фестивалю проходять дегустації, де учасники можуть спробувати найрізноманітніші варення, соління, маринади та інші делікатеси,

приготовані місцевими майстрами. Ці дегустації дозволяють відвідувачам відчутти справжній смак українських традицій і дізнатися більше про особливості кожного продукту.



Рисунок 2.6. Афіша Всеукраїнського фестивалю домашньої консервації

Також на фестивалі часто проходять виступи місцевих музикантів, що додає святкової атмосфери та робить захід більш живим і цікавим. Концерти забезпечують розважальну частину програми, що дозволяє відвідувачам насолодитися не лише смаком, а й звучанням.

Фестиваль червоного вина в Мукачеві — це одна з найулюбленіших подій серед шанувальників виноробства, що щорічно збирає до півсотні виноробів з різних куточків Закарпаття. Цей захід не лише підкреслює багатство та різноманітність виноробної культури регіону, але й надає можливість відвідувачам насолодитися високоякісними напоями, виготовленими з місцевих сортів винограду.

Основна частина фестивалю — це дегустації, де гості можуть скуштувати безліч вин, представлених різними виноробнями. Усі бажаючі мають можливість познайомитися з багатьма відомими та новими сортами червоного, білого і десертного вина. Це також чудова нагода для виноробів продемонструвати свої кращі напої та отримати зворотний зв'язок від справжніх гурманів [39].

Фестиваль червоного вина в Мукачеві також пропонує відвідувачам культурну програму, яка включає виступи музикантів, танцювальні колективи та інші розважальні заходи, що створюють святкову атмосферу. Участь у фестивалі дає можливість не лише насолодитися винами, але й дізнатися більше про традиції виноробства Закарпаття, а також поспілкуватися з виробниками і обмінятися досвідом з іншими любителями вина.

Таким чином, фестиваль червоного вина в Мукачеві стає не просто гастрономічним заходом, а важливою культурною подією, що сприяє популяризації виноробства в Україні та розвитку туристичної привабливості регіону.

Фестиваль борщу в Опішні — це не просто гастрономічний захід, а справжнє святкування традиційної української кухні, яке відзначається щороку з великим розмахом. Борщ, як невід'ємна частина українського культурного спадщини, займає особливе місце в серцях багатьох, і саме тому цей фестиваль стає справжньою гастрономічною подією для всіх поціновувачів цієї смачної страви.

На фестивалі можна скуштувати не менше ніж півсотні різновидів борщу, приготованих за унікальними рецептами з різних регіонів України. У кожному з них закладена власна історія та традиції, що робить кожен борщ неповторним. Від класичного червоного борщу з м'ясом до вегетаріанських варіантів, а також екзотичних рецептів із додаванням морепродуктів або трюфелів — кожен відвідувач знайде щось на свій смак. Тут дійсно неможливо спробувати два однакові борщі, адже кожен кухар привносить у приготування свою індивідуальність та креативність.

Крім гастрономічного різноманіття, фестиваль доповнюється багатою культурною програмою. Гості можуть насолодитися народними піснями, танцями та виступами фольклорних колективів, що створює неповторну атмосферу свята. Цей культурний аспект не лише підкреслює українські традиції, а й зближує людей, які люблять українську кухню і культуру.



Рисунок 2.7 Логотип фестивалю борщу

В Україні проходить безліч музичних фестивалів, які дарують неймовірні емоції, можливості для нових знайомств, високоякісну музику та безліч позитивних вражень.

Щорічно в Україні проводиться *музичний фестиваль «Рок Булава»*, який за останні роки здобув популярність серед любителів рок-музики. Цей захід відбувається в червні в місті Переяслав-Хмельницький на території спортивної бази «Переяславль», розташованої на живописному дніпровському побережжі [39].

Фестиваль приваблює не лише місцевих жителів, а й гостей з інших міст і країн. Вартість квитка на подію становить 100 гривень, що робить його доступним для широкої аудиторії. У програмі фестивалю беруть участь понад 50 гуртів, які представляють різні жанри рок-музики. Серед учасників є як українські виконавці, так і закордонні, наприклад, угорський гурт Insane, що додає міжнародного колориту заходу.

Крім музичних виступів, «Рок Булава» пропонує відвідувачам можливість насолодитися природною красою українського ландшафту, адже фестиваль проходить на фоні мальовничих дніпровських краєвидів. В атмосфері дружби та єдності, що панує на фестивалі, люди мають можливість не лише насолодитися музикою, але й знайти нових друзів, обмінюючись емоціями та враженнями.

Завдяки такій різноманітності музичних стилів та активній участі

відвідувачів, фестиваль став важливою подією в культурному житті України, сприяючи популяризації рок-музики та розвитку музичної індустрії в країні.

Свято «Гарне місто» – це яскравий фестиваль, який щорічно проходить у липні на території тернопільського аеропорту. Ця подія об'єднує людей, які прагнуть відзначити красу та культурну спадщину свого регіону, а також насолодитися різноманітними розвагами, які пропонує захід.

Фестиваль «Гарне місто» став платформою для представлення місцевих традицій, кулінарних шедеврів, мистецьких виставок та концертних програм. У програмі свята можна знайти виступи українських виконавців, музичних гуртів, а також театральні постановки, які додають особливого шарму події. Виступи артистів охоплюють різні жанри, від фольклору до сучасної музики, що робить фестиваль цікавим для широкої аудиторії.

Однією з важливих складових свята є ярмарок, на якому місцеві виробники та ремісники представляють свої товари. Відвідувачі мають змогу придбати унікальні вироби, сувеніри, а також насолодитися традиційною тернопільською кухнею. Смачна їжа та напої створюють затишну атмосферу, де кожен може насолодитися гастрономічними делікатесами.

На території аеропорту також організовуються різноманітні активності для дітей і дорослих, включаючи майстер-класи, ігри, спортивні змагання та художні виставки. Це дозволяє кожному знайти щось цікаве для себе та провести час у колі сім'ї та друзів.

Свято «Гарне місто» не лише підкреслює унікальність Тернополя, але й сприяє розвитку туристичної привабливості регіону. Завдяки такій події, місто стає більш відомим серед туристів, а місцеві жителі мають можливість пишатися своєю культурною спадщиною. Усі ці елементи створюють особливу атмосферу свята, яке надовго залишає позитивні спогади в серцях відвідувачів [39].

Окрім музичних і гастрономічних фестивалів, в Україні є безліч можливостей для захоплюючого відпочинку в світі кіно та театру, а також різних видовищ. Країна славиться своїми театрами, які вражають не лише

вишуканим зовнішнім виглядом — багато з них мають історичну архітектуру, прикрашену багатими деталями, але й талановитими акторами, які вражають оригінальними постановками. Серед численних театральних подій особливу увагу варто звернути на театральні фестивалі, які пропонують незабутні враження. Особливо гарні та гідні відвідування театральні фестивалі, серед яких:

«*Золоті оплески Буковини*». Мета - пропаганда театального мистецтва, зокрема, комедійного жанру. Учасники - кращі професійні театри України та закордонні колективи.

«*Марія*». Міжнародний фестиваль-моновиставка жінок-актрис. Його унікальність саме в тому, що в основі - жіноча монодрама. Аналогів цьому театальному форуму у світі немає. Беруть участь актриси з різних країн світу.

«*Обереги*». Міжнародний фестиваль національної класики на сцені лялькового театру. Місце проведення - Івано-Франківськ, обласний театр ляльок імені Марійки Підгірянки. Цей фестиваль має глибокий сенс - збереження українкою культури.

Ще більше перейнятися духом та атмосферою можна, відвідуючи кінофестивалі України, серед яких:

- Docudays - урочистість документального та ігрових фільмів з презентацією українських прем'єр;
- Wiz-Art - унікальна формація у Львові проводить фестиваль короткометражних фільмів з майстер-класами, тематичними кінопоказами, вечірками;
- Kisff - київський фестиваль короткометражок, яке також відомо, як «свято метра»;
- Linoleum - фестиваль, спрямований на розвиток і підтримку інтелектуальної анімації та медіамистецтво;
- Food Film Fest - фестиваль короткометражних фільмів на тему їжі з упором на філософію, культуру, мистецтво;

- «Відкрита ніч» - кінофестиваль, який нагадує собою огляд найцікавіших досягнень українського кінематографа, в тому числі під час стагнації;
- «Вінницький Фестиваль» - його мета знайти талановитих кінематографістів, встановити й розширити міжнародні творчі контакти, а також підвищити імідж Вінницької області та Вінниці як міста європейської культури;
- «Ірпінський кінофестиваль» - концепція кінофестивалю в тому, щоб надати свято для людей, зацікавлених в кіно, розширити горизонт уявлень про кінематограф;
- «Кіноскріпт» - кінофестиваль майстерності сценаристів створений для розвитку сценарного мистецтва і в цілому популяризації цього творчого напрямку [39].

Серед захоплюючих заходів, які можна відвідати, варто звернути увагу на Comic Con Ukraine — великий фестиваль поп-культури, що проходить на артзаводі «Платформа» в Києві. Організатори обіцяють безліч цікавих активностей, включаючи ігрові турніри, презентації нових коміксів, косплей-шоу, а також зустрічі з акторами з України та за кордону, не забуваючи про тематичний маркет.

На численних фестивалях минуле та сучасність органічно переплітаються один з одним. В українській культурі з давніх часів існували різноманітні фестивалі, які відзначаються своєю унікальністю. Найцікавіші з них відкривають можливість зануритися в історію та насолодитися різноманітними подіями. Щоб не пропустити найкращі з них, варто ознайомитися з ретельно підбраною добіркою.

Срібний Татос (рис.2.8) — це один із найвідоміших фестивалів в Україні, що відбувається в мальовничих Карпатах, в регіоні Закарпаття. Цей фестиваль, який зазвичай проводиться влітку, присвячений культурі та традиціям гуцулів, їхній музиці, гастрономії та народним ремеслам.

На фестивалі можна побачити різноманітні виступи народних колективів, спробувати смачні страви місцевої кухні, а також придбати вироби

місцевих майстрів. Однією з головних особливостей фестивалю є змагання з приготування традиційних гуцульських страв, серед яких особливе місце займає банош, бриндзя та інші смачні делікатеси.



Рисунок 2.8. Фестиваль Срібний Татош

Крім гастрономічних задоволень, фестиваль пропонує різноманітні активності для відвідувачів: майстер-класи, танцювальні вечірки, а також культурні заходи, що дозволяють зануритися в атмосферу гуцульського побуту [39].

Срібний Татош привертає туристів не лише з України, а й з-за кордону, що сприяє популяризації української культури та традицій, а також розвитку регіонального туризму.

Міжнародний історичний фестиваль «Середньовічний Хотин» — це унікальна подія, що проходить щороку в Хотині, Чернівецької області України. Фестиваль приваблює тисячі відвідувачів, які хочуть зануритися в атмосферу середньовіччя, дізнатися більше про історію та культуру цього періоду (рис.2.9).

Фестиваль зазвичай включає в себе різноманітні заходи, такі як:

1. Реконструкції історичних боїв. Учасники фестивалю, одягнені у

автентичні костюми, відтворюють бої та битви, що мали місце в середньовіччі. Ці постановки дають можливість глядачам відчувати себе частиною історії.



Рисунок 2.9. Міжнародний історичний фестиваль «Середньовічний Хотин»

2. Виставки та ярмарки. Фестиваль також пропонує відвідувачам можливість ознайомитися з середньовічними ремеслами, відвідати ярмарок, де можна придбати сувеніри, витвори народних майстрів, а також традиційні страви.

3. Концерти та театралізовані шоу. Гості можуть насолодитися виступами музичних колективів, а також театралізованими виставами, які відтворюють фрагменти середньовічного життя.

4. Майстер-класи. Під час фестивалю проводяться різноманітні майстер-класи, де всі бажаючі можуть навчитися традиційним ремеслам, таким як ковальство, гончарство або ткацтво.

5. Проведення лекцій та семінарів. На фестивалі також можна почути лекції від істориків та експертів з середньовічної історії, які діляться своїми знаннями про той період.

Фестиваль «Середньовічний Хотин» не лише популяризує українську

культуру, але й сприяє розвитку туризму в регіоні, привертаючи увагу до історичних пам'яток та краси Буковини. Це чудова можливість для всіх, хто цікавиться історією, культури та традиціями середньовіччя.

Фестиваль Маланок у Чернівцях (рис.2.10) — це яскрава подія, яка щорічно проходить у січні, відзначаючи традиції святкування Маланки, пов'язані із зимовими обрядами та народними звичаями. Цей фестиваль перетворює місто на центр української культури, де місцеві громади втілюють в життя багатогранність національних традицій.



Рисунок 2.10. Malanka-fest

Однією з найбільш захопливих частин фестивалю є яскраві костюми та маски, які носять учасники. Маланки зазвичай одягають маски тварин, героїв народних казок та фантастичних істот, створюючи таким чином дивовижну атмосферу свята. Фестиваль розпочинається з урочистого параду, на якому команди з різних сіл та міст України демонструють свої костюми та виконують традиційні обряди. Вулиці Чернівців заповнені музикою, сміхом і радістю, а глядачі із захопленням спостерігають за виступами.

У рамках фестивалю також проходять концерти сучасних українських виконавців, які доповнюють програму свята. Це поєднання традиційної та сучасної музики приваблює відвідувачів різного віку, створюючи атмосферу свята. Однією з важливих складових є ярмарок народних майстрів, де майстри

з усієї України демонструють свої вироби. Тут можна скуштувати традиційні страви, купити сувеніри та зануритися в атмосферу справжнього українського свята.

Фестиваль Маланок у Чернівцях не лише приваблює місцевих жителів, але й туристів з інших міст та країн, бажаючих ознайомитися з українською культурою. Це свято стало візитівкою міста, підкреслюючи важливість збереження традицій та культури. Маланка об'єднує людей, даруючи позитивні емоції та враження, що робить цей фестиваль значущим явищем у культурному житті України.

Отже, ресурсний потенціал України для розвитку івент-туризму вражає своєю різноманітністю та багатогранністю, що дозволяє задовольнити навіть найвибагливіших туристів. Країна може похвалитися не лише багатою культурною спадщиною, а й унікальними природними ресурсами, що відкриває безмежні можливості для організації різноманітних заходів.

В Україні регулярно проводяться численні фестивалі, концерти, виставки та спортивні події, що приваблюють туристів з усіх куточків світу. Міста, як-от Львів, Київ, Одеса та Харків, стають центрами культурних подій, які формують нові враження та емоції для відвідувачів (табл 2.1).

Таблиця 2.1. Інноваційні продукти івент-туризму України

Назва заходу	Регіон	Опис	Основні особливості	Період проведення
Фестиваль "Гуцульська бриндзя"	Карпати	Святкування традиційного карпатського сиру – бриндзи	Дегустації гуцульських страв, майстер-класи з сироваріння, фольклорна музика та танці	Вересень
Національний Сорочинський Ярмарок	Полтавщина	Ярмарок з більш ніж 200-річною історією	Пропонує широкий вибір українських виробів та продуктів, виступи народних колективів, майстер-класи з народних ремесел	Серпень

Закарпатське Боazole	Закарпаття	Фестиваль молодого вина, подібний до французького "Beaujolais Nouveau"	Дегустації вин, фольклорні концерти, презентація місцевих гастрономічних шедеврів	Листопад
Всеукраїнський фестиваль домашньої консервації	Запоріжжя	Свято для шанувальників домашніх консервацій	Експозиція домашніх консервацій, дегустації варення та маринадів, виступи місцевих музикантів	Вересень
Фестиваль червоного вина	Мукачево	Подія для винних гурманів, що демонструє виноробну культуру Закарпаття	Дегустації вин різних сортів, культурна програма, включаючи музичні та танцювальні виступи	Січень
Фестиваль борщу	Опішня	Свято традиційної української страви – борщу	Презентація більш ніж 50 варіантів борщу, виступи фольклорних колективів, дегустації різних рецептів	Липень
Музичний фестиваль «Рок Булава»	Переяслав- Хмельницький	Фестиваль рок- музики на Дніпровському побережжі	Концерти понад 50 рок-гуртів, участь іноземних виконавців, активності на природі	Червень
Фестиваль "Гарне місто"	Тернопіль	Місто святкує свою культурну спадщину	Концерти, театральні постановки, виставки мистецтва, ярмарок традиційних виробів	Липень
Кінофестиваль Docudays	Київ	Фестиваль документального кіно	Презентація українських прем'єр, тематичні кінопокази, майстер-класи	Березень
Фестиваль "Золоті оплески Буковини"	Чернівці	Театральний фестиваль комедійного жанру	Виступи найкращих театрів України та закордонних колективів	Листопад

Природний ландшафт країни, з її гірськими районами, лісами, річками і морями, сприяє розвитку активного і екологічного туризму. Події на природі, такі як екологічні фестивалі, спортивні змагання та пішохідні походи, також набирають популярності, створюючи нові можливості для залучення туристів.

Крім того, гастрономічні події стають все більш актуальними, адже українська кухня пропонує різноманіття смаків та традицій, що можна презентувати на фестивалях та кулінарних турах. Це забезпечує не лише відмінний досвід для туристів, але й сприяє розвитку місцевого бізнесу.

Таким чином, завдяки своєму багатому ресурсному потенціалу, Україна має всі шанси стати ключовим гравцем на міжнародному ринку івент-туризму, що відповідає потребам і смакам сучасних мандрівників. Цей потенціал потребує реалізації та інтеграції в єдину концепцію, щоб ефективно задовольнити попит і підвищити туристичну привабливість країни.

2.2. Оцінка інноваційних продуктів івентивного туризму

Оцінка інноваційних продуктів івент-туризму в Україні показує, що країна активно розвиває цей напрямок, створюючи унікальні культурні та розважальні події, які приваблюють не лише українських туристів, а й міжнародних гостей. Нижче наведено детальну характеристику основних івентів, які відбуваються в Україні.

1. *Івент-продукт Atlas Weekend* — це щорічний музичний фестиваль, що відбувається на ВДНГ у Києві. Він вважається найбільшим фестивалем сучасної музики в Україні і приваблює туристів з різних країн світу.

Atlas Weekend триває кілька днів і включає виступи більше ніж 200 виконавців різних музичних жанрів — від поп та рок-музики до електронної та хіп-хоп культури. На території фестивалю розташовані сцени для концертів, фуд-корти, зони відпочинку, мистецькі інсталяції та інтерактивні простори. Фестиваль також має зону кемпінгу для гостей, які бажають залишатися на

заході протягом усього періоду. Крім концертів, проводяться майстер-класи, лекції та зустрічі з артистами, що робить захід мультидисциплінарним і привабливим для різної аудиторії.

Atlas Weekend використовує ряд інноваційних рішень для покращення досвіду відвідувачів:

- Мобільний додаток. Забезпечує навігацію по фестивалю, надає розклад концертів, інформацію про артистів та доступ до квитків.
- Cashless система. Всі платежі на території фестивалю здійснюються безготівково через спеціальні браслети або мобільні платежі.
- Інтерактивні зони. Віртуальна та доповнена реальність, інтерактивні стенди для взаємодії відвідувачів з брендами-спонсорами.
- Стрімінги виступів. Офіційний сайт та мобільний додаток пропонують онлайн-трансляції концертів для тих, хто не може бути присутнім фізично.



Рисунок 2.11. Івент-продукт Atlas Weekend в 2021 році

У 2019 році фестиваль відвідали понад 530 000 осіб. У 2021 році, попри пандемію, Atlas Weekend зібрав близько 350 000 відвідувачів, що свідчить про його популярність навіть в умовах обмежень.

Основна цільова аудиторія фестивалю — це молоді люди віком від 18 до 35 років, які цікавляться сучасною музикою та культурними подіями. Також фестиваль приваблює сім'ї, шанувальників нішевих музичних жанрів, а завдяки міжнародним виконавцям — іноземних туристів. Atlas Weekend має універсальний формат, який охоплює різні музичні вподобання та стилі життя, що дозволяє залучати широку аудиторію [39].

2. *Одеський міжнародний кінофестиваль (ОМКФ)* — це один із найбільших і найвпливовіших кінофестивалів у Східній Європі, який проходить щорічно в Одесі з 2010 року. Основною метою фестивалю є популяризація високоякісного кіно та сприяння розвитку української кінематографії на міжнародній арені. ОМКФ залучає до уваги як професіоналів кінематографії, так і широких мас глядачів.

Фестиваль складається з декількох конкурсних програм:

- Міжнародна конкурсна програма, яка охоплює фільми різних жанрів з усього світу.
- Національна конкурсна програма, що представляє нові українські фільми.
- Європейський документальний конкурс, що фокусується на сучасних документальних стрічках.

Також проводяться ретроспективи, спеціальні покази, прем'єри та майстер-класи відомих режисерів, продюсерів і акторів.

Одеський міжнародний кінофестиваль пропонує низку інноваційних рішень для підвищення якості та інтернаціоналізації заходу:

- Цифрові платформи. ОМКФ активно використовує онлайн-платформи для перегляду фільмів, дозволяючи глядачам з усього світу брати участь у фестивалі в режимі реального часу, не відвідуючи Одесу. Це також розширює доступ до кіно для тих, хто не може приїхати фізично.

- VR-кінозали. Впровадження віртуальних кінозалів, де глядачі можуть за допомогою VR-технологій переглядати фільми, дозволяє створити новий рівень занурення у кінематографічний досвід.

- Майстер-класи та лекції. Відомі світові режисери, актори та продюсери проводять свої майстер-класи у змішаному форматі – як офлайн, так і онлайн, що дозволяє долучатися учасникам з будь-якої точки світу.

- Співпраця з міжнародними кіноплатформами. Зокрема, з Каннським кінофестивалем та іншими європейськими платформами для просування українського кіно на світовому ринку.

За останні роки Одеський кінофестиваль приваблює близько 150 000 відвідувачів щорічно, серед яких є як кіномани з України, так і міжнародні гості. З них близько 30% складають іноземні туристи, зокрема з Європи, США, Канади, Росії та інших країн.

Цільова аудиторія ОМКФ досить широка та охоплює такі групи:

- Кіномани та шанувальники авторського кіно. Оскільки фестиваль фокусується на артхаусних фільмах та авторському кінематографі, він приваблює аудиторію, яка цікавиться нестандартними, глибокими кінороботами.

- Кінопрофесіонали. Режисери, продюсери, сценаристи, критики, актори та інші фахівці кіноіндустрії приїжджають на фестиваль для участі в конкурсах, обговореннях та презентаціях, обміну досвідом і новими проектами.

- Туристи. Як українські, так і міжнародні відвідувачі, які цікавляться культурними заходами та відвідують Одесу з метою насолодитися її атмосферою під час фестивалю.

- Молодь. Значна частка аудиторії – молоді люди, що цікавляться сучасним мистецтвом, незалежним кіно та участю в культурних заходах.

Окрім перегляду кіно, туристи можуть насолодитися різними культурними заходами в межах фестивалю, такими як:

- Відвідування майстер-класів відомих кінорежисерів.

- Участь у прем'єрних показах та зустрічах з акторами.
- Можливість познайомитися з міжнародною кіноспільнотою.

Фестиваль також надає чудову можливість відвідати Одесу, відому своєю архітектурою, курортами та культурними пам'ятками, що робить подорож не лише культурно збагачувальною, але й туристично привабливою.

Таким чином, Одеський міжнародний кінофестиваль є прикладом інноваційного продукту івент-туризму, який поєднує традиційне кіно з новітніми технологіями, забезпечуючи високий рівень залучення туристів і розвитку культурного іміджу України на міжнародній арені.

3. *GogolFest* — це мультидисциплінарний фестиваль сучасного мистецтва, що проходить в Україні з 2007 року. Засновником та художнім керівником фестивалю є Влад Троїцький. *GogolFest* поєднує різні види мистецтва: театр, музика, кіно, література, перформанси, інсталяції та візуальні мистецтва. Події відбуваються в різних містах України, зокрема Києві, Дніпрі, Маріуполі, Вінниці та Херсоні. Фестиваль отримав свою назву на честь українського письменника Миколи Гоголя, підкреслюючи творчість і культуру, що виростають із багатого культурного спадку [39].

Фестиваль об'єднує різні види мистецтва і створює унікальне культурне середовище, де мистецтво стає доступним не тільки для експертів, але і для широкої аудиторії. Основний акцент робиться на інтерактивності, де глядач стає учасником події.

GogolFest є прикладом інноваційного підходу до організації культурних подій завдяки наступним аспектам:

- Мультидисциплінарність. Однією з головних інновацій фестивалю є інтеграція різних жанрів та форматів мистецтва. Глядачі мають можливість одночасно спостерігати за виставками, театральними перформансами, музичними концертами, інсталяціями та іншими мистецькими проектами.
- Мобільність. *GogolFest* проходить у різних містах України, адаптуючись до локальної культури та залучаючи місцевих митців. Це не тільки дозволяє залучити нову аудиторію, але й підвищує вплив фестивалю на

розвиток культурного життя у різних регіонах.

- Крос-культурні проекти. Фестиваль активно співпрацює з іноземними художниками та культурними інституціями, що сприяє обміну досвідом та залученню міжнародної аудиторії.

- Інноваційні простори. GogolFest часто використовує незвичні локації для проведення заходів, перетворюючи закинуті промислові приміщення або міські простори на арт-майданчики.

- VR та цифрові технології. В останні роки GogolFest впроваджує технології віртуальної реальності та цифрові платформи для показу мистецьких проектів, що розширює доступ до фестивалю.

GogolFest привертає значну кількість відвідувачів. У різні роки кількість відвідувачів залежала від міста проведення, але в середньому на фестиваль приходить понад 50 000 відвідувачів щороку. Наприклад, у 2021 році у Києві, Маріуполі та Вінниці загальна кількість учасників перевищила 55 000 осіб.



Рисунок 2.12. Афіша GogolFest

Цільова аудиторія GogolFest складається з декількох ключових груп:

- Молодь. Основну аудиторію фестивалю становить молодь віком 18-35

років, яка цікавиться сучасним мистецтвом та новими формами самовираження.

- Мистецька спільнота. GogolFest залучає українських та міжнародних митців, художників, акторів, музикантів та режисерів, які прагнуть взяти участь у культурному обміні.

- Туристи. Іноземні туристи, які цікавляться сучасною культурою та шукають нові, неординарні фестивалі, що виходять за межі традиційного культурного контексту.

- Експерти з мистецтва. GogolFest приваблює професіоналів, критиків та кураторів, які хочуть відкривати нові імена та тренди у світі сучасного мистецтва.

GogolFest пропонує унікальну можливість познайомитися з сучасним українським та міжнародним мистецтвом у різних формах. Це фестиваль, де можна не тільки спостерігати за мистецькими проектами, але й брати участь у них, завдяки інтерактивним інсталяціям та перформансам. Туристи, які відвідують фестиваль, також отримують можливість дослідити українські міста з їхньою історією та культурною спадщиною.

GogolFest стимулює розвиток культурного туризму в Україні та позиціонує країну на міжнародній арені як важливий центр сучасного мистецтва.

4. *Івент-продукт Koktebel Jazz Festival* — це один із найбільших і найвідоміших музичних фестивалів України, що почав свою історію у 2003 році в Коктебелі, Крим. Спочатку він мав формат джазового фестивалю, але з роками розширився і став мультижанровим заходом, де представлені різноманітні музичні напрямки, такі як джаз, блюз, рок, електроніка та етно-музика. Основною метою фестивалю є створення платформи для зустрічей музикантів з різних країн, обміну культурою та розвитку джазової музики в Україні [39].

Фестиваль тривалий час проходив у Коктебелі, однак після анексії Криму був перенесений на материкову частину України. Наразі він проходить

у різних містах України, таких як Одеса та Київ.

Основні програми фестивалю включають:

- Музичні концерти. Виступи відомих українських та зарубіжних виконавців джазу та суміжних жанрів.
- Майстер-класи. Навчальні сесії для музикантів, де вони можуть удосконалювати свої навички.
- Тематичні вечори та інтерактивні шоу. Фестиваль завжди шукає нові формати залучення аудиторії, зокрема через інтерактивні перформанси та експериментальні виступи.

Koktebel Jazz Festival є інноваційним завдяки кільком ключовим аспектам:

- Поєднання різних музичних жанрів. Незважаючи на джазову основу, фестиваль активно інтегрує інші музичні стилі, що робить його відкритим до експериментів і залучає різні категорії слухачів.



Рисунок 2.13. Koktebel Jazz Festival в 2021 році

- Мобільність. Після переїзду з Криму фестиваль не лише продовжив своє існування, але й адаптувався до нових умов, демонструючи гнучкість і здатність до інновацій у виборі локацій та форматів.

- Міжнародне співробітництво. Koktebel Jazz Festival активно залучає іноземних виконавців і музикантів, створюючи платформу для культурного обміну. Це сприяє інтеграції української музики на міжнародному рівні.

- Екологічна відповідальність. Фестиваль часто пропагує ідеї екологічної свідомості, підтримуючи ініціативи щодо зменшення впливу на довкілля, що є важливим елементом сучасних івентів.

- Мультиформатність. Крім музичних виступів, на фестивалі проводяться художні виставки, лекції, творчі перформанси та майстер-класи, що робить його мультидисциплінарним заходом.

Koktebel Jazz Festival щорічно приваблює тисячі відвідувачів. Наприклад, у 2019 році на фестиваль приїхало близько 20 000 гостей, включаючи як українців, так і іноземних туристів. Кількість відвідувачів варіюється залежно від місця проведення та програми, але в середньому фестиваль збирає від 15 000 до 25 000 людей на рік.

Цільова аудиторія Koktebel Jazz Festival є різноманітною та включає:

- Меломани та шанувальники джазу. Основну частину аудиторії складають любителі джазу та інших музичних жанрів, які шукають якісну живу музику та культурні події.

- Молодь. Фестиваль є популярним серед молоді віком 18-35 років, яка відкрита до нових музичних напрямків і культурних експериментів.

- Міжнародні туристи. Через залучення іноземних виконавців та міжнародну репутацію, фестиваль приваблює також туристів з-за кордону, особливо тих, хто цікавиться джазом і світовою музичною культурою.

- Музиканти та професіонали музичної індустрії. Для багатьох музикантів та діячів культури фестиваль є платформою для обміну досвідом, розвитку професійних зв'язків та пошуку нових творчих рішень.

Переваги для туристів:

- Різноманіття музики. Туристи мають можливість насолоджуватися не тільки джазом, а й суміжними жанрами, такими як рок, електроніка, етно, що робить програму фестивалю насиченою та цікавою для різних груп слухачів.

- Культурний обмін. Завдяки присутності іноземних виконавців, відвідувачі можуть ознайомитися з сучасними музичними трендами не тільки в Україні, а й за її межами.

- Незвичайні локації. Зміна місць проведення фестивалю додає нових вражень для туристів, які хочуть досліджувати різні регіони України.

- Екологічний та соціальний вплив. Учасники фестивалю також можуть долучитися до екологічних ініціатив або відвідати лекції про важливі соціальні та культурні теми.

Koktebel Jazz Festival — це не просто музичний захід, а потужна платформа для культурного розвитку, інтеграції та обміну, яка продовжує залишатися важливим гравцем на міжнародній музичній сцені та інноваційним івент-продуктом України.

5. *Івент-продукт Leopold Jazz Fest (Львів)*. Leopold Jazz Fest (до 2017 року відомий як Alfa Jazz Fest) — це міжнародний джазовий фестиваль, який щорічно проводиться у Львові, починаючи з 2011 року. Захід став одним із найвідоміших джазових фестивалів у Східній Європі, залучаючи провідних виконавців з усього світу. Leopold Jazz Fest проводиться на кількох сценах під відкритим небом, що дозволяє відвідувачам насолоджуватися музикою у мальовничих локаціях історичного Львова [39].

Фестиваль включає кілька програм:

- Головна сцена ім. Едді Рознера - це центральна локація фестивалю, де виступають провідні джазові музиканти світового рівня.

- Міські сцени. Виступи місцевих та міжнародних музикантів на відкритих майданчиках по всьому Львову, зокрема у парку культури та відпочинку ім. Богдана Хмельницького.

- Джеми та майстер-класи. Після офіційних концертів на сценах проводяться імпровізовані джеми, де музиканти разом грають на сцені, створюючи унікальну атмосферу. Також пропонуються майстер-класи для музикантів та любителів джазу.

- Кіносеанси та виставки. Фестиваль організовує тематичні кінопокази

про джазову культуру та виставки, присвячені історії джазу.

Leopolis Jazz Fest відзначається кількома інноваційними аспектами, що робить його унікальним культурним явищем:

- Інтеграція джазу з історичною атмосферою Львова. Фестиваль проводить концерти на відкритих майданчиках в історичному центрі Львова, що дозволяє гостям не тільки слухати музику, але й занурюватися в атмосферу старого міста.

- Безкоштовні концерти. Окрім основної сцени, на яку квитки потрібно купувати, фестиваль пропонує вільний доступ до концертів на інших локаціях, що робить подію доступною для всіх.

- Міжнародний склад музикантів. Щороку на фестиваль запрошуються всесвітньо відомі джазові виконавці, що піднімає рівень події на міжнародний рівень і привертає увагу світової джазової спільноти.

- Екологічний підхід. В останні роки фестиваль активно впроваджує екологічні ініціативи, включаючи сортування сміття, зменшення використання пластику та популяризацію сталого споживання серед відвідувачів.

Leopolis Jazz Fest приваблює велику кількість відвідувачів. У середньому фестиваль збирає близько 50 000–70 000 гостей щороку, причому відвідувачі приїжджають не лише з України, а й з-за кордону. Відомо, що фестиваль має велику аудиторію серед туристів з Європи, зокрема Польщі, Німеччини та інших країн.

Leopolis Jazz Fest має широку цільову аудиторію, яка включає:

- Джазових ентузіастів. Основна частина аудиторії складається з людей, які цінують джазову музику та готові подорожувати, щоб послухати світових виконавців.

- Міжнародні туристи. Фестиваль залучає туристів з усього світу, які приїжджають до Львова, щоб побачити місто та насолодитися музикою. Відвідувачі з Європи, Північної Америки та Азії складають значну частину міжнародної аудиторії.

- Місцеві жителі та студенти. Завдяки вільному доступу до частини концертів, фестиваль приваблює велику кількість місцевих жителів, студентів та молоді, які відвідують безкоштовні концерти.

- Сім'ї та культурні туристи. Оскільки фестиваль проходить в одному з найбільш культурно багатих міст України, його відвідують туристи, які також цікавляться архітектурою, історією та культурою Львова. Вони можуть поєднувати свої враження від міста з відвідуванням джазових концертів.

Переваги для туристів:

- Міжнародна якість виступів. Leopold Jazz Fest щороку запрошує найкращих джазових виконавців, що дозволяє туристам отримати високоякісний музичний досвід на рівні провідних світових джазових фестивалів.



Рисунок 2.14. Leopold Jazz Fest в 2021 році

- Доступність та відкритість. Завдяки безкоштовним концертам на відкритих локаціях фестиваль приваблює широку аудиторію, роблячи культуру джазу доступною для всіх верств населення.

- Поєднання музики та архітектури. Відвідувачі мають унікальну

можливість поєднати слухання джазу зі спогляданням архітектурних шедеврів Львова. Відкриті майданчики створюють атмосферу свободи та гармонії між музикою та історичним контекстом міста.

- Освітні можливості. Майстер-класи та відкриті дискусії дають можливість відвідувачам дізнатися більше про джазову культуру та індустрію, а також отримати практичні знання у цій сфері.

Leopolis Jazz Fest — це унікальний івент-продукт, який поєднує високу якість музики, культурний досвід та історичну атмосферу Львова. Фестиваль став важливим міжнародним туристичним магнітом, залучаючи тисячі відвідувачів щороку, які не тільки слухають джаз, а й насолоджуються культурною спадщиною України.

6. Івент-продукт Courage Bazaar — це унікальний київський фестиваль вуличної культури та творчості, що поєднує кілька форматів культурних активностей. Він організовується в стилі "барахолки", де відбуваються продажі авторських товарів, але також включає різні розважальні заходи. Основні акценти події — на творчість, свободу самовираження та сучасну культуру.

Формати, які пропонуються туристам:

- Маркет дизайнерських речей. На фестивалі можна знайти ексклюзивні вироби українських дизайнерів, що представляють сучасну моду, аксесуари, мистецтво, кераміку та інші креативні товари.

- Фуд-корт та гастрономічні зони. Відвідувачам пропонується великий вибір страв від місцевих рестораторів та вуличних кухонь.

- Музичні виступи. Фестиваль включає живі виступи українських і міжнародних виконавців, які створюють атмосферу вільного самовираження.

- Арт-зони. Простір, де місцеві художники, скульптори та інші митці представляють свої роботи, а також проводять інтерактивні майстер-класи.

- Інтерактивні зони для дітей. Відвідувачам з дітьми пропонується дитячі розважальні програми, творчі майстер-класи та зони для активного відпочинку.



Рисунок 2.15. Афіша Courage Bazaar в 2024 році

Courage Bazaar проводиться на різних локаціях Києва, включаючи промислові та творчі простори, що додає урбаністичного характеру події.

Courage Bazaar вирізняється завдяки інноваційному підходу до формату "барахолки" та фестивалю:

- Поєднання сучасного мистецтва та торгівлі - це не просто маркет, а платформа для молодих художників, дизайнерів та підприємців, яка дозволяє їм проявляти себе. Тут поєднуються культура продажів з вільним самовираженням, що робить подію особливою для людей, які шукають унікальні речі.

- Сміливий арт-простір. Courage Bazaar впроваджує сучасні арт-інсталяції та інноваційні перформанси, що робить його більш схожим на міжнародні арт-фестивалі, ніж на традиційні маркети.

- Урбаністичні простори. Місця проведення часто є занедбаними чи промисловими зонами, що символізують відродження урбаністичної культури. Це також надає відчуття автентичності та створює унікальний досвід для туристів.

- Інтерактивність. Відвідувачі можуть не лише дивитися, але й брати

участь у процесах створення мистецьких об'єктів, кулінарних майстер-класах або навіть у перформансах, що підкреслює інноваційний підхід фестивалю до залучення аудиторії.

З моменту запуску Courage Bazaar, кількість відвідувачів щорічно зростає. В середньому, подію відвідує близько 10 000–15 000 осіб за одну подію, залежно від локації та сезону. За рік проводиться кілька подій, тож загальна кількість відвідувачів може досягати 30 000–40 000 осіб.

Цільова аудиторія Courage Bazaar є досить різноманітною, але головним чином складається з:

- Молоді та творчих людей. Люди віком від 18 до 35 років, які цікавляться мистецтвом, модою, дизайном та альтернативною культурою.

- Креативні підприємці та митці. Учасники заходу, які прагнуть представити свої роботи широкій аудиторії.

- Туристи. Як українські, так і міжнародні відвідувачі, які хочуть дослідити сучасну культуру Києва та побачити молодих українських дизайнерів і художників у дії.

- Сім'ї з дітьми. Оскільки подія включає активності для дітей, на Courage Bazaar приходять також молоді сім'ї, які бажають провести час у креативному середовищі.

- Мандрівники та любителі фуд-культури. Окрім мистецтва, фестиваль також приваблює тих, хто цікавиться гастрономічними інноваціями, завдяки своїм фуд-зонам із сучасною кухнею.

Переваги для туристів:

- Доступ до ексклюзивних товарів. Туристи мають можливість придбати оригінальні дизайнерські речі, які важко знайти в звичайних магазинах.

- Знайомство з сучасною українською культурою. Courage Bazaar дозволяє відвідувачам познайомитися з молодими українськими митцями та їхньою творчістю, що дає унікальний культурний досвід.

- Сучасний урбаністичний досвід. Для тих, хто шукає нетипові туристичні маршрути, Courage Bazaar пропонує відвідування нестандартних

локацій та захопливих урбаністичних просторів у Києві.

- Гастрономічні новинки. Фуд-корти, представлені на заході, надають можливість скуштувати інноваційні страви сучасної української кухні, що також привертає увагу гурманів.

Courage Bazaar — це більше, ніж просто маркет, це креативна платформа, яка допомагає популяризувати українську культуру на міжнародному рівні.

Таким чином, Україна дійсно пропонує цілу низку інноваційних івент-продуктів, що вміло поєднують сучасні технології з культурними традиціями, створюючи унікальні досвіди для туристів. Такі події, як GogolFest, Одеський міжнародний кінофестиваль, Leopold Jazz Fest та Courage Bazaar, не лише демонструють культурне багатство країни, але й використовують інтерактивні технології, цифрові рішення для продажу квитків, віртуальні тури та онлайн-трансляції для залучення ширшої аудиторії. Ці івенти постійно інтегрують інновації, такі як доповнена реальність, інтерактивні мобільні додатки для учасників, і це підвищує рівень залученості туристів.

Міжнародне партнерство також відіграє важливу роль у популяризації цих івентів, адже все більше іноземних учасників та гостей беруть участь у заходах. Це дозволяє івент-продуктам бути на світовому рівні, відкриває нові можливості для культурного обміну та підсилює міжнародний імідж України. Завдяки такій комплексній стратегії, інноваційні івенти сприяють активному розвитку туристичної галузі та закріпленню країни як сучасного культурного та подієвого напрямку.

Для всебічної оцінки внутрішніх сильних та слабких сторін інноваційних продуктів івент-туризму в Україні, за браком актуальної статистичної інформації ми застосували методикку SWOT-аналізу. Також, за його допомогою ми визначили зовнішні можливості та загрози, які впливають на успішне просування інноваційних продуктів івент-туризму України (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2. SWOT-аналіз інноваційних продуктів івент-туризму в Україні

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
1. Багата культурна та історична спадщина	1. Недостатня туристична інфраструктура в регіонах, віддалених від великих міст, що обмежує доступність деяких туристичних подій
2. Велика кількість місцевих традицій і звичаїв	2. Відсутність ефективної рекламної кампанії для просування подій на міжнародному рівні, обмежена участь у міжнародних туристичних виставках
3. Розвиток гастрономічного туризму	3. Недостатнє фінансування культурних проєктів і подій на державному рівні
4. Зростаючий інтерес молоді та локальних ініціатив до створення сучасних подій (фестивалі музики, мистецтва тощо)	4. Слабкий розвиток сервісної культури та стандартів обслуговування в багатьох закладах, що обслуговують туристів
5. Вигідне географічне розташування України як транзитної країни між Східною та Західною Європою	5. Військовий стан, нестабільна економічна та політична ситуація
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
1. Зростаюча популярність "нестандартних" туристичних напрямків і збільшення попиту на унікальні культурні події в Україні	1. Вплив війни в Україні та глобальних економічних криз, що можуть зменшувати платоспроможність туристів і знижувати туристичний потік
2. Підтримка з боку міжнародних організацій (наприклад, ЄС) на розвиток культурних і креативних індустрій, включаючи подієвий туризм	2. Конкуренція з боку країн-сусідів (Польща, Угорщина, Чехія) з більш розвинутою туристичною інфраструктурою і репутацією безпечних туристичних напрямків
3. Зростання інтересу до подорожей із метою участі в подіях (фестивалі, концерти, спортивні змагання) серед молоді	3. Погіршення екологічної ситуації та зростання забруднення, що може відлякати екотуристів і погіршувати загальні туристичні враження
4. Використання сучасних цифрових інструментів для популяризації подій (соціальні медіа, туристичні додатки)	4. Політична нестабільність у країні, яка може спричинити проблеми з безпекою та погіршувати імідж країни на міжнародному ринку туризму
5. Розвиток співпраці з іноземними культурними інституціями для організації спільних фестивалів і заходів, що підвищить зацікавленість іноземців (на перспективу, після закінчення війни)	5. Вплив війни, пандемій або інших кризових ситуацій, які можуть обмежити проведення масових заходів і подій

За результатами SWOT-аналізу інноваційних продуктів івент-туризму в Україні можемо сформувані певні рекомендації для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних продуктів івент-туризму, а саме:

1. Інвестувати в розвиток інфраструктури в популярних туристичних регіонах, зокрема в транспорту, готельної мережі, закладів громадського харчування.

2. Підвищити якість туристичних послуг і сервісів через навчання персоналу.

3. Розвивати рекламні кампанії на міжнародних ринках для просування українських подій і фестивалів.

4. Залучити державне та приватне фінансування для організації культурних заходів на високому рівні.

5. Розширити співпрацю з міжнародними партнерами та інвесторами для організації та підтримки подій.

Також, результати аналізу допомогли визначити ключові напрями для вдосконалення подієвого туризму в Україні та підвищення його привабливості для туристів, які окреслено в наступних підрозділах.

2.3. Аналіз просування інноваційного продукту івентивного туризму туристичним оператором на міжнародний ринок

Аналіз просування інноваційних продуктів івент-туризму на міжнародний ринок є ключовим фактором для розвитку туристичних послуг та залучення іноземних туристів. Туристичні оператори застосовують різноманітні стратегії, новітні технології та маркетингові інструменти для ефективного просування івентів.

Проаналізуємо основні складові просування інноваційних продуктів івент-туризму туристичними операторами. Вони включають маркетингову стратегію, інструменти просування, партнерства, контент, локацію та логістику, а також оцінку результативності. Кожен з цих аспектів відіграє ключову роль у досягненні ефективного просування та залученні широкої аудиторії туристів. Аналіз цих складових допомагає визначити, які стратегії

найефективніші для просування івент-турів, і які інструменти дозволяють туристичним операторам досягти своїх маркетингових цілей.

Join UP! — один із найбільших українських туроператорів, який активно розвиває івентивний туризм, націлений як на внутрішній, так і на міжнародний ринки. *Join UP!* спеціалізується на організації турів для різних категорій туристів, включаючи івент-туризм. Туроператор активно просуває свої івент-пропозиції як в Україні, так і за кордоном, акцентуючи увагу на значущих подіях.

Івент-тури:

- *Z-Games* — найбільший спортивно-музичний фестиваль в Україні, який відбувається на узбережжі Чорного моря. Фестиваль поєднує в собі спортивні змагання, активний відпочинок і виступи музичних гуртів.

- *Odessa International Film Festival (OIFF)* — один з найбільших кінофестивалів Східної Європи, що приваблює кінематографістів, акторів та кінокритиків з різних країн.

- Київський марафон *Wizz Air Kyiv City Marathon*** — міжнародний спортивний захід, який збирає тисячі учасників з різних куточків світу, що приваблює любителів спорту і активного відпочинку.

Join UP! використовує багатокомпонентну стратегію просування, яка охоплює кілька ключових елементів:

- Цільова реклама на міжнародних ринках. Пряма реклама через міжнародні соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, YouTube, а також на туристичних онлайн-платформах.

- Партнерські програми. Співпраця з міжнародними туристичними агентствами, що надають комплексні туристичні пакети, до яких включено відвідування подій.

- SEO та контент-маркетинг. *Join UP!* використовує пошукову оптимізацію для збільшення видимості івент-турів на ринках Європи, Північної Америки та Азії. Туроператор також активно веде блоги та створює відео-контент для залучення іноземної аудиторії.

- Промо через інфлюенсерів та блогерів. Важливим елементом є співпраця з міжнародними інфлюенсерами, які створюють контент під час фестивалів та спортивних заходів, поширюючи інформацію про івенти серед своїх підписників.

Join UP! активно співпрацює з міжнародними партнерами:

- Авіакомпанії. Авіаперевізники, такі як Turkish Airlines і SkyUp, є ключовими партнерами для забезпечення міжнародного транспортного сполучення.

- Готелі та житлові комплекси. Співпраця з готельними мережами і сервісами проживання, що забезпечує зручне розміщення для туристів, які беруть участь у заходах.

- Медіа-партнери. Туроператор співпрацює з міжнародними медіа, що спеціалізуються на подорожах і туризмі, для поширення інформації про заходи та культурні події.

Інструменти просування:

- Соціальні мережі. Ведення активних промо-кампаній у Facebook, Instagram, YouTube, з орієнтацією на міжнародну аудиторію. Кожен захід підтримується тематичними постами, відеороликами та спеціальними акціями.

- Платформи бронювання турів. Пропозиція турів через міжнародні ОТА (online travel agencies), такі як Expedia, TripAdvisor, Booking.com.

- E-mail розсилки та CRM**: Інструмент для підтримки контактів з постійними клієнтами та інформування про нові події.

- **Цифрова реклама та SEO**: Активна оптимізація контенту для пошукових систем, використання платної реклами через Google Ads та інші міжнародні рекламні мережі.

Щорічно Join UP! залучає тисячі туристів для участі в івент-турах. Z-Games, наприклад, збирає до 10 000 відвідувачів, з яких приблизно 15% — це іноземці. Використання цифрових каналів дозволяє оператору досягати аудиторії понад 1 мільйона людей на міжнародних ринках. Завдяки онлайн-

продажам і партнерствам з міжнародними туристичними агенціями, Join UP! може ефективно відстежувати продажі івент-турів та їхній вплив на ринок.

Як бачимо, Join UP! реалізує ефективну стратегію просування івент-турів на міжнародний ринок через комплексний підхід до маркетингу, партнерства з міжнародними авіакомпаніями, готелями та медіа. Оперативне використання цифрових інструментів та рекламних платформ дозволяє компанії збільшити свою міжнародну присутність та привертати увагу до подій, які відбуваються в Україні.

Туристичний оператор *TUI Ukraine* є частиною міжнародної мережі TUI Group, що спеціалізується на організації турів для різних категорій туристів, включаючи івент-туризм.

TUI Ukraine активно розвиває свою мережу і пропонує різноманітні івент-тури, орієнтовані на іноземних туристів. В рамках просування івентів, оператор акцентує увагу на культурних, гастрономічних та спортивних подіях, що привертають міжнародну аудиторію.

Івент-тури:

- Lviv Jazz Festival (колишній Alfa Jazz) — міжнародний джазовий фестиваль у Львові, який збирає виконавців та шанувальників джазової музики з усього світу. Це музичне свято включає концерти, майстер-класи та спеціальні екскурсії для учасників.

- Kyiv Wine & Food Festival — фестиваль вина та їжі в Києві, що об'єднує кращих виноробів і гастрономічних експертів з різних країн. Подія включає дегустації, кулінарні шоу та професійні конкурси.

- Ukrainian Fashion Week — найбільша модна подія в Україні, що презентує нові колекції українських та міжнародних дизайнерів. Подія приваблює іноземних фешн-критиків, фотографів і блогерів, що сприяє популяризації України на міжнародній арені.

Стратегія просування TUI Ukraine на міжнародний ринок базується на кількох ключових підходах:

- Цільова реклама через міжнародні платформи. Використання

рекламних кампаній через Google Ads, Meta (Facebook та Instagram), YouTube для досягнення цільової аудиторії у різних країнах.

- Співпраця з міжнародними медіа. Партнерство з профільними міжнародними медіа в сфері подорожей і подій (напр., Travel+Leisure, Condé Nast Traveler) для просування українських івентів серед іноземної аудиторії.

- Контент-маркетинг. Просування через блогерів та інфлюенсерів, які створюють контент з подій, що дозволяє залучати молодь та активних мандрівників.

- Підтримка міжнародних партнерів. Важливими партнерами є авіакомпанії (наприклад, SkyUp та МАУ), що пропонують зручне сполучення з основними локаціями подій, а також міжнародні готельні мережі, які забезпечують комфортне проживання для учасників фестивалів.

UI Ukraine активно співпрацює з низкою партнерів для просування івент-турів:

- Авіакомпанії. Співпраця з міжнародними перевізниками, такими як Turkish Airlines і МАУ, для організації трансферу іноземних туристів.

- Місцеві туристичні компанії. Співпраця з місцевими гідами та туристичними операторами для організації додаткових екскурсій і розваг під час івентів.

- Медіа та PR агентства. Партнерство з міжнародними PR агентствами, які займаються створенням і поширенням промо-матеріалів на міжнародних ринках.

Інструменти просування:

- Вебсайти та ОТА (Online Travel Agencies). TUI Ukraine використовує такі міжнародні туристичні платформи, як Booking.com та Expedia, для просування івент-турів і створення пакетних пропозицій для іноземних туристів.

- Соціальні мережі. Інтенсивне просування через соціальні медіа, як-от Facebook, Instagram, та YouTube. Кожен івент активно підтримується спеціальними відеороликами, фотографіями та інтерв'ю з учасниками подій.

- E-mail маркетинг. Розсилка спеціальних пропозицій клієнтам і постійним туристам з новинами про нові івент-тури.

- Промо-відео та банери. Створення промо-відео, яке транслюється на міжнародних туристичних форумах і конференціях.

Щороку івент-тури, організовані TUI Ukraine, відвідують тисячі іноземних туристів. Наприклад, Lviv Jazz Festival привертає до 30% іноземних відвідувачів від загальної кількості учасників.

За допомогою соціальних мереж та онлайн-платформ, таких як Google і Facebook, TUI Ukraine охоплює аудиторії понад 2 мільйонів людей у Європі та Північній Америці.

Прямі продажі квитків через туристичні платформи дозволяють точно відстежувати кількість проданих квитків та ефективність кожної кампанії.

Отже, TUI Ukraine успішно просуває інноваційні продукти івент-туризму на міжнародний ринок через комплексну стратегію, яка включає цифрові інструменти маркетингу, партнерство з міжнародними авіакомпаніями та готелями, а також активну взаємодію з інфлюенсерами і медіа. Цей підхід дозволяє компанії залучати міжнародну аудиторію та розширювати туристичні потоки до України, роблячи такі події, як Lviv Jazz Festival та Ukrainian Fashion Week, глобально відомими.

Тез Тур — один з провідних туристичних операторів в Україні, який спеціалізується на організації турів різного напрямку, включаючи івент-туризм. Компанія пропонує широкий спектр послуг, забезпечуючи туристам доступ до різноманітних культурних, спортивних та розважальних заходів як в Україні, так і за кордоном.

Тез Тур пропонує участь у великих культурних подіях, таких як Київський міжнародний кінофестиваль, Фестиваль "Atlas Weekend" та інші значущі культурні заходи.

Тез Тур реалізує стратегію просування, яка включає кілька основних елементів:

- Цільова реклама. Використання соціальних мереж (Facebook,

Instagram, YouTube) для рекламування івент-турів, орієнтуючись на певні аудиторії, які зацікавлені в культурних та спортивних заходах.

- Контент-маркетинг. Створення корисного контенту (блоги, статті, відео) про події, які сприяють залученню потенційних клієнтів. Це може включати інтерв'ю з учасниками та організаторами.

- Email-маркетинг. Регулярні інформаційні розсилки з новинами, акціями та спеціальними пропозиціями для підписників.

Тез Тур використовує кілька ключових інструментів для просування своїх івент-турів:

- Соціальні мережі. Активна реклама в Facebook, Instagram та YouTube з використанням візуального контенту (фото та відео з попередніх івентів).

- SEO та SEM. Оптимізація сайту для покращення видимості в пошукових системах. Використання контекстної реклами для залучення цільового трафіку.

- Промоційні акції. Проведення розіграшів, акцій та спеціальних пропозицій, щоб зацікавити потенційних клієнтів.

Успішні кампанії можуть залучати тисячі туристів на великі події. Наприклад, в 2023 році під час музичного фестивалю Atlas Weekend Тез Тур організував близько 400 поїздок, що відповідало приблизно 2000 клієнтам. Високий рівень задоволеності туристів, що підтверджується позитивними відгуками та повторними бронюваннями. Позитивні відгуки в соціальних мережах та на туристичних платформах сприяють залученню нових клієнтів.

Таким чином, Тез Тур активно просуває івент-туризм на міжнародному ринку, використовуючи сучасні маркетингові стратегії, партнерства та інструменти. Це дозволяє компанії залучати нових клієнтів, забезпечувати високий рівень задоволеності та конкурувати в галузі івент-туризму в Україні.

Apex Tour — один з провідних туристичних операторів в Україні, що спеціалізується на організації різноманітних подорожей, включаючи івент-туризм. Компанія має досвід роботи на міжнародному ринку, що дозволяє їй залучати іноземних туристів до України.

Апех Тур пропонує кілька типів івент-турів, зокрема організація участі туристів у великих культурних подіях, таких як Львівський міжнародний фестиваль короткометражного кіно та Київський міжнародний кінофестиваль.

Стратегія просування Апех Тур охоплює кілька ключових компонентів:

- Цільова аудиторія. Визначення специфічних сегментів, таких як молодь, бізнес-клієнти, культурні ентузіасти, та адаптація пропозицій під їхні потреби.
- Комплексний маркетинг. Використання омніканального підходу, включаючи онлайн і офлайн рекламу, щоб залучити широку аудиторію.
- Спеціальні пропозиції. Створення акційних пакетів та знижок для залучення нових туристів, наприклад, «раннє бронювання» або «групові знижки».

Апех Тур активно працює в партнерстві з різними організаціями для підвищення ефективності просування:

- Співпраця з організаторами фестивалів та спортивних подій для отримання ексклюзивних квот на квитки та доступ до закритих заходів.
- Партнерство з місцевими готелями та ресторанами для забезпечення знижок на проживання та харчування для учасників івентів.
- Співпраця з медіа-агенціями, блогерами та туристичними сайтами для просування івент-турів через контент і рекламу.

Апех Тур використовує різноманітні інструменти для просування своїх івент-турів:

- Соціальні мережі. Активна реклама на платформах Facebook, Instagram та TikTok, з використанням відео та графічних матеріалів, які ілюструють попередні заходи.
- Email-маркетинг. Регулярні розсилки, що містять інформацію про нові тури, акції та інші події, що дозволяє підтримувати зв'язок з клієнтами.
- Контент-маркетинг. Створення блогів та статей, які висвітлюють особливості івентів, що підвищує інтерес до продуктів Апех Тур.

У 2023 році Апех Тур організував 1500 поїздок на Львівський

міжнародний фестиваль короткометражного кіно, що залучило близько 5000 туристів. Високий рівень задоволеності, підтверджений позитивними відгуками від туристів та високим відсотком повторних бронювань. Рекламні кампанії в соціальних мережах досягли охоплення близько 30000 осіб, з яких 20% проявили інтерес до пропозиції.

Anex Tour активно просуває інноваційний продукт івент-туризму в Україні, використовуючи різноманітні маркетингові стратегії та партнерства. Це дозволяє компанії залучати нових клієнтів, забезпечувати високий рівень задоволеності та підвищувати конкурентоспроможність на ринку івент-туризму.

Підводячи підсумок, можемо констатувати що, туроператори в Україні активно розвивають івент-туризм, використовуючи широкий спектр рекламних каналів для просування своїх продуктів на міжнародному ринку. Соціальні мережі, YouTube, Google Ads та партнерства з брендами і музичними платформами дозволяють операторам максимально охопити іноземну аудиторію, створюючи інтерактивний та залучаючий контент.

Основними ринками для українських туроператорів є Європа (зокрема Польща, Німеччина та Франція), США, Канада та Ізраїль. Це стратегічно важливі напрямки, що надають можливість ефективно таргетувати туристів з різних країн.

Івент-туризм з України просувається на міжнародному ринку шляхом використання різноманітних методів реклами та співпраці з міжнародними платформами. Це включає участь у міжнародних виставках, проведення презентацій, а також колаборації з відомими туристичними агентствами та медіа-ресурсами. Завдяки цьому туроператори не тільки підвищують обізнаність про українські івенти, але й формують позитивний імідж країни як привабливого туристичного напрямку.

Крім того, стратегічні партнерства з музичними та культурними платформами сприяють популяризації культурних подій, таких як фестивалі, концерти та виставки, що у свою чергу залучає туристів, які шукають нові

враження та унікальні досвіди. Таким чином, українські туроператори не лише просувають конкретні події, а й розвивають цілий спектр івент-турів, що охоплюють різні інтереси та потреби міжнародних туристів.

В цілому, така комплексна стратегія просування, що поєднує новітні технології, культурну унікальність та маркетингові інновації, дозволяє Україні успішно конкурувати на міжнародному ринку івент-туризму, залучаючи все більше іноземних туристів.

Розробка та просування інноваційних продуктів івент-туризму на міжнародний ринок під час воєнного стану потребує обережного підходу, враховуючи специфічні виклики та ризики. Нами запропоновано рекомендації, які, на нашу думку можуть допомогти туристичному оператору успішно реалізувати цю стратегію (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3. Рекомендації для туристичного оператора щодо просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок під час воєнних дій

Кроки	Характеристика
Фокус на цифрових платформах та віртуальних заходах	<ul style="list-style-type: none"> - віртуальні тури та онлайн-події - розширене використання соціальних мереж і цифрових каналів - віртуальна та доповнена реальності
Позиціювання бренду з акцентом на безпеку та соціальну відповідальність	<ul style="list-style-type: none"> - комунікація безпекових заходів - розробка продуктів з акцентом на благодійність - партнерство з міжнародними фондами та організаціями
Робота з вузькоспеціалізованими ринками	<ul style="list-style-type: none"> - залучення нішевих сегментів ринку - фокус на бізнес-туристів та волонтерів
Просування через міжнародних партнерів та амбасадорів	<ul style="list-style-type: none"> - співпраця з міжнародними туроператорами та культурними інституціями - партнерство з українською діаспорою
Створення привабливого маркетингового контенту	<ul style="list-style-type: none"> - акцент на візуальних матеріалах - історії та культурні особливості - персоналізація пропозицій
Впровадження лояльнісних програм та акцій	<ul style="list-style-type: none"> - гнучка політика скасування та лояльність - спеціальні пропозиції для раннього бронювання
Використання грантів та міжнародних програм підтримки	<ul style="list-style-type: none"> - міжнародні гранти та субсидії - співпраця з міжнародними організаціями, що підтримують культурні проекти та туризм

Основна мета – використати міжнародні можливості та інструменти, які допоможуть підвищити довіру до продукту і привернути увагу до України, незважаючи на виклики, пов'язані з безпекою. Для досягнення цієї мети, необхідно здійснити такі кроки:

1. Фокус на цифрових платформах та віртуальних заходах:

- *Віртуальні тури та онлайн-події* (організуйте віртуальні заходи (вебінари, онлайн-фестивалі, майстер-класи з ремесел або гастрономії), які дозволяють учасникам з інших країн взаємодіяти без фізичної присутності).

- *Розширене використання соціальних мереж і цифрових каналів* для промоції продукту, зокрема YouTube, Instagram та Facebook для демонстрації потенціалу подій в Україні.

- *Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR)* можуть додати елемент інноваційності та дозволять учасникам відчувати атмосферу, не виїжджаючи з дому.

2. Позичювання бренду з акцентом на безпеку та соціальну відповідальність:

- *Комунікація безпекових заходів* (забезпечте міжнародну аудиторію інформацією про всі заходи безпеки та проактивну відповідальність компанії щодо захисту туристів).

- *Розробка продуктів з акцентом на благодійність* (позиціонуйте продукти івент-туризму як підтримку української культури та економіки в складний час).

- *Партнерство з міжнародними фондами та організаціями* для спільного проведення заходів та просування через їхні платформи.

3. Робота з вузькоспеціалізованими ринками:

- *Залучення нішевих сегментів ринку* (звертайтеся до аудиторій, які цікавляться підтримкою постраждалих країн, культурною спадщиною та соціальними проектами).

- *Фокус на бізнес-туристів та волонтерів* (пропонуйте пакети для міжнародних партнерів, які приїжджають з робочими або гуманітарними

місіями та можуть зацікавитись культурними заходами у вільний час).

4. Просування через міжнародних партнерів та амбасадорів:

- *Співпраця з міжнародними туроператорами та культурними інституціями* дозволить покращити видимість інноваційного продукту, а також забезпечити підтримку та довіру іноземців.

- *Партнерство з українською діаспорою* (вони можуть допомогти поширити інформацію про продукт через свої мережі, а також виступити амбасадорами України за кордоном).

5. Створення привабливого маркетингового контенту:

- *Акцент на візуальних матеріалах*: високоякісні фото та відео, що демонструють красу та атмосферу заходів, допоможуть зацікавити потенційних відвідувачів.

- *Історії та культурні особливості*: представляйте культурні заходи як спосіб долучитися до відродження української ідентичності, показуючи їх значущість для світової аудиторії.

- *Персоналізація пропозицій*: інформуйте потенційних клієнтів про унікальні особливості подій і створюйте пакети послуг на основі їхніх інтересів.

6. Впровадження лояльнісних програм та акцій:

- *Гнучка політика скасування та лояльність*: запропонуйте гнучкі умови бронювання та повернення коштів, що знизить ризики для туристів у випадку непередбачуваних ситуацій.

- *Спеціальні пропозиції для раннього бронювання або знижки для груп*, що можуть привабити іноземних туристів на етапі планування подорожей.

7. Використання грантів та міжнародних програм підтримки:

- *Міжнародні гранти та субсидії*: використовуйте можливості отримання грантів на підтримку культурних і туристичних проектів у кризових умовах. Це дозволить мінімізувати фінансові ризики та зберегти високий рівень якості продукту.

- *Співпраця з міжнародними організаціями*, що підтримують культурні проєкти та туризм: дозволить посилити бренд та зробити його більш привабливим для іноземної аудиторії.

На нашу думку, ці кроки допоможуть туристичним операторам зміцнити позиції на міжнародному ринку навіть у складний воєнний час, продовжувати діяльність, підтримувати культурний туризм і зберігати інтерес до України на міжнародному ринку, незважаючи на складні обставини.

Висновок до розділу 2

Український ринок івент-туризму має значний потенціал для розвитку завдяки культурній спадщині, багатим природним ресурсам та різноманітним можливостям для організації заходів різного масштабу, включаючи фестивалі, виставки та спортивні події. Міста, такі як Київ, Львів, Одеса і Харків, стають популярними локаціями для проведення культурних та бізнес-івентів, приваблюючи туристів із-за кордону. Із впровадженням інноваційних підходів до організації заходів та появою нових подій цей ринок продовжує розвиватися, створюючи перспективи для зростання економіки регіонів.

Однак розвиток івент-туризму в Україні стикається з викликами, зокрема політичною нестабільністю та недостатньою туристичною інфраструктурою в деяких регіонах. Для зміцнення позицій на ринку країна має активно працювати над покращенням свого іміджу, підвищенням якості обслуговування та залученням інвестицій у розвиток інфраструктури. Співпраця з міжнародними партнерами та участь у глобальних туристичних заходах можуть сприяти покращенню репутації України, роблячи її привабливішою для міжнародних туристів і організаторів подій.

Україна пропонує широкий вибір інноваційних івент-продуктів, які вдало поєднують сучасні технології з багатими культурними традиціями, створюючи для туристів унікальні враження. Події, як-от GogolFest, Одеський міжнародний кінофестиваль, Leopold Jazz Fest та Courage Bazaar, не лише

відображають культурне розмаїття країни, а й активно застосовують інтерактивні технології та цифрові рішення, такі як онлайн-продаж квитків, віртуальні тури та прямі трансляції, що дозволяє охопити широку аудиторію. Ці заходи постійно запроваджують новітні технології, зокрема доповнену реальність та інтерактивні мобільні додатки для відвідувачів, що підвищує рівень залучення туристів.

РОЗДІЛ 3.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПРОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

3.1. Обґрунтування та розроблення інноваційного продукту івентивного туризму

Обґрунтування та розроблення інноваційного продукту івент-туризму Київською областю є важливим аспектом для розвитку туристичної привабливості регіону та його культурно-економічного потенціалу. Київська область має значний ресурсний потенціал для розвитку івент-туризму завдяки своєму географічному розташуванню, багатій історичній спадщині та наявності природних рекреаційних зон. Створення інноваційного туристичного продукту в цій області дозволить залучити нових туристів, розширити туристичний сезон та сприяти економічному зростанню регіону.

Туристична галузь у Київській області має всі передумови для потужного розвитку та входження в цивілізований світовий ринок послуг за умови врахування тенденцій та принципів інноваційного розвитку. Туристична Київщина наразі асоціюється з переважно природними пам'ятками, історичними, культурними, духовними та гастрономічними об'єктами. Всучасних умовах туристична сфера сприяє розвитку економіки, розвиваючи галузі промисловості та сільського господарства, торгівлі, будівництва, зв'язку, виробництву товарів широкого попиту, сприяє зайнятості населення, зростанню потенційного та реального валового внутрішнього продукту країни, є вагомим джерелом валютних надходжень та засобом забезпечення позитивного сальдо платіжного балансу країни та регіону.

Київщина є столичним регіоном, у центрі території якого знаходиться м. Київ – столиця України, потужний політичний, діловий, індустріальний, науково-технічний, транспортний та культурний центр країни, пов'язаний з

областю тісними комерційними і соціальними зв'язками.

Київська область має значний ресурсний потенціал для розвитку івент-туризму завдяки своїй багатій історико-культурній спадщині, розвиненій інфраструктурі та природним ресурсам. Основні аспекти, які сприяють її привабливості для івент-туризму:

1. Культурна та історична спадщина. Київщина багата на пам'ятки історії та архітектури, що можуть стати основою для організації різноманітних культурних заходів. Наприклад, такі місця як Софійський собор, Києво-Печерська лавра, історичні резиденції, замки й музеї області є ідеальними локаціями для культурних подій, фестивалів та виставок.

2. Розвинена інфраструктура. Київська область має добре розвинену транспортну систему, включно з міжнародними аеропортами, сучасними дорогами, готелями різного класу, ресторанами й конференц-центрами, що полегшує організацію масштабних заходів, конференцій та виставок.

3. Природні ресурси. На території Київської області розташовані численні природні парки, ліси, річки та озера, що дозволяє організовувати екологічні та спортивні події на свіжому повітрі. Такі місця як парк Межигір'я або Переяслав-Хмельницький національний історико-етнографічний заповідник можуть слугувати локаціями для масових заходів просто неба, вело-турів, пішохідних марафонів або фестивалів природи.

4. Масштабні фестивалі та виставки. Київщина має досвід проведення великих культурних та розважальних заходів, таких як музичні фестивалі, театральні вистави під відкритим небом, мистецькі заходи, що приваблюють як місцевих мешканців, так і міжнародних туристів.

5. Інвестиційний потенціал. Інтерес до розвитку туристичної інфраструктури в регіоні стимулює залучення інвесторів для створення нових об'єктів, таких як конференц-центри, парки розваг, спортивні об'єкти, що є основою для організації різноманітних заходів.

6. Близькість до столиці. Розташування області поблизу Києва відкриває додаткові можливості для проведення подій, орієнтованих на міжнародну

аудиторію. Можливість швидко дістатися до Києва робить область привабливою для організаторів і учасників івентів, що підвищує її конкурентоздатність на туристичному ринку.

Київщина має потужний потенціал для розвитку івент-туризму, так в таблиці 3.1 представлений перелік події для розвитку івент-туризму.

Таблиця 3.1. Перелік події для розвитку івент-туризму на Київщині

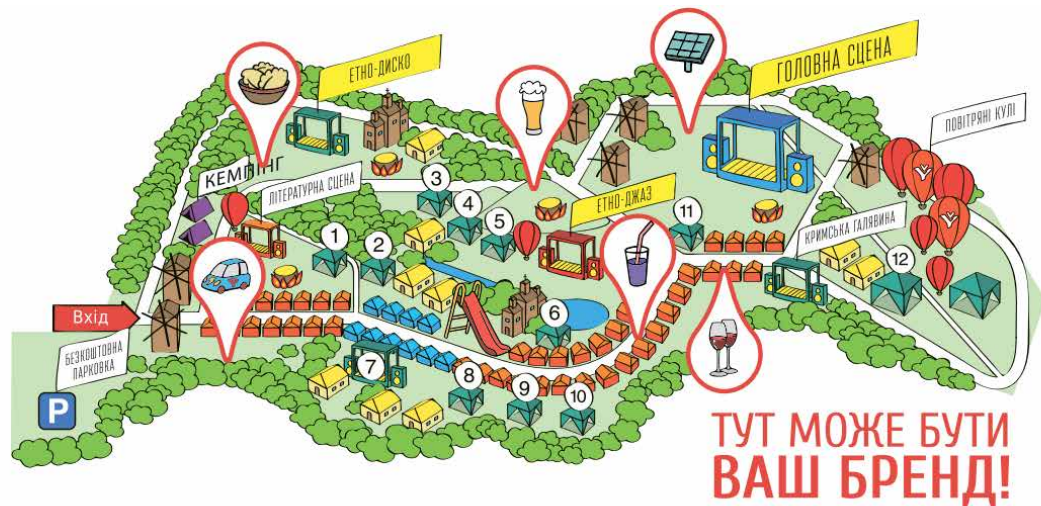
Назва	Опис	Коли започатковано
<i>Музичні події</i>		
Atlas Weekend	великий музичний фестиваль	з 2015
Гогольfest	музично-театральний фестиваль	з 2007
Голосієве-88	джазовий фестиваль	з 1990-х
Гребінчині вечорниці	Міжнародний фестиваль культури	з 2017
Каштани Києва	конкурс молодих виконавців	з 2011
Київ Музик Фест	фестиваль академічної музики	з 1990
Країна Мрій	фестиваль етнічної музики.	з 2004
Майбутнє України-діти!	фестиваль мистецтв	з 2000
Міжнародний музичний фестиваль народної музики імені Касяна Євченка	фестиваль української музики	з 2019
Музична Трибуна Київської Молоді	фестиваль академічної музики	
Прем'єра пісні	міжнародний телерадіофестиваль	з 2000
Прем'єри сезону	фестиваль академічної музики	
Рок-Екзистенція	фестиваль рок-музики	1995-2005
Рок Січ	фестиваль рок-музики	з 2006
Слов'янський рок	фестиваль рок-музики	
Чайка	фестиваль рок-музики	
<i>Літературні події</i>		
БулгаковFest	щорічний літературно-музичний фестиваль	з 2019
Книжковий Арсенал	міжнародний літературний фестиваль	з 2011
<i>Події пов'язані з кіно</i>		
Docudays UA	фестиваль документального кіно про права людини	
Відкрита ніч	фестиваль україномовного кіно	
Екочашка	фестиваль екологічного кіно	
Ірпінський кінофестиваль		
Київський кінофестиваль		
Молодість	Київський міжнародний кінофестиваль	
Стожари	фестиваль акторського мистецтва	

<i>Театральні події</i>		
Дім Химер		
<i>Культурні події</i>		
Гайдамака	фестиваль українського бойового звичаю	
Жнива	міжнародний етнографічний фестиваль	
Київська казка	найбільший щорічний міжнародний салон-фестиваль авторської ляльки в Україні	
Парк Київська Русь	щорічний міжнародний історико-культурний мегафестиваль	
Під Покровом Тризуба	історично-музичний фестиваль	з 2016 року
Трипільське коло	міжнародний еко-культурний фестиваль, що популяризує трипільську культуру	
<i>Кулінарні події</i>		
«Street Food»		
<i>Інші події</i>		
Art Green Fest	фестиваль ландшафту, рослин та квітів	з 2015 року
Garden Fest	фестиваль рослин та квітів	з 2015 року
Kyiv Comic Con	фестиваль популярної культури	з 2015
Comic Con Ukraine	фестиваль популярної культури	з 2018
Kyiv Lights Festival	фестиваль світла та медіа-мистецтва	від 2017
Казкове місто	міжнародний фестиваль саморозвитку та творчості	з 2007 червень, серпень
Натура-фест	фестиваль здорового способу життя	
Прем'єра пісні	міжнародний телерадіофестиваль	

З таблиці бачимо, що Київщина багата різноманітними подіями, що сприяє розвитку івентивного туризму.

Розглянемо деякі події Київщини, які є цікавими для туристів.

1. Країна мрій. Під Києвом, у музеї Пирогів, в червні проходить фестиваль «Країна мрій», ініційований групою «Воплі Відоплясова» на чолі з відомим українським артистом Олегом Скрипкою. Цей артист вже давно займається популяризацією української культури як в Україні, так і за її межами. Тому на фестивалі проводяться не лише музичні виступи, але й різноманітні майстер-класи, гастрономічні дегустації, а також тренінги з танців, бойових мистецтв і співу (рис.3.1).



- | | | | |
|---------------------|-------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| 1. Зона преси | 4. Зона етно-флористики | 7. Сцена сучасної бандури | 10. Пирогівський кіш |
| 2. Інститут мрій | 5. Етно-фешн | 8. Алея здоров'я | 11. Японська галявина |
| 3. Майстерня танців | 6. Кобзарська майстерня | 9. Майданчик «Сонячні листи» | 12. Майданчик «Йди на звук» |
| | | | 13. Козацька галявина |

 ЗОНА ХАРЧУВАННЯ

 ЗОНА МАЙСТЕР-КЛАСІВ

 АЛЕЯ МАЙСТРІВ, КНИЖКОВИЙ ЯРМАРОК

 ДИТЯЧА ГАЛЯВИНА

 СОНЯЧНІ БАТАРЕЇ

 ЕЛЕКТРОМОБІЛІ

 НАПОЇ

 ЇЖА

Рисунок 3.1. Карта Країни Мрії

З 2004 року Міжнародний фестиваль етнічної музики «Країна Мрій» відвідали близько 1 мільйона гостей. Окрім традиційної київської локації, фестиваль також проходив у Львові, Лондоні, Сургуті та Пермі. Він має два сезонні формати – літній і зимовий. Серед наших гостей були майстри та виконавці з 30 країн, включаючи Молдову, Узбекистан, Грузію, Польщу, Литву, Чехію, Болгарію, Угорщину, Македонію, Сербію, Румунію, Австрію, Бразилію, Канаду, США, Туреччину, Фінляндію, Великобританію, Францію, Іран, Норвегію, Нігер та Індію [17].

2. Фестиваль кінно-трюкового мистецтва «Кентаври», що щорічно проводиться у Стародавньому Києві, є єдиним в Україні заходом, який об'єднує провідних кінних каскадерів, що представляють країну на міжнародних змаганнях і беруть участь у світових шоу-програмах. Організаторами фестивалю є "Парк Київська Русь" та Об'єднана Ліга професійних кінних каскадерів України (рис.3.2). [41]



Рисунок 3.2. Фестиваль кінно-трюкового мистецтва «Кентаври»

У перервах між змаганнями програма доповнювалась конкурсами, іграми та виступами кінно-трюкового театру Стародавнього Києва.

3. Міжнародний еко-культурний фестиваль «Трипільське коло» щорічно сприяє популяризації Трипільської культури та проходить на пагорбах Дніпра поблизу міста Ржищева в Київській області. Основна мета фестивалю полягає в пробудженні живого інтересу до історичної спадщини, зокрема Трипільської культури, а також у відродженні та інтеграції різноманітних етнічних традицій у сучасний світ. Фестиваль поєднує ці традиції з сучасними досягненнями в культурах, освіті, виробництві та інших сферах життя. Він також включає в себе культурно-просвітницькі програми в стилі «етно».

4. Міжнародний фестиваль «Київська Русь XIII століття» є одним із наймасштабніших історичних заходів, що привертає відвідувачів з різних країн. Усі фестивальні події супроводжуватимуться автентичною середньовічною музикою. Глядачі матимуть можливість познайомитися з побутом предків, відвідавши табір реконструкторів, де слов'янки готуватимуть їжу на вогнищі та займатимуться рукоділлям (рис.3.3).

5. КиївМузикФест — це захід, що проходить щорічно в Києві наприкінці вересня та на початку жовтня, і його програма в основному складається з творів сучасних українських та іноземних композиторів. Kyiv Music Fest є

одним з найзначніших музичних фестивалів в Україні, заснованим у 1990 році за ініціативи відомого українського композитора Івана Карабиця (1945-2002) та його однодумців.



Рисунок 3.3. Міжнародний фестиваль «Київська Русь XIII століття»

6. Фестиваль Вуличної їжі. Вперше на арт-заводі Платформа любителі стрітфуду зібралися у 2013 році. Засновник фестивалю «Вулична їжа» Роман Тугашев та його команда, на той момент, із трьох осіб (у тому числі й Роман), надихнувшись подібними масовими івентами у всьому світі, привезли концепцію фестивалю до Києва. На одній локації вони зібрали різні точки з їжею та напоями формату to go з різних куточків України. На фестивалі гості можуть знайти їжу на будь-який смак, відкрити для себе страви народів світу, розширити свої «гастрономічні кордони» та насолодитися веселим проведенням часу. Розважальна програма «Вуличної Єди» розроблена з урахуванням усіх вікових груп: для дітей функціонує дитяча зона з майстер-класами, лабіринтами, батутами та іграшками; для дорослих – кінопокази, ді-джей сети, настільні ігри, майданчик для волейболу, скімбаддінгу та навіть рампа для скейтбордистів.

На території арт-заводу Платформа гості гастрофестивалю можуть

відпочити на гамаках, полежати на м'яких пуфах і просто подихати свіжим повітрям, смакуючи лише смачні смакоти. Детальніше про попередні фестивалі «Вуличної їжі» читайте в оглядах PostEat.

7. Білі ночі — це найбільша в Україні open air вечірка, організована творцями «Вуличної Їжі». На одному майданчику зібрані модні діджеї, артисти, музиканти та танцюристи. Крім того, Білі ночі також є найбільшою арт-виставкою з інсталяціями та перформансами сучасних українських митців.



Рисунок 3.4. Фестиваль Білі ночі

Окрім культурної програми, Білі ночі також залучають найкращих барменів і міксологів з усієї України, які пропонують гостям авторські коктейлі, крафтове пиво та смачну каву. Не обійшлося без їжі: на фестивалі представлені українські стрітфуд-крапки, кав'ярні, ресторани та кондитерські. Завдяки світловим шоу, запальній музиці та тоннам конфетті, Білі ночі стали єдиним часом у році, коли ніч яскравіша за день.

Таким чином, можна констатувати, що ресурсний потенціал Київщини для розвитку івент-туризму є досить значним. Івент-туризм на Київщині є перспективним сегментом, що динамічно розвивається на туристичному ринку, а також виступає ефективним інструментом для просування території.

Досліджуючи стан туристичної галузі, виявлено необхідність створення

інноваційного туристичного продукту в сегменті івент туризму для Київської області. Концепція цього продукту спрямована на збільшення потоку туристів у регіон у післявоєнний період, що стане поштовхом для розвитку івент туризму та його просування на міжнародний туристичний ринок.

Інноваційний івент-подієвий туризм передбачає створення насиченої та інтерактивної програми, що залучає туристів до унікальних подій, культурних заходів, історичних реконструкцій та екологічних активностей. .

Маршрут івент-туру по Київській області поєднує різноманітні тематичні події, що представляють історичну, культурну та природну спадщину регіону. Програма туру створена таким чином, щоб залучити туристів до активної участі в подіях та святкуваннях, а також продемонструвати унікальні місця Київщини.

Опис туру наведено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2. Опис івент туру по Київській області

Характеристика	Зміст
Назва туру	«Неперевершена Київщина»
Маршрут	Для створення маршруту були обрані чарівні містечка Колонщина, Ржищів, Копачів, Боярка, Васильків. Картосхему маршруту можна переглянути в Додатку Б. В Додатку В показані місця, які відвідають туристи.
Тип туру	автобусний
Вид туру	Івент (подієвий)
Тривалість	На 7 дні
Цільова аудиторія	Туристи з Польщі, віком 25-55 років, любителі фестивалів, історії та культури
Форма організації	Груповий тур (20 осіб) з участю в подієвих заходах і фестивалях
Збір туристів	Група туристів збирається у Варшаві (Польща) на центральному автовокзалі. О 20:00 вони виїжджають на автобусі до перетину польсько-українсько кордону.
Місце початку і закінчення туру	Варшава- Варшава
Час початку і закінчення туру	20:00-23:00.
Пакет послуг включає:	1. Трансфери між локаціями 2. Проживання в готелях (4 зірки) 3. Сніданки.

	<p>4. Квитки на фестивалі (історичні реконструкції, етнічні свята, музичні події)</p> <p>5. Екскурсії з гідом по Київській області.</p> <p>6. Майстер-класи з народних ремесел та кулінарії</p> <p>7. Страхування</p>
Додаткові витрати:	<p>1. Обіди та вечері.</p> <p>2. Додаткові активності (майстер-класи, дегустації).</p> <p>3. Сувеніри та особисті витрати </p>

Джерело: Складено автором

Таблиця 3.2. Туристична програма

Тривалість туру: 7 днів / 6 ночей / 7 активних дні туру

День 1	<p>Збір групи.</p> <p>Виїзд з Варшави, Польща (о 20.00). Нічний переїзд України.</p> <p style="text-align: right;"><i>Загальний кілометраж 810 км</i></p>
День 2	<p>Прибуття у Київ.</p> <p>Поселення у готель.</p> <p>Сніданок в ресторані готельного комплексу.</p> <p>Короткий відпочинок.</p> <p>Оглядова екскурсія по Києву: Відвідування визначних пам'яток – Софійський собор, Золоті ворота, Майдан Незалежності.</p> <p>Обід у традиційному українському ресторані з дегустацією національних страв.</p> <p>Відвідування музею історії України. Інтерактивна екскурсія з акцентом на зв'язок історії України та Польщі.</p> <p>Історична реконструкція подій княжої доби в історичному парку Києва «Київська Русь». Туристи можуть брати участь у лицарських турнірах та інших інтерактивних заходах.</p> <p>Повернення в готель.</p> <p>Вечеря в ресторані готельного комплексу.</p> <p>Вільний час.</p> <p style="text-align: right;"><i>Загальний кілометраж 60км</i></p>
День 3	<p>Сніданок в ресторані готельного комплексу.</p> <p>Збір.</p> <p>Переїзд до с. Колонщина на фестиваль повітряних куль «Монгольф'єрія. Мамо, я вдома».</p> <p>Пікнік на природі з органічними продуктами, місцевими стравами.</p> <p>Переїзд у Боярку. Участь у фестивалі сучасного мистецтва. Фестиваль вуличного мистецтва (стріт-арту) та художні виставки. Туристи можуть брати участь у створенні спільного арт-об'єкта.</p> <p>Повернення в готель.</p> <p>Вечеря в ресторані готельного комплексу.</p> <p>Вільний час. Захід сонця на оглядовій платформі над Дніпром: Релаксація, фотографії та споглядання природних ландшафтів Київщини.</p>

	<i>Загальний кілометраж 150 км.</i>
День 4	<p>Сніданок в ресторані готельного комплексу. Збір. Переїзд с. Копач. Участь в фестивалі кінно-трюкового мистецтва «Кентаври»:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Поласувати середньовічними стравами із княжої кухні – Спробувати медовуху, хреноуху та інші напої – Покататись на породистих конях – Проїхатись в кареті – Пролетіти на зіп-лайнні над озером – Постріляти з лука – Відкарбувати монету на щастя – Приміряти костюм епохи Київської Русі – Зробити власноруч прадавній оберіг – ляльку-мотанку – Взяти участь у майстер-класі з ткацтва – Прогулятись до Лісового озера – Придбати сувеніри та інші товари в магазині та на ярмарку майстрів <p>Повернення до Києва. Вечеря в ресторані готельного комплексу. Вільний час.</p> <p style="text-align: right;"><i>Загальний кілометраж 180 км</i></p>
День 5	<p>Сніданок в ресторані готельного комплексу. Збір. Переїзд до міста Ржищів. Участь у фестивалі «Трипільське коло». Обід у замиському ресторані з акцентом на органічні продукти. Повернення до Києва. Відвідування музею «Мамаєва Слобода». Екскурсія по музею під відкритим небом, що представляє українське козацтво. Інтерактивна програма з майстер-класами з народних ремесел (виготовлення гончарних виробів, писанкарство). Фольклорний вечір. Вечірня програма з народними танцями, музикою та частуванням. Туристи можуть брати участь у народних обрядах. Вечеря в ресторані готельного комплексу (у вартість не включена). Вільний час.</p> <p style="text-align: right;"><i>Загальний кілометраж 350 км</i></p>
День 6	<p>Сніданок в ресторані готельного комплексу. Збір. Переїзд у Васильків. Відвідування місцевих фермерських господарств та гастрономічний фестиваль. Екскурсія по фермах, де вирощують органічні продукти, майстер-класи з виготовлення сиру, ковбас та інших традиційних продуктів. Дегустація місцевих продуктів та обід із традиційних страв Київщини.</p>

	<p>Майстер-клас із приготування українських страв. Туристи беруть участь у приготуванні борщу, вареників та інших страв. Після майстер-класу – святковий обід зі своїх приготованих страв.</p> <p>Вечері фестиваль українського вина. Участь у дегустації українських вин, презентація вин із Київської області та регіонів України.</p> <p>Повернення до Києва.</p> <p>Вечеря в ресторані готельного комплексу.</p> <p>Вільний час.</p> <p style="text-align: right;"><i>Загальний кілометраж 120 км</i></p>
День 7	<p>Сніданок в ресторані готельного комплексу.</p> <p>Виселення з готелю.</p> <p>Відвідування парку Межигір'я. Туристи відвідають колишню резиденцію президента та зможуть оглянути розкішні території.</p> <p>Екскурсія включає огляд музею корупції та майстер-класи на тему екологічного туризму.</p> <p>Обід у місцевому ресторані з акцентом на сучасні кулінарні інтерпретації.</p> <p>Переїзд до Варшави, Польща.</p> <p>Орієнтоване прибуття до Варшави о 23.00.</p> <p style="text-align: right;"><i>Загальний кілометраж 850 км</i></p>

Джерело: Складено автором

Переваги туру:

- Інтерактивність. Усі події та заходи залучають туристів до активної участі у фестивалях, майстер-класах і культурних заходах.
- Унікальність досвіду. Тур створює можливість зануритися в історію та сучасне життя Київщини через участь у реконструкціях та екологічних активностях.
- Гастрономічні відкриття. Окрема увага приділяється українській гастрономії, де туристи мають можливість не тільки скуштувати страви, а й навчитися їх готувати.
- Культурно-мистецька програма. Фестивалі сучасного мистецтва, музики та танців створюють неповторний культурний досвід для іноземних туристів.

Таким чином, представлений тур по Київській області пропонує туристам із Польщі незабутній івент досвід, що поєднує культурні, екологічні та гастрономічні аспекти. Завдяки інтерактивним заходам, фестивалям,

історичним реконструкціям і майстер-класам, туристи матимуть можливість зануритися в автентичну атмосферу Київщини. Така подорож сприятиме не лише розвитку подієвого туризму в регіоні, але й залученню міжнародної аудиторії, підвищуючи інтерес до культурної спадщини та природних багатств України.

3.2. Основні напрями просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок

Просування інноваційного продукту івент-туризму на міжнародному ринку є багатограним процесом, що включає різні стратегії, методи та інструменти. У цій сфері важливо враховувати особливості цільової аудиторії, регіональні умови та поточні світові тренди.

Пропонуємо короткий огляд найкращих варіантів для просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок:

1. Туристична фірма має мати свій сайт – візитну картку. Саме тому необхідно і своєчасно оновлювати та розміщувати актуальну інформацію. Займатися просуванням сайту, для цього можна або найняти спеціаліста, або займатися цим питанням самостійно.

2. Бізнес-профіль у Google. Включення турагентства у Google My Business має дуже важливе значення – це підвищує довіру клієнтів під час бронювання. Коли люди будуть шукати вашу компанію, вони зможуть побачити контактні дані, дізнатися про години роботи, подивитися локацію в Google Maps.

3. Прес-релізи та огляди: написання та поширення прес-релізів про нові тури, події або досягнення компанії. Також можна надати огляди та інформацію журналістам та блогерам для їх публікації.

4. Організація прес-турів: запрошення журналістів та блогерів на безкоштовні тури з метою отримання оглядів та статей про поїздку та

пропонований туристичний продукт.

5. Взаємодія зі ЗМІ: встановлення контактів із журналістами, редакторами та журналістськими агентствами, надання інформації для статей, інтерв'ю та експертних коментарів у сфері туризму.

6. Участь у спеціалізованих заходах: подання компанії та туристичних пропозицій на виставках, конференціях та семінари, які відвідують представники ЗМІ та потенційні клієнти.

7. Співпраця / залучення відомих особистостей, блогерів або інфлюенсерів до співпраці з компанією, щоб вони розповідали про свої подорожі та досвід з використанням пропонованого туристичного продукту.

8. Онлайн-присутність: активна взаємодія з користувачами в соціальних мережах, відповідаючи на запитання та коментарі, регулярна публікація цікавого контенту про подорожі та пропоновані тури.

9. Пропозиції знижок. Збут туристичних послуг планується стимулювати за допомогою таких видів знижок:

- купуй онлайн на сайті (5%)
- сезонні (5 – 10%);
- знижки на свята (5 – 15%);
- знижки постійним клієнтам (10%);
- груповим туристам (10%).
- знижки пенсіонерам (5%)

10. Туристському агентству створюємо сторінки та групи в соціальних мережах, таких як Інстаграм, Фейсбук. І також займаємось їх просуванням. Просування в соціальних мережах – можливість запропонувати товари та послуги зацікавленій цільовій аудиторії.

11. POS-матеріали – поширення інформації про турфірму за допомогою листівок, буклетів, візиток актуально як на етапі особистої взаємодії з потенційними туристами, так і в рамках непрямих маркетингових інструментів. Наприклад, один із механізмів крос-маркетингу має на увазі

роздачу листівок на території підприємства-партнера.

12. Тематичні каталоги – публікація пропозиції туристичних товарів та послуг у відповідних виданнях, а також співпраця зі ЗМІ дає можливість залучити потенційних клієнтів у рамках внутрішнього туризму.

13. Листи-розсилки в яких міститься інформація про наявність нової пропозиції, послуги, що входять у вартість туру, знижки. Також можна використовувати список потенційних клієнтів (цільових груп), інтереси та бажання, яких відомі заздалегідь (наприклад, члени спортивних клубів, туристичних клубів).

14. Таргетована реклама. Ще один варіант привернення уваги в пошукових ресурсах чи соціальних мережах, але на відміну від контекстної реклами таргет працює не за встановленими ключовими словами або фразами, а адаптує покази під попередні запити аудиторії.

15. YouTube. Оскільки продаж туристичних послуг первинно пов'язані з психологічним аспектом взаємодії, велику роль просуванні грає візуалізація продукту. Для цього актуально використовувати відеомаркетинг як на власних онлайн-майданчиках – на сайті компанії або на офіційній сторінці в соцмережі, так і на YouTube. Однак тут важливо орієнтуватися на високу якість контенту, щоб не просто збільшити трафік, а й перетворити передплатників на реальних клієнтів.

16. Співпраця з інфлюенсерами передбачає взаємодію з блогерами чи медійними особами на комерційній чи некомерційній основі, де інфлюенсер публікує інформацію про турфірму на власних майданчиках як активну чи нативну рекламу.

17. Зовнішня реклама є досить ефективним засобом для поширення інформації про туристичні послуги, оскільки розрахована на сприйняття широкими верствами населення. При цьому найбільш ефективним методом є транзитна реклама. Реклама на транспорті працює саме тоді, коли це потрібно. Реклама на транспорті не викликає роздратування і бажання відвернутися. Ще одна особливість - масштаб рекламної кампанії, а, отже, і масштаб витрат

визначаються рекламодавцем і можуть бути обрані гнучко і відповідно завданню. Три-чотири автобуси з новою рекламою на борту в містечку - кращий спосіб повідомити жителям про відкриття магазину, кафе чи іншого об'єкта, розрахованого на послуги місцевому населенню. А два десятка машин на декількох маршрутах - звернення до гігантської аудиторії.

18. Ком'юніті-менеджмент – стратегія взаємодії з цільовою аудиторією шляхом створення онлайн-спільнот за інтересами або навколо конкретного продукту.

19. Відеоролик для соціальної мережі Tik-tok – швидкий ролик, протягом якого люди не встигнуть втомитися. Ролик має відповідати наступним вимогам: бути динамічним, красивим та загадковим, щоб люди захотіли повторно переглянути його. Даний ролик як просування можна використовувати на всіх соціальних майданчиках.

Реалізація цих напрямів просування інноваційного продукту івент-туризму може суттєво підвищити впізнаваність Київської області на міжнародному туристичному ринку. Це, в свою чергу, не лише збільшить потік туристів, але й сприятиме розвитку місцевої економіки, збереженню культурної спадщини та підвищенню якості життя місцевих жителів.

Висновок до розділу 3

Івент-туризм на Київщині є перспективним і активно розвивається, створюючи позитивний імідж регіону, залучаючи інвестиції та стимулюючи економічне зростання. Завдяки широкому спектру подій, як-от культурні фестивалі, бізнес-заходи та спортивні події, Київщина стає дедалі привабливішою для туристів. Це, в свою чергу, сприяє розвитку інфраструктури й надає нові можливості для місцевого бізнесу та зайнятості.

Розроблений тур по Київській області для туристів з Польщі пропонує унікальний досвід, що поєднує культурні, екологічні та гастрономічні елементи регіону. Через інтерактивні заходи, фестивалі, історичні

реконструкції та майстер-класи туристи зможуть глибше зануритися в атмосферу Київщини, підвищуючи міжнародну зацікавленість у культурній спадщині та природних багатствах України.

Пропоновані стратегії просування інноваційного продукту в івент-туризмі можуть значно підвищити впізнаваність Київської області на міжнародному туристичному ринку. Це сприятиме приверненню уваги до регіону, що, в свою чергу, може призвести до збільшення кількості туристів і їхнього інтересу до місцевих атракцій.

Зростання туристичного потоку матиме позитивний вплив на місцеву економіку, створюючи нові робочі місця та можливості для підприємництва. Активний розвиток івент-туризму також сприятиме збереженню культурної спадщини, покращенню якості життя місцевих жителів та їхньому залученню в туристичну діяльність.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У результаті проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

1. Івент-туризм сьогодні є відносно новим, але перспективним напрямком у туристичній галузі. Його унікальність і привабливість полягають у поєднанні традиційного відпочинку з можливістю участі у найвражаючих подіях, що робить його надзвичайно популярним серед туристів. Головна особливість подієвого туризму полягає у створенні яскравих і незабутніх вражень, які залишаються в пам'яті як важливі життєві моменти.

Івент-туризм не тільки задовольняє бажання туристів відпочити, але й активно сприяє економічному піднесенню регіонів, в яких проводяться ці події. Інноваційні продукти в івент-туризмі відіграють важливу роль у формуванні нових можливостей для розвитку галузі. Вони не лише покращують якість туристичних пропозицій, але й сприяють сталому розвитку, інтегруючи екологічні та соціальні аспекти в структуру туристичних подій. Завдяки новим підходам у плануванні та організації турів, туристичні компанії здатні залучати більшу кількість відвідувачів, сприяючи економічному зростанню регіонів і створюючи нові робочі місця. Крім того, інноваційні турпродукти часто орієнтовані на підтримку локальної культури та збереження навколишнього середовища, що підвищує соціальне благополуччя громад та формує позитивний вплив на місцеві спільноти.

2. Просування інноваційного продукту в івент-туризмі на міжнародному ринку вимагає комплексного підходу, що враховує різноманітні аспекти, включаючи специфіку цільової аудиторії, сучасні технології, культурні особливості та сталі практики. Визначення цільової аудиторії є першим кроком, адже різні групи туристів мають свої унікальні інтереси і потреби, які потрібно враховувати при розробці пропозицій. Сучасні технології, такі як цифровий маркетинг, соціальні мережі та мобільні додатки, відкривають нові можливості для залучення міжнародних туристів, спрощуючи доступ до

інформації про події та пропозиції. Культурні особливості кожного регіону також повинні бути в центрі уваги, оскільки адаптація продуктів до місцевих традицій і звичаїв підвищує їх привабливість. Крім того, інтеграція сталих практик у планування і реалізацію івентів не лише відповідає сучасним екологічним вимогам, але й зміцнює довіру до брендів і компаній, що сприяє їх успішному розвитку. У результаті комплексний підхід до просування дозволяє створювати конкурентоспроможні туристичні пропозиції, які привертають увагу туристів і забезпечують стійке зростання бізнесу в галузі івент-туризму.

3. Просування інноваційного продукту івентного туризму вимагає комплексного підходу, який об'єднує новітні технології, ефективні комунікаційні стратегії та різноманітні методи залучення туристів. Використання цифрових технологій, таких як соціальні мережі, онлайн-реклама та платформи для бронювання, дозволяє охопити широку аудиторію та безпосередньо взаємодіяти з потенційними клієнтами. Крім того, застосування сучасних комунікаційних стратегій, таких як контент-маркетинг та персоналізовані пропозиції, може суттєво підвищити зацікавленість у туристичних продуктах. Розробка унікальних пропозицій, які відповідають потребам та інтересам цільової аудиторії, сприяє створенню незабутніх вражень для туристів. У результаті цей інтегрований підхід не лише підвищує конкурентоспроможність івентного туризму, але й забезпечує успішне представлення продуктів на міжнародному ринку, що в свою чергу веде до зростання популярності івентів та загального розвитку туристичної індустрії.

4. Ринок івент-туризму в Україні демонструє зростаючий потенціал, оскільки країна прагне відновити свою туристичну індустрію після періоду економічних та політичних викликів. З унікальною культурною спадщиною, історичними пам'ятками та різноманітними природними ресурсами, Україна має всі можливості для організації різноманітних заходів, таких як фестивалі, концерти, виставки та спортивні змагання. Міста як Київ, Львів, Одеса та Харків стали популярними місцями для проведення культурних та бізнес-

заходів, що дозволяє залучати туристів з різних країн. Водночас, розвиток нових івентів та інноваційних підходів до їх організації відкриває додаткові можливості для зростання ринку.

Проте, ринок івент-туризму в Україні стикається з певними викликами, такими як політична нестабільність і недостатня туристична інфраструктура в деяких регіонах. Ці фактори можуть впливати на рішення потенційних туристів та організаторів заходів. Для успішного просування івент-туризму Україні необхідно працювати над покращенням іміджу країни, підвищенням рівня сервісу, а також залученням інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури. Співпраця з міжнародними партнерами та активна участь у міжнародних туристичних виставках можуть сприяти формуванню позитивного іміджу України як привабливого напрямку для івент-туризму.

5. Україна пропонує широкий спектр інноваційних івент-продуктів, які майстерно поєднують сучасні технології з культурними традиціями, створюючи унікальні досвіди для туристів. Події, такі як GogolFest, Одеський міжнародний кінофестиваль, Leopold Jazz Fest та Courage Bazaar, не лише відображають культурне багатство країни, але й використовують інтерактивні технології та цифрові рішення для продажу квитків, віртуальні тури та онлайн-трансляції, що дозволяє залучати ширшу аудиторію. Ці івенти постійно впроваджують новації, такі як доповнена реальність та інтерактивні мобільні додатки для учасників, що підвищує рівень залученості туристів.

Міжнародне співробітництво також має ключове значення в популяризації цих подій, адже все більше іноземних учасників і гостей беруть участь у заходах. Це дозволяє івент-продуктам досягати світового рівня, відкриваючи нові можливості для культурного обміну та підсилюючи міжнародний імідж України. Завдяки такій комплексній стратегії, інноваційні івенти сприяють активному розвитку туристичної галузі та закріпленню країни як сучасного культурного та подієвого напрямку.

6. Івент-туризм в Україні активно просувається на міжнародному ринку за допомогою різноманітних рекламних методів та співпраці з міжнародними

платформами. Це включає участь у міжнародних виставках, проведення презентацій, а також колаборації з відомими туристичними агентствами та медіа-ресурсами. Такі дії не тільки підвищують обізнаність про українські івенти, але й сприяють формуванню позитивного іміджу країни як привабливого туристичного напрямку.

Додатково, стратегічні партнерства з музичними та культурними платформами допомагають популяризувати культурні події, такі як фестивалі, концерти та виставки. Це, у свою чергу, залучає туристів, які шукають нові враження та унікальні досвіди. Таким чином, українські туроператори не лише просувають конкретні події, а й розвивають різноманітні івент-тури, що враховують інтереси та потреби міжнародних туристів. Загалом, така комплексна стратегія, що поєднує сучасні технології, культурну унікальність та маркетингові інновації, дозволяє Україні ефективно конкурувати на міжнародному ринку івент-туризму, залучаючи все більше іноземних гостей.

7. Ресурсний потенціал Київщини для розвитку івент-туризму є досить значним, оскільки регіон має багатий культурний спадок, природні ресурси та зручну транспортну інфраструктуру. Київська область може похвалитися різноманітними локаціями для проведення заходів: від історичних пам'яток, таких як Пирогово та Золота ворота, до сучасних виставкових центрів і готелів, що забезпечують необхідні умови для комфортного перебування учасників. Багатий культурний контекст, зокрема народні свята, фестивалі та виставки, забезпечує широкий спектр можливостей для організації різноманітних івентів, які здатні привернути увагу як місцевих, так і міжнародних туристів.

Івент-туризм на Київщині є перспективним сегментом, що динамічно розвивається на туристичному ринку. Він виконує важливу роль у просуванні території, створюючи позитивний імідж регіону та залучаючи інвестиції. Завдяки активному розвитку подій, таких як культурні фестивалі, бізнес-конференції та спортивні заходи, Київщина стає все більш привабливою для відвідувачів. Цей сегмент не лише сприяє розвитку туристичної інфраструктури, а й стимулює економіку регіону, надаючи нові можливості

для місцевих підприємств та створюючи нові робочі місця. Таким чином, івент-туризм в Київській області має потенціал стати важливим чинником сталого розвитку регіону.

Розроблений тур по Київській області пропонує туристам з Польщі незабутній досвід, що об'єднує культурні, екологічні та гастрономічні елементи. Завдяки інтерактивним заходам, фестивалям, історичним реконструкціям і майстер-класам, учасники отримають можливість зануритися в автентичну атмосферу Київщини. Така подорож не лише сприятиме розвитку подієвого туризму в регіоні, але й залучатиме міжнародну аудиторію, підвищуючи зацікавленість у культурній спадщині та природних ресурсах України.

8. Запропоновані напрямки просування інноваційного продукту в івент-туризмі здатні істотно підвищити впізнаваність Київської області на міжнародній туристичній арені. Це дозволить привернути увагу до регіону, що, у свою чергу, може призвести до збільшення кількості відвідувачів та їхнього інтересу до місцевих атракцій.

Зростання туристичного потоку позитивно вплине на розвиток місцевої економіки, забезпечуючи нові робочі місця та можливості для бізнесу. Крім того, активний розвиток івент-туризму сприятиме збереженню культурної спадщини та підвищенню якості життя місцевих мешканців, створюючи умови для їхнього активного залучення в туристичну діяльність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адаменко А. В., Зігунов В. М. Подієвий туризм як шлях розвитку територіальних громад. *Стан і перспективи сучасного туризму* : зб. матер. VI Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Суми, 26-27 листопада 2020 р.). Суми: ФОП Цьома С. П. 2020. С. 6-13.
2. Бейдик О. О., Новосад Н. О., Топалова О. І. Чинники розвитку та особливості подієвого туризму. *Часопис картографії*. 2016. №. 16. С. 125-131.
3. Білоус С. В., Грицишин А. Т., Мункачій І. З. Проблеми та напрями вдосконалення подієвого менеджменту в Україні. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. Серія «Економічні науки». 2021. №. 2-1 (103). С. 51-55.
4. Булганина С.В., Лопаткіна Н.С. Подієвий туризм: історія і перспективи розвитку. *Науковедение*. 2015. № 3. С. 24.
5. Власенко І. В. Особливості подієвого туризму та інноваційна складова на Вінниччині. *Економіка і організація управління*. 2022. С. 5-12.
6. Вовк К. М. Теоретична сутність поняття «подієвий туризм» та прикладні аспекти його використання. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. №. 3 (19). С. 184-193.
7. Вовк К. М. Подієвий туризм як чинник розвитку Харківського регіону. *Управління розвитком*. 2018. №. 2. С. 21–29-21–29.
8. Воскресенська О., Фурсов А. Event-менеджмент в управлінні розвитком подієвого туризму. *Молодий вчений*. 2019. №. 2 (66). С. 248-252.
9. Всесвітня туристична організація. URL: <https://www2.unwto.org> (дата звернення: 23.09.2024).
10. Грибова Д. В. Створення туристичного продукту та інноваційних видів туризму. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: Економічні науки. 2021. Вип. 43. С. 33-37
11. Дмитрієв Д.В. Специфіка подієвого туризму як сегмента регіонального ринку туристичних послуг. *Світ економіки і права*. 2011. № 10.

12. Дьяченко Ю. В., Седікова І. А., Бондар В. А. Event-менеджмент як складник інформаційно-комунікаційних технологій у публічному управлінні. *Вчені записки Таврійського національного університету імені ВІ Вернадського*. 2020. №. 6. С. 39-44.
13. Захарчин Р. М. Подієвий туризм як чинник модернізації підготовки професіоналів з івент-менеджменту у вищій школі (на прикладі досвіду Львівського інституту економіки і туризму). *Науковий вісник НЛТУ України*. 2017. Т. 27. №. 2. С. 178-181.
14. Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С., Ілляшенко Н. С. Застосування методів і інструментів маркетингу для розвитку внутрішнього туризму в умовах пандемії COVID-19. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т. 5. №. 2. С. 14-26.
15. Ключковська В.О., Ключковський О.В. Стан та перспективи розвитку подієвого туризму у Вінницькій області. *Економіка і організація управління*. 2019. № 1(33). С. 110–115.
16. Колонтай С. М., Плетос С. В. Сучасний стан і тенденції розвитку івентивного туризму в Україні на прикладі Одеської області //Науковий журнал «Причорноморські економічні студії». – 2021. – Т. 63. – С. 99-104.
17. Країна Мрії. URL: <https://www.krainamriy.com/kraina-mriy/pro-festival> (дата звернення: 23.09.2024).
18. Крупа І. П. Подієвий туризм як інструмент ефективного розвитку туристичного потенціалу Львівщини. *Культурологічна думка*. 2017. №. 12. С. 191-198.
19. Кудінова І. П., Голованьова Т. А. Подієвий туризм в Україні як складова індустрії гостинності. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. Серія : Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. 2018, Вип. 284. С. 258–263.
20. Лебедев І. В. Сталий розвиток туризму : досвід Європейського Союзу і завдання для України. *Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць*; за ред. : М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. Одеса : Одеський

національний економічний університет. 2018. № 3(67). С. 162–173.

21. Малюта Л. Я., Шерстюк Р. П., Островська Г. Й. Event-менеджмент в індустрії туризму. *Центрально-український науковий вісник*. Економічні науки. 2021, Вип. 6 (39). С. 220–230.

22. Найяскравіші і найграндіозніші фестивалі світу. URL <https://www.pilgrim.lviv.ua/blog/najyaskravish-i-najgrandioznishi-festivali-svitu> (дата звернення: 23.09.2024).

23. Наумік-Гладка К. Г. Подієвий туризм як спосіб ефективного просування національного продукту на міжнародні ринки (на прикладі виставкової діяльності). *European scientific journal of Economic and Financial innovation*. 2020, № 2 (6). С. 249–258.

24. Ніколаєв Ю. О., Глчян К. Л. Розвиток подієвого туризму як нова тенденція диверсифікації міжнародної туристичної діяльності в сучасних умовах. *Приазовський економічний вісник*. 2019, Вип. 5 (16). С. 22–28.

25. Ніколайчук О. А., Ніколайчук О. А. Політика туристичного брендингу для просування національного туристичного продукту: досвід країн Центрально-Східної Європи. *Галицький економічний вісник*. 2020. №. 2 (63). С. 64-77.

26. Олексюк Г. В., Ангелко І. В., Самотій Н. С. Івент-індустрія: розвиток та проблеми в Україні //Регіональна економіка. – 2020. – Т. 3. – №. 97. – С. 120-130.

27. Олійник В. В., Шикіна О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Т. 12. С. 460.

28. Паньків Н. Є. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні на прикладі розробленого івент-туру «Відкрий для себе Покуття». *Науковий вісник НЛТУ України*. 2018. Т. 28, № 5. С. 78-82.

29. Парфіненко А. Ю. Подієвий туризм як чинник формування туристичної привабливості міста. *Географія та туризм*. 2015. №. 34. С. 144-154.

30. Писарева І. В., Радіонова О. М., Приходько М. Д. Розвиток подієвого туризму та його вплив на просування території. *Економічний простір*. 2020. №. 161. С. 104-109.
31. Примак Т. О. Рекламний креатив в Україні: учора, сьогодні, завтра. *Маркетинг в Україні*. 2019. № 6. С. 27–36. ISSN 1606-3732
32. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1995. № 31. Ст. 24. URL: <https://zakon.rada.g> (дата звернення: 23.09.2024).
33. Пушек Н., Гнилякевич-Проць І. Етапи формування бренду туристичного продукту. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2023. Вип. 64. С. 140–151.
34. O Beznosiuk, O Liubitseva, S Popovych. Intangible cultural heritage as a resource for cultural tourism: the case of embroidery and carpet weaving in Ukraine. *Studia Periegetica*, 2021
35. Сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: <https://www2.unwto.org> (дата звернення: 23.09.2024).
36. Семак Б. Б. Формування маркетингової стратегії просування туристичних продуктів для іноземних туристів. *Вісник ЛТЕУ. Економічні науки*. 2019. № 57. С. 19–25.
37. Степанець І., Гринюк Д., Савицька Н. Соціальні мережі як інструмент ефективною комунікації між стейкхолдерами туристичної індустрії в кризовий період. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44.
38. Тищенко П.В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економічні науки»*. 2011. № 33. С. 124–128.
39. ТОП українських фестивалів URL: <https://bls.ua/ua/blog/ukrainski-festivali> (дата звернення: 23.09.2024).
40. Червінський А. Роль подієвого туризму в освоєнні культурно-освітнього простору Прикарпаття. *Гірська школа українських Карпат*. 2016. № 14. С. 235–240.

41. Фестиваль кінно-тріюкового мистецтва «Кентаври». URL:<https://parkkyivrus.com/ua/> (дата звернення: 23.09.2024).
42. Фокін С. Подієвий туризм Німеччини: досвід для України. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. Серія: географія. 2023. Т. 54. №. 1. С. 148-157.
43. Цегельник Ю. О. Використання етнокультурних ресурсів Київської області в туризмі. *Питання культурології*. 2013. №. 29. С. 153-159.
44. Щука Г.П. Подієвий туризм : навч.-метод. посіб. Берегове: ЗУІ, 2023. 171 с.
45. Устименко Л. М. Подієвий туризм як історико-культурне явище. *Культура і сучасність*. 2013. № 1. С. 88–92.
46. Carnival rio de janeiro 2019: more tourism revenue than expected. URL:<https://www.tourism-review.com/carnival-riode-janeiro-brought-unexpected-tourism-revenue-news10987> (дата звернення: 23.09.2024).
47. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism management*. 2008. Т. 29. №. 3. С. 403-428
48. Karabas. URL: <https://karabas.com> (дата звернення: 23.09.2024).
49. The Munich Oktoberfest – facts and figures. URL: [https://tischreservierung-oktoberfest.de/en/blog/the-munich-oktoberfestfacts-and-figures/#:~:text=The%20Oktoberfest%202019%20in%20Munich,Old%20Oktoberfest\)%20with%203.5%20hectare](https://tischreservierung-oktoberfest.de/en/blog/the-munich-oktoberfestfacts-and-figures/#:~:text=The%20Oktoberfest%202019%20in%20Munich,Old%20Oktoberfest)%20with%203.5%20hectare) (дата звернення: 23.09.2024).
50. WorldExpo. Календар міжнародних конференцій та виставок 2020–2021 : вебсайт. URL: <https://worldexpo.pro> (дата звернення: 23.09.2024).
51. UNWTO World Tourism. URL : <https://www2.unwto.org> (дата звернення: 23.09.2024).

ДОДАТКИ

30. Сфера обслуговування (готельно-ресторанна справа, туризм і рекреація)

УДК 379.8

Самсонова В. В.

к.е.н., ст. наук. співробітник

доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,
Національний університет біоресурсів і природокористування України

Музика С. А.

здобувач освітнього ступеня «Магістр»

освітньо-професійної програми «Міжнародний туристичний бізнес»
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

Івентивний туризм є одним із перспективних напрямів у сфері туризму за оцінками Всесвітньої Туристичної Організації [1] і є видом туризму, спрямованим на організацію та участь у різноманітних заходах, подіях, конференціях, семінарах, інсентивних подорожах та корпоративних зборах.

Івентивний туризм має важливу просвітницьку, пізнавальну, виховну, естетичну, розважальну та економічну функції, оскільки проведення будь якої події передбачає залучення різних галузей туристичної індустрії й забезпечує відродження місцевих культурних традицій та звичаїв. В основі розвитку івентивного туризму лежать івент-ресурси. Вони належать до динамічних чинників формування туристичних потоків, оскільки включають мотиваційні передумови подорожі до місця, де відбувається подія чи явище. Спортивні змагання, культурно-мистецькі заходи, політичні акції, унікальні природні явища – далеко не повний перелік подій, які спонукають людину до мандрівки. Івентивний туризм охоплює найбільш суттєві прояви сучасного суспільного буття з його модою на глобалізацію, екологію, активний та здоровий спосіб життя, переконаннями й уявленнями про стиль і стереотип поведінки людини у соціумі, включає його пропаганду та механізми реалізації [2].

До основних рис івентивного туризму пропонуємо віднести (табл.1):

Таблиця 1. Основні риси івентивного туризму

Риси	Особливості
Мотивація	Головною метою івентивного туризму є мотивація учасників. Це може бути заохочення за досягнення певних цілей, винагорода за успішність у роботі або просто заслужений відпочинок для співробітників.
Організовані заходи	Туристичні події в івентивному туризмі часто є організованими та спеціально спрямованими на досягнення конкретних цілей.
Корпоративні збори	Івентивний туризм може включати у себе корпоративні заходи, конференції, тренінги, семінари та інші події, спрямовані на корпоративну або бізнес-спільноту.
Подорожі для праці	Включення бізнес-елементу у подорожі, такі як зустрічі, переговори чи презентації, є характерною рисою івентивного туризму.
Елітарність та ексклюзивність	Івентивні події можуть бути ексклюзивними та елітарними, створюючи враження особливого та неповторного відпочинку.
Стимулювання роботи	Такий вид туризму може слугувати інструментом для стимулювання роботи та підвищення продуктивності персоналу.
Командоутворення	Події івентивного туризму можуть сприяти формуванню згуртованості колективу та командної роботи учасників.

Джерело: розробка авторів

Особливостями івентивного туризму є: відсутність сезонності; можливість прогнозування; масовість; інтерактивність; інноваційність; регулярність подій; стимулювання повторного відвідування дестинацій; видовищність.

Інноваційність продуктів івентивного туризму виявляється в різноманітних аспектах, що сприяють створенню неперевершених та запам'ятовуваних подій для учасників, а саме: пошук новаторських ідей для створення унікальних заходів, які виходять за рамки традиційних форматів; застосування сучасних технологій, таких як віртуальна реальність, розширена реальність, мобільні додатки та інші, для створення вражаючих інтерактивних елементів на івентах; постійні експерименти та тестування нових підходів та шляхів вдосконалення подій та створення цікавих та багатофакторних івентів; урахування індивідуальних потреб та очікувань учасників, забезпечуючи персоналізований досвід; використання нестандартних методів маркетингу та реклами для привертання уваги до івентів та створення попиту.

Отже, інноваційність в івентивному туризмі покликана забезпечити учасникам неперевершений та сучасний досвід, а також враховувати сучасні тенденції та вимоги ринку.

Процес просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок включає в себе ряд особливостей, що вимагають комплексного та стратегічного підходу (табл. 2).

Таблиця 2. Особливості просування інноваційного продукту в івентивному туризмі на міжнародний ринок

Особливості	Характеристика
Розробка унікального продукту	Інноваційний продукт в івентивному туризмі повинен бути унікальним та відповідати потребам цільової аудиторії (новаторські формати заходів, тематичні підходи або особливі послуги).
Вивчення цільового ринку	Аналіз міжнародного туристичного ринку для з'ясування попиту та конкурентоспроможності інноваційного продукту (враховувати культурні, соціальні та економічні відмінності між країнами).
Створення бренду та маркетинг	Розробка сильного бренду для інноваційного туристичного продукту та ефективна маркетингова кампанія є ключовими (використання онлайн-ресурсів, соціальних мереж, інтернет-маркетингу та участь у міжнародних виставках може значно збільшити обізнаність).
Співпраця з місцевими партнерами	Залучення місцевих партнерів (готелі, ресторани, транспортні компанії) сприятиме покращенню якості обслуговування та створенню комплексного продукту.
Участь у міжнародних подіях	Активна участь у міжнародних туристичних виставках, конференціях та івентах дозволяє привертати увагу ключових гравців галузі та партнерів.
Впровадження технологій	Використання сучасних технологій, таких як віртуальна реальність, додатки для смартфонів та інші інтерактивні засоби, може надати інноваційному продукту конкурентну перевагу.
Створення партнерств	Укладання стратегічних партнерських угод з іншими компаніями та організаціями у сфері туризму може полегшити введення інноваційного продукту на новий ринок.
Адаптація до потреб клієнтів	Постійне вдосконалення та адаптація продукту до змін потреб цільової аудиторії допомагає зберігати його актуальність.
Забезпечення якості обслуговування	Висока якість обслуговування та клієнтського досвіду є основою успіху будь-якого інноваційного туристичного продукту.
Врахування ризиків	Проведення аналізу ризиків та розробка стратегій їх управління дозволить ефективно реагувати на можливі труднощі.

Джерело: розробка авторів

Підсумовуючи, хочемо зазначити, що успішне просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок вимагає гнучкості, творчого підходу та уваги до деталей.

Список літератури

1. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації.
URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення 01.03.2024).
2. Тараненко А. П. Івентивний туризм як сучасна складова розвитку туристичної діяльності та його класифікація. Агросвіт. 2020. № 11. С. 149–154.

УДК 338.467

ІВЕНТИВНИЙ ТУРИЗМ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**Станіслав Музика***здобувач освітнього ступеня «Магістр»**освітньо-професійної програми «Міжнародний туристичний бізнес»**спеціальності 242 «Туризм і рекреація»**Національний університет біоресурсів і природокористування України***Науковий керівник: д.е.н., професор Мельниченко С.В.***Національний університет біоресурсів і природокористування України*

У сучасному світі, коли туризм стає однією з ключових галузей економіки, євроінтеграція відіграє значну роль у розвитку туристичної індустрії. Приєднання до Європейського Союзу відкриває нові можливості для розвитку туризму, але водночас створює конкурентні умови на міжнародному ринку.

Одним із перспективних напрямів розвитку туризму в ХХІ столітті за оцінками Всесвітньої туристичної організації є подієвий або івентивний туризм, що полягає в організації та проведенні різноманітних подій та заходів, які приваблюють туристів із різних країн [1].

Івентивний туризм – це значуща частина культурного туризму, орієнтована на відвідування дестинації в певний час, пов'язаний з певною подією в житті суспільства або явищем природи, яке рідко спостерігається. Подієвий туризм включає низку заходів культурного, спортивного, етнографічного, виставкового, ділового видів туризму та виступає важливим інструментом для привертання уваги та інтересу до країни чи регіону, залучення іноземних інвесторів та підтримки розвитку місцевої інфраструктури.

Є заходи, які традиційно асоціюються з певною країною. Так Італія відома своїми карнавалами, Іспанія – Томатіна (помідорні бої), фестиваль кориди в іспанській Памплоне, Голландія – святом квітів і днем народження королеви, Бразилія – карнавал в Ріо-де-Жанейро, Таїланд – Новим роком. До Німеччини варто з'їздити на Октоберфест, до Відня – на музичні концерти. Основні світові центри подієвого туризму сконцентровані в Європі. Лідерами з організації та проведення різних заходів, що дають можливість реалізації подієвого туризму, є Франція, Італія, Німеччина, Іспанія та Великобританія [1].

Вражаючі результати у розвитку подієвого туризму початку ХХІ століття були досягнуті завдяки великій кількості відомих подій, таких як ювілей християнства, літні Олімпійські ігри в Ріо-де-Жанейро, Бразилія, Європейський і Світовий чемпіонати з футболу та інші. У цьому процесі належне місце має займати і наша країна, яка дедалі більше інтегрується у світові економічні процеси, слідуючи загальній тенденції глобалізації.

Нажаль, військові дії на території України протягом останніх десяти років значно стримують розвиток цього виду туризму. Та й до початку повномасштабного вторгнення в Україні був розвинений подієвий туризм здебільшого місцевого рівня. Подій міжнародного масштабу можна перерахувати по пальцях: Євро 2012, Євробачення 2017. Серед найвідоміших та найпопулярніших фестивалів в Україні чільне місце посідали так звані «молодіжні», що представляють мистецтво естради (зокрема музичне). Це – Всеукраїнський фестиваль сучасної пісні та популярної музики «Червона рута», Міжнародний фестиваль «Таврійські ігри», Всеукраїнський молодіжний фестиваль «Перлини сезону», на Закарпатті популярні гастрономічні фестивалі: «Червене вино», Фестиваль різників, «Біле вино», «Сакура фест», Фестиваль вина та меду, «Гуцульська бринза» тощо [2].

На нашу думку, досить перспективним є проведення в Україні спортивних турнірів та заходів, що представляють національний дух, гартують віру в себе та жагу до перемог. Умовами успішного проведення подібних заходів є, по-перше, затвердження відповідної державної політики, а, по-друге – залучення спонсорів, що підтверджує високий досвід проведення подієвих заходів за кордоном.

Організація різноманітних заходів, таких як фестивалі, конференції, виставки, спортивні змагання та інші події, сприяє популяризації культури, традицій та потенціалу країни серед міжнародних туристів. Крім того, івентивний туризм може стати стимулом для вдосконалення туристичної інфраструктури, підвищення рівня сервісу та якості послуг, що відповідають європейським стандартам. Це допомагає збільшити конкурентоспроможність країни на міжнародному ринку туризму та сприяє її успішній євроінтеграції. У таблиці 1 нами виділено основні фактори впливу розвитку івентивного туризму на ефективну євроінтеграцію вітчизняного туризму.

Таблиця 1

Фактори впливу розвитку івентивного туризму на успішну євроінтеграцію вітчизняного туризму

Фактор	Характеристика
Привертання уваги міжнародного співтовариства	Організація великих міжнародних заходів, таких як фестивалі, конференції, виставки, спортивні турніри та інші події, допомагає привернути увагу міжнародної спільноти до країни. Це створює можливості для співпраці, обміну досвідом та знаннями, а також підвищує рівень міжнародної визнаності країни
Стимулювання економічного розвитку	Проведення подій та заходів може сприяти розвитку місцевої економіки шляхом залучення інвестицій, розвитку туристичної інфраструктури та створення робочих місць
Підвищення рівня сервісу та якості послуг	Для успішної організації масових подій необхідні високий рівень сервісу та якості послуг. Це може сприяти підвищенню стандартів обслуговування та розвитку туристичної індустрії країни
Підтримка культурного та	Івентивний туризм може стати стимулом для популяризації культурних та історичних цінностей країни серед міжнародних туристів, що сприяє збереженню та розвитку культурної спадщини

історичного спадку	
Підвищення міжнародної співпраці та обміну досвідом	Залучення учасників із різних країн до подій та заходів сприяє обміну досвідом та інноваціями, що може стати додатковим стимулом для євроінтеграції

Джерело: розробка автора

Хочемо зазначити, що шлях до реалізації Україною свого подієвого потенціалу полягає також через професійний підхід з боку держави та модернізацію туристичної інфраструктури, проведення необхідної кількості різноманітних інформаційно-рекламних акцій про подієві заходи регіонів України. У цілому, навіть не зважаючи на безпекову ситуацію, пов'язану з повномасштабним вторгненням, в Україні є реальні можливості для активного розвитку подієвого туризму як однієї із складових частин загального механізму туристичної індустрії, адже наша країна має значний потенціал для активного розвитку подієвого туризму через різноманіття культурних, історичних та природних ресурсів.

Україна має багату культурну спадщину та історію, яка створює унікальні можливості для організації різноманітних культурних та історичних подій. Розвиток культурно-мистецьких центрів та інноваційних просторів для проведення фестивалів, виставок, ярмарок, майстер-класів, концертів та інших культурних подій може сприяти привертанню як вітчизняних, так і іноземних туристів.

Різнманітність ландшафтів та кліматичних умов створює унікальні можливості для спортивного туризму. Організація спортивних заходів (турніри, марафони, велопробіги, екстремальні змагання та інші), екскурсій, фестивалів або розваг в природних зонах може бути привабливим для туристів.

Наша держава славиться своєю кухнею, яка відображає культурні традиції та звичаї різних регіонів. Організація гастрономічних фестивалів та дегустацій українських страв може привертати багато туристів, які цікавляться кулінарною культурою.

Розробка тематичних маршрутів, таких як «Львівський маршрут кави» або «Музеї Києва», може залучати туристів, які цікавляться конкретними аспектами культури та історії країни.

Використання цих можливостей може сприяти активному розвитку подієвого туризму в Україні та позитивному іміджу країни на міжнародній арені.

Отже, виходячи з вище викладеного, можемо підсумувати, що івентивний туризм безпосередньо впливає на процес євроінтеграції туристичної індустрії України, привертаючи увагу до унікальних можливостей та потенціалу країни та сприяючи її подальшому розвитку, міжнародного визнання, покращенню якості послуг та підтримці культурної спадщини.

Список використаних джерел

1. Віндюк А. В. Сучасний стан розвитку подієвого туризму. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації». м. Запоріжжя, 30–31 березня 2017 р. С. 68-70.
2. Державне агентство розвитку туризму України. Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/>.

Музика Станіслав Анатолійович
здобувач освітнього ступеня «Магістр»
освітньо-професійної програми «Міжнародний туристичний бізнес»
спеціальності 242 «Туризм і рекреація» НУБіП України
Науковий керівник: Мельниченко Світлана Володимирівна
доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

У сучасному світі туризм стає все більш важливою сферою для економічного, соціокультурного та екологічного розвитку різних територій. Для ефективного формування ресурсного потенціалу розвитку туризму, особливо у територіальних громадах дуже важливим є застосування інноваційних підходів до створення сприятливого середовища для розвитку туризму на місцевому рівні. Інноваційні стратегії допомагають підвищити привабливість територіальних громад для туристів, стимулюючи економічне зростання та збереження культурно-природного спадку.

Інноваційні стратегії формування ресурсного потенціалу для туристичного розвитку територіальних громад відіграють ключову роль у сучасній туристичній індустрії, особливо важливою стає ця проблематика в умовах постійних змін у суспільстві, впровадження технологічних інновацій та зростання конкуренції на ринку туризму [1].

Однією з інноваційних стратегій, які варто застосовувати для формування ресурсного потенціалу територіальних громад у наших реаліях, на нашу думку, є розвиток еко-туризму та зелених туристичних маршрутів. Це передбачає створення та просування унікальних маршрутів для подорожей,

з використанням екологічно чистих підходів та підтримкою місцевого населення, які підкреслюють природні та культурні багатства місцевостей, сприяють збереженню навколишнього середовища й взаємодії з природою і забезпечують психологічне відновлення туристів.

Не менш важливим є впровадження екотехнологій та зелених практик у повсякденне життя територіальних громад, а саме застосування енергоефективних технологій, впровадження сортування відходів та інші ініціативи з метою зменшення впливу туризму на довкілля.

В умовах діджиталізації бізнес-процесів актуальним є впровадження технологічних інновацій у сферу сільського зеленого туризму, що включає в себе використання мобільних додатків, віртуальної реальності, штучного інтелекту та інших сучасних технологій для покращення якості обслуговування та створення нових туристичних продуктів, зокрема запровадження віртуальних турів, мобільних додатків для туристів, онлайн-платформ для бронювання та інших інноваційних інструментів для полегшення доступу до інформації та послуг.

Також важливою є стратегія співпраці та партнерства між різними секторами та зацікавленими сторонами, такими як місцеві уряди, бізнес, громадські організації та активне населення, залучення місцевих жителів, підприємств та громадських організацій до спільного розвитку туристичних проектів та програм [2]. Це дозволяє залучати різноманітні ресурси та експертизу для спільної розробки та впровадження інноваційних проектів у сфері туризму для туристичного розвитку територіальних громад.

Не менш актуальним у формуванні ресурсного потенціалу для туристичного розвитку територіальних громад в період пандемічних викликів та військових дій на території України є популяризація національної автентичності та розвиток культурної спадщини, а саме створення інтерактивних музеїв, фестивалів та інших заходів, що сприяють збереженню та популяризації культурної спадщини територіальних громад.

Вважаємо, що запропоновані нами інноваційні стратегії спрямовані на створення стійкої та конкурентоспроможної туристичної індустрії на рівні територіальних громад, а це сприятиме їх економічному розвитку, підвищенню якості життя місцевих жителів та збереженню культурного та природного надбання.

У підсумку хочеться підкреслити, що інноваційні стратегії формування ресурсного потенціалу для туристичного розвитку територіальних громад є важливим і необхідним елементом для забезпечення сталого та конкурентоспроможного розвитку туризму на місцевому рівні. Їх застосування дозволяє створити сприятливі умови для приваблення туристів, розвитку місцевої інфраструктури та збереження природно-культурного спадку. Послідовне та системне впровадження цих інноваційних стратегій може призвести до позитивних ефектів як для місцевих громад, так і для загального розвитку вітчизняного туризму в цілому.

Список використаних джерел

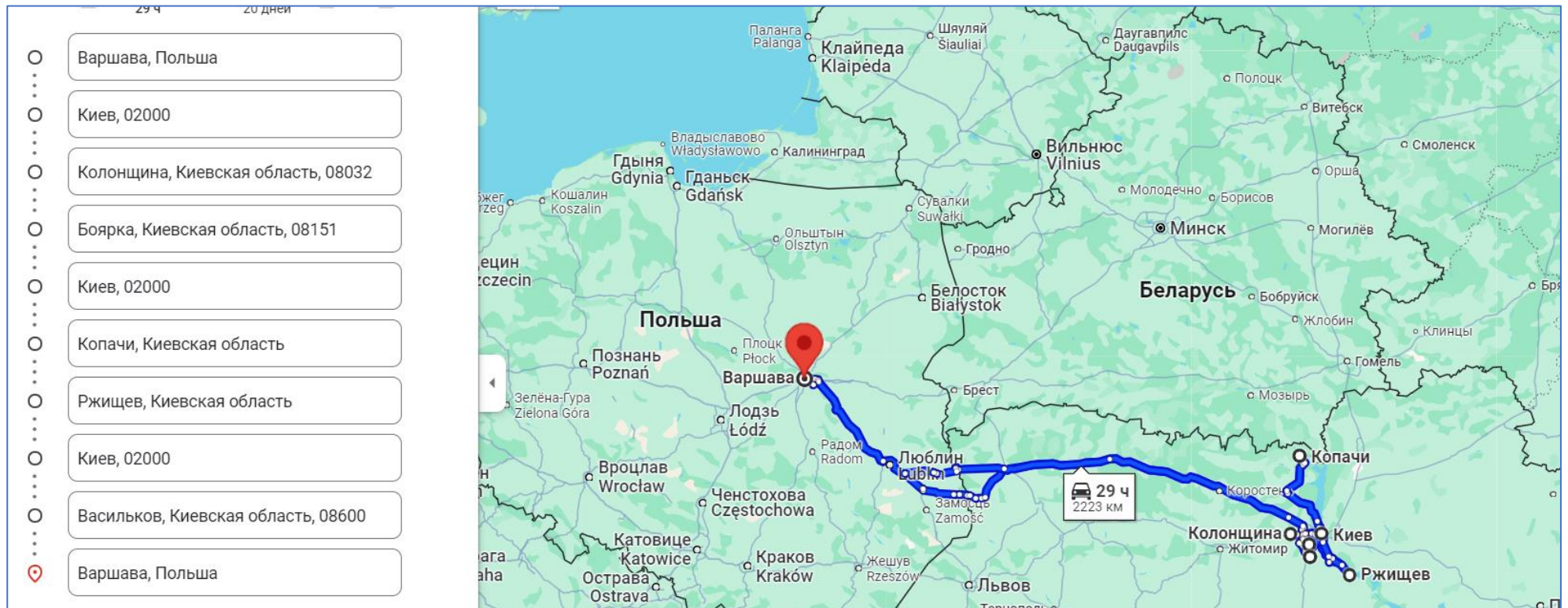
3. Томашук І.В., Томашук І.О. Стратегічні основи інноваційного розвитку територіальних громад. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск № 57. URL: <https://economyandsociety.in.ua>
4. Гончарук І.В., Томашук І.В. Ресурсний потенціал сільських територій: стан та напрями зміцнення: монографія. Вінниця: ТОВ «Твори», 2022. 334 с.

Класифікація подієвого туризму

Класифікаційна ознака	Види туризму
1 Географічний принцип	1.1. Внутрішній 1.2. Міжнародний
2 Напрямок туристичного потоку	2.1. В'їзний 2.2. Виїзний
3 Мета поїздки	3.1 Культурно-освітній 3.2 Оздоровчо-лікувальний 3.3 Релігійний 3.4 Спортивний 3.5 Подієвий 3.6 Шоп-тури
4 Джерело фінансування	4.1. Соціальний 4.2. Комерційний
5 Спосіб пересування	5.1. Пішохідний 5.2. Транспортний 5.3. Змішаний
6. Туристична програма	6.1. Традиційна 6.2. Екзотична 6.3. Екологічна
7. Кількість учасників	7.1. Індивідуальний 7.2. Сімейний 7.3. Груповий
8. Тривалість перебування	8.1. Уїкендовий (1-2 доби) 8.2 Короткотривалий 8.3 Середньотривалий 8.4 Довготривалий
9. Розташування туристичного місця	9.1. Гірський 9.2. Водний 9.3. Сільський зелений 9.4. Міський
10. Інтенсивність туристичного потоку	10.1. Цілорічний 10.2. Сезонний (літній, зимовий, міжсезонний)
11. Організаційна форма	11.1. Організований 11.2. Неорганізований
12. Організаційні засоби	12.1 Пекідж-тур (комплексний) 12.2 Інклюзив-тур (індивідуальний)
13. Клас обслуговування	13.1 V.I.P. 13.2 Люкс-апартамент 13.3 Люкс 13.4 Перший 13.5 Туристський 13.6 Кемпінг

ДОДАТОК Д

Карта туру



Заходи, які відвідують туристи під час івент туру



Рис.В.1. Фестиваль повітряних куль «Монгольф'єрія. Мамо, я вдома»



Рис.В.2. Фестиваль повітряних куль «Монгольф'єрія. Мамо, я вдома»



Рис.В.3. Фестиваль кінно-трюкового мистецтва «Кентаври»



Рис.В.4. Фестиваль кінно-трюкового мистецтва «Кентаври»



Рис.В.5. Фестиваль Трипільське коло