

Найбільша частка сіножатей виявлена в межах Ладичинської (0,66%), Заздрівської (1,15%), Ласковецької (1,8%), Соснівської (4,13%), Буданівської (1,7%), Лошнівської (4,35%), Дружбівської (5,26%) сільських рад, а найменша – Долинської (0,09%), Вишнівчинської (0,12%), Золотниківської (0,04%). У структурі сільськогосподарських земель низки сілрад (Багатківська, Бурканівська, Гайворонківська, Надричянська, Соколівська) сіножаті взагалі відсутні.

Сади та багаторічні насадження не набули значного поширення. Найменша частка цього типу угідь характерна для Дворічанської сільської ради (0,07%). Найбільша – для м. Теремовля (2,75%) і Дружбівської сільської ради (18,86%).

У структурі сільськогосподарських земель виділяють також несільськогосподарські угіддя. Саме на них зупинемось нижче.

Найбільша частка земель, зайнятих господарськими будівлями і дворами спостерігається у смт. Микулинці (2,32%), найменша – м. Теремовля (0,74%). Частка земель під господарськими шляхами і прогонами на території сільських рад Теремовлянського району незначна і становить в середньому 0,84%.

Отже, земельний фонд Теремовлянського району характеризується значною сільськогосподарською освоєністю та надмірною розораністю. Найбільш сільськогосподарсько освоєними є північно-західна, південно-західна і східна частини району.

На території Теремовлянського району в усіх сільських радах домінуючим видом сільськогосподарських угідь є орні землі та пасовища. Сіножаті, сади і багаторічні насадження займають невеликі площі.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Звіт про наявність земель та розподіл їх по землекористувачах, власниках землі та угіддях Теремовлянського району (станом на 01.01.2013). - Теремовля, 2013, 16 с.
2. Кіпач Ф. Землі України: категорії, право власності, стан використання, охорона: навч. посібник / Ф. Кіпач. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2010. – 240 с.

*Ратинський О.*

*Науковий керівник – доц. Царик П. Л.*

### ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Туристично-рекреаційна галузь – сфера культурної діяльності, що динамічно розвивається. На цьому тлі значний інтерес являє подієвий туризм. При правильній організації його ресурсний потенціал є необмеженим. З огляду на відмічене, дослідження розвитку подієвого туризму є актуальним.

Комплексному теоретико-практичному дослідженню питань організації й розвитку подієвого туризму в сучасних умовах присвятили свої праці такі відомі вчені, як А.Бабкін, М.Біржаков, Ю.Блохіна, Е. Богданова, Д.Ісмаєв, М.Кабушкін, Г.Карпова, В.Квартальнов, А.Кирилов, О.Костюк, Ю.Кузнецова, М.Ліндстром, Р.Олльє, Х.Прінгл, І.Смаль, І.Шаповалова та ін. Разом із тим, незважаючи на наявність значного наукового доробку з цих питань, дослідженнями не охоплено окремі напрями організації та регулювання розвитку подієвого туризму як на державному, так і регіональному рівні.

*Мета статті* – аналіз теоретичних аспектів сутності подієвого туризму та його розвитку в Україні; окреслення перспективних напрямів державного регулювання подієвого туризму, зокрема у контексті прикордонного співробітництва.

Щодня у світі відбувається безліч цікавих подій. Карнавал у Ріо, Love Parade у Берліні, кінофестиваль у Каннах, чемпіонат світу з футболу, перегони Формули 1, День народження королеви Нідерландів, тенісний турнір «Великого Шолома» та ще тисячі інших, про які багато мандрівників навіть не здогадуються. Мало хто з туристів танцював на балі у Відні, був присутнім на параді Хелоуїну в Нью-Йорку, чи на святі молодого вина Божоле у Франції. Проте більшість українських туристів неодноразово з'їздили в Анталію, Шарм-Ель-Шейх по путівці *all inclusive*. Ці напрями є досить популярними серед споживачів на ринку пострадянських країн. Комфортний відпочинок та сервіс здатні задовольнити потреби багатьох туристів. І це ключові фактори популярності даних дестинацій на українському ринку. Проте багато туристів «втомились» від одноманітних подорожей та заздалегідь очікуваної програми поїздки. Єгипет, Туреччина, автобусні, авіа тури Європою, поїздки на острови Тихого, Атлантичного та Індійського океану були, є та будуть актуальними. Але все частіше люди за мету подорожі починають ставити не лише знайомство з країною чи відпочинок на морі, а й відвідування конкретного заходу в тій чи іншій країні. Цей захід є фактором, задля якого планується тур. Саме як реакція на даний попит вітчизняними туроператорами почали формуватися івент-тури. Більш того, Україна сама може запропонувати якісні та цікаві події, які стали б основою таких турів.

Слово Event (подія, захід) в англійській мові має чимало значень: соціально-культурне, технічне й навіть філософське. Але в контексті даної статті розглядається саме соціально-культурне значення терміну, втім це значення є й найбільш популярною семантикою слова. В українській мові використовується як транслітерований варіант – івент, так і аналоговий переклад – подія. Отже, Event (подія, або спеціальна подія) – запланована соціально-суспільна подія (захід), що відбувається в певний час, із певною метою та має певний резонанс для суспільства. До івентів можуть належати кардинально різні заходи: фестивалі, карнавали, паради, конференції, форуми, семінари, тренінги, спортивні змагання, концерти, прем'єри фільмів, театральні вистави.

Івент-туризм – унікальний шанс стати свідком найбільших подій у світі спорту, культури й мистецтва. Івент-туризм – можливість «вболівати» за улюблену команду на чемпіонатах світу з футболу, співати разом із своїми кумирами на Євробаченні, перевтілитися в чужий образ на феєричному Венеціанському карнавалі, простежити за віражами гонщиків на Гран-прі Монако або прогулятися по вулицях Канн у період кінофестивалю поруч із зірками. Такі тури поєднують традиційний відпочинок і участь у найбільш видовищних заходах. Івент-туризм – неминуча атмосфера свята, індивідуальні умови відпочинку й незабутні враження, що зберігаються в пам'яті. Завдяки цьому традиційне знайомство з історією й визначними пам'ятками тієї або іншої країни можна сполучити з відвідуванням заходів, про які згодом буде приємно згадати. Такі поїздки залишаються в пам'яті як одні з яскравих моментів життя. Адаже головна особливість івент-туризму – безліч яскравих і неповторних моментів. Такий туризм у першу чергу заснований на враженнях.

Івент-тури дають змогу поглянути на відомі місця з іншого боку. Стандартне знайомство з країною вже є недостатнім для туристів, вони прагнуть більшого. Сьогодні серед популярних івент-турів можна виділити поїздки на карнавали, музичні фестивалі, національні свята, спортивні події, фешен-покази, гастрономічні тури, відвідування виставок, концерти зірок естради, сафари, відвідування надзвичайних природних явищ (наприклад, виверження вулкану). Спортивний івент-туризм – це заняття спортом і відвідування фітнес-клубів. Підтримувати здоров'я завдяки спорту в наші дні стало модною тенденцією. Найбільш популярними змаганнями є:

- автоперегони (Формула 1, автоперегони NASCAR (США);
- Олімпійські ігри, що є класикою спортивних змагань ще з часів стародавньої Греції (зимова та літня);
- футбольні змагання – найпопулярніша в світі гра, предмет національної гордості багатьох країн.

Зараз Україна та інші країни світу готуються до чемпіонату світу «Євро 2012»;

- тенісні турніри: «Великий шолом», кубок Девіса;
- чемпіонат світу з хокею;

– кінні скачки: кубок світу з кінних перегонів у Дубаї, «Aintree Grand National», Королівські скачки у Беркширі, Англія тощо;

- бокс: кубок короля, світові чемпіонати з боксу в різних вагових категоріях.

Одним із популярних видів подієвого туризму є фестивалі, що проходять протягом року в багатьох країнах світу. Тематично ці заходи можна розділити на декілька груп: арт-фестивалі, музичні фестивалі, кінофестивалі, квіткові фестивалі, гастрономічні фестивалі та ін. Фестивальний туризм охоплює широкий спектр подій, тому і притягує різних за віком, соціальним статусом та смаками споживачів. Це унікальна можливість не тільки насолодитися виступом улюбленого виконавця, гурту чи діджея або побачити роботи видатних режисерів, а й поспілкуватися з величезною кількістю однодумців. Адаже кожен фестиваль має свою тематику, тому публіка там збирається відповідно до спільних інтересів та захоплень. Фестивалі також є цікавим заходом із професійної точки зору для тих, хто працює в сфері, якій присвячений той чи інший фестиваль, і може перерости в цікавий проект та плідну працю. Популярність того чи іншого фестивалю залежить від багатьох факторів. У першу чергу, успіх фестивалю ґрунтується на значимості та актуальності артистів, робіт, подій, представлених на ньому. Це ключовий фактор при обранні заходу туристами. Важливим чинником також є місце проведення та рівень організації заходу.

Європейські фестивалі є досить організованими дійствами, де використовуються надсучасні розважальні технології, яскраві декорації, якісний звук та світло. Приділяється велика увага безпеці заходу, швидкому доступу глядачів на фестиваль, мінімізація черг на вході та у закладах, що надають послуги на території. Це все робить перебування туристів на дійстві комфортним та безпечним. На популярність фестивалю також впливає популярність бренду, під яким проходить захід. Багато фестивальних брендів стали культовими і асоціюються у відвідувачів із високим рівнем організації та завжди актуальним і цікавим продуктом, представленим на дійстві.

Популярними є: весняний фестиваль тюльпанів у Нідерландах, міжнародний музичний фестиваль «Празька весна», міжнародний музичний фестиваль у Каннах, фестиваль Баха в Лейпцизі, фестиваль реклами «Канські Леви», пивний фестиваль у Мюнхені «Октоберфест», міжнародна регата Baltic Sail у Швеції, угорський музичний фестиваль Sziget, міжнародний джазовий фестиваль у Берні (Швейцарія), фестиваль молодого вина в Божолє Нуво у Франції та багато ін.

Для шанувальників івент-туризму зима залишається привабливим періодом, тому що це час карнавалів у багатьох країнах світу, популярність яких зростає. Карнавали, що традиційно проводяться в різних країнах світу – не що інше, як вдалий маркетинговий хід. Подібні шоу проходять, як правило, у періоди міжсезоння, коли туристична активність помітно знижується й місцева адміністрація власними зусиллями намагається поповнити бюджет. Найбільш яскравим є, звичайно, карнавал у Ріо, але він є досить дорогим задоволенням, тому туроператори також пропонують більш доступні, але не менш цікаві карнавальні тури. Причому, якщо кілька років тому тури на карнавальні дійства пропонувалися в рамках подорожі до певної країни, то тепер розробляються спеціальні програми. Популярністю користуються Венеціанський карнавал, карнавал у ноттінг-Хіллі (Великобританія), Хеллоуїнський карнавал у США, карнавал на Мальті, карнавали у Вероні, Лондоні, Кельні тощо.

Відвідування виставок також є складовою подієвого туризму. Виставковий туризм треба розглядати з кількох позицій. Він може репрезентувати діловий туризм і знаходити свій вияв у відвідуванні виставкового заходу з професійної точки зору (як учасник або партнер). Тури на виставки здійснюються також і як розважально-пізнавальні. Все залежить від тематики, формату та мети відвідування виставкового заходу.

Місцеві, регіональні, національні, міжнародні виставки мають різну тематику. Саме тематика формує аудиторію заходу. Виставки можуть бути присвячені дизайну, фотографії, історичним подіям, музиці, природним явищам. Виділяють також професійні спеціалізовані виставки. Велику аудиторію професіоналів та глядачів збирають автомобільні салони, де представлені новинки та яскраві шоу (автосалон у Женеві, Детройті).

Організація івент-турів є специфічною організацією і вимагає індивідуального підходу до клієнта та знання країни, специфіки заходу, на який організовується тур. Більшість туристів заздалегідь знають, яку

подію вони хочуть відвідувати та якого характеру ця подія. Для таких клієнтів головне – визначитися з варіантом доставки, розміщення та харчування. Однак є й такі туристи, що прагнуть нових яскравих відчуттів, проте не визначилися з подією, на яку хочуть потрапити. Такі туристи потребують особливої уваги, адже івент, під який організовується тур, повинен відповідати їх смакам та вподобанням. Під час організації туру на обрану подію треба враховувати те, що в період проведення заходу буде спостерігатися великий приток людей в місце його проведення, що може спричинити проблеми з недостатньою кількістю місць у закладах розміщення, відсутністю вхідних квитків тощо. Саме тому бронювання авіаквитків, готелів і квитків на заходи, як правило, здійснюється завчасно, іноді – за кілька місяців до події. Туроператори замовляють подієві тури як мінімум за місяць-два до початку заходу, оскільки в останній момент доведеться обирати між дуже дорогими номерами або готелями в віддалених районах. Більша частина програм таких турів складається індивідуально, під замовлення, що звичайно не буде коштувати дешево.

Отже, івент-туризм – прекрасна можливість відвідати в якості глядача або учасника цікаві шоу, виставки, змагання, побачити унікальні природні явища, поринути у вир емоцій на карнавалах та фестивалях. В європейських країнах, США івент-індустрія є розвинутою та пропонує споживачам широкий вибір заходів, вартих уваги. В цих країнах формуються тенденції в сфері івент-туризму, що далі адаптуються до національної специфіки інших країн. Однак країни Африки, Азії, Австралія також мають заходи, варті уваги. Ринок подієвого туризму в розвинених країнах є насичений пропозицією. Туристи Великої Британії, Нідерландів чи Італії є вибагливими до заходів, що їм пропонуються, тому велика увага приділяється якості проведення дійства, безпеці, використанню інноваційних технологій та, звичайно ж, актуальності продукту, представленому на івенті. Організатори, щоб зробити свій захід культовим (а саме такі події приваблюють великі потоки туристів), повинні постійно дивувати публіку.

В Україні івент-туризм знаходиться на стадії розвитку. Наша країна має багатий історико-культурний, природний, творчий потенціал для розвитку саме цього виду відпочинку. Етнічна українська музика, традиції, фольклор є базою для розвитку фестивалів, що будуть розвивати українську культуру та демонструвати колорит нації. Взагалі, на території України мають право на існування різноманітні фестивалі, паради, свята, виставки і т.д. Головним питанням є те, як вивести їх на світовий рівень та зробити об'єктами масового туристичного попиту даного сегменту ринку. У першу чергу українським івентам не вистачає якісного рівня організації дійства. Деякі фестивалі, свята ще досі мають стихійний характер, що перешкоджає притоку туристів. Потрібно звернути увагу на розбудову інфраструктури навколо заходу, адже це є одним із ключових факторів, що впливають на вибір туристів. Українська індустрія дозвілля тільки виходить на світовий ринок розваг, її лише зараз починають сприймати зарубіжні івент-компанії та продюсери. І сьогодні українські івенти можуть представити до уваги відвідувачів якісний продукт за участю як національних, так і світових брендів.

На сьогодні в Україні є заходи, що привертають увагу колоритом, індивідуальністю, цікавою задумкою не лише місцевих відвідувачів, а й іноземних туристів. Серед них: Сорочинський ярмарок, фестиваль «Таврійські Ігри», фестиваль «Джаз-Коктебель» та «Козацький острів», «Казантип» та ін.

Івент-туризм є одним із факторів, що формують імідж країни. Наявність якісних, колоритних та цікавих подій в країні сприяє формуванню її позитивного іміджу серед інших держав. Гучні івенти концентрують увагу світової спільноти на країні, де вони відбуваються. Це сприяє залученню інвестицій та розкриттю туристичного ринку країни.

Дієвим прикладом підвищення іміджу країни був пісенний конкурс Євробачення, що пройшов у Києві 2006 р. За час проведення івенту Україну відвідали десятки тисяч туристів з усього світу. Європейські телеканали постійно робили прямі включення з гарячих подій конкурсу: репетицій, екскурсій для учасників (що проходили в мальовничих куточках України), презентації. Прямі трансляції Євробачення відбувалися в усіх європейських країнах. У ході трансляції глядачам демонструвалося відео, що знайомило їх з Україною. Спеціалісти з піару, що займалися розробкою іміджу нашої країни в контексті Євробачення, створили загальну креативну концепцію позиціонування «Квітуха Україна», що сприяло уявленню українців як незалежної, успішної, талановитої нації. Тому важливо сформувати календар привабливих для туристів заходів, що проводяться в Україні, роблячи основний акцент на актуальності, належному рівні організації та національній специфіці. Культурно-масові заходи можуть бути мотивом збільшення кількості туристів. Деякі заходи можна зробити традиційними. Не повинна залишитися без уваги жодна історична подія, фестиваль або свято. Слід пам'ятати, що одними івентами туристів не втримаєш, потрібно мати налагоджену туристичну інфраструктуру, що буде забезпечувати туристам комфортний відпочинок. Україна має потужний природний та культурний потенціал, який треба розвивати та не допускати його занедбання. Випробуванням для нашої туристичної галузі і країни взагалі буде проведення чемпіонату з футболу світового рівня Євро-2012. У період проведення змагань очікується активна аквізиція туристів з усього світу.

Ключовим фактором, що сприятиме популяризації турів на українські івенти як внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, є грамотне просування продукту від виробника до споживачів. Велику роль тут відіграють інформаційні технології. Туристи повинні мати доступ до вичерпної інформації про спортивні, культурні, розважальні, музичні заходи, що пропонує українська туристична та розважальна індустрія.

Отже, івент-туризм в Україні є інноваційним явищем, якому провідні туристичні оператори пророкують перспективи. Туристи з цікавістю реагують на появу івент-турів на ринку. Попит на них постійно зростає і вимагає розширення пропозиції, що виявляється як в популяризації турів на зарубіжні спортивні та культурні події, так і розвитку внутрішнього івент-туризму. Україна має значний природний, історико-культурний потенціал, що одночасно з івент-туризмом доповнюють один одного, сприятимуть зростанню туристичного ринку країни, його привабливості для внутрішніх та іноземних туристів.