

and cultural tourist objects are investigated and digitized. The attribute tables contain information about the name, type, location of tourist objects. Digitized existing and projected tourist routes that pass through the NPP "Skolevski Beskydy". In total, 16 routes are digitized in a linear way.

The loadings of the territory of the NPP "Skolevski Beskydy" with the objects of tourist infrastructure area analyzed.

It is revealed that the city of Skole occupies the leading place among the busy tourist infrastructure objects, where 59 tourism infrastructure objects are counted and designated. The next leading locality is Skhidnytsia. On the territory of that part of the settlement of the urban type, which is located on the territory of the NPP "Skolevski Beskydy", there are 30 objects of tourist infrastructure. A small proportion of tourist infrastructure objects, in particular from 11 to 21, is concentrated in such villages as Sopit, Rybnik and Oryavchik. Significantly smaller share, and from 5 to 10 are villages, such as Krushelnitsa, Maidan, Kamyanka and Korosti. The smallest number of tourist infrastructure objects is located in the settlements of Bagnova, Prosperina and Podgorodka. Their number ranges from 3 to 5 objects.

The Splane method interpolated the territory of the park with the number of tourism infrastructure objects. According to the analysis, 3 zones were discovered in which the infrastructure of the city is concentrated, namely, the city of Skole and its adjoining territories, the village Skhidnytsia and with Maidan.

The transport accessibility of the territory of the park was investigated by constructing a buffer zone with a radius of 1 km around railways and high ways passing through the territory of the NPP. The analysis makes it possible to assert that the majority of historical, cultural, natural and tourist infrastructure objects have good transport accessibility. Only, as we see the central part of the park has a not developed transport network. However, given that the central part of the park is the most valuable in the nature protection plan, and it is the main task of the NPP to be an environmental function, then this fact in its turn does not reduce, but increases the recreational and tourist potential of the park.

Keywords. Geoinformation technologies, GIS, Skolivsky Beskydy National Park, tourist resources, tourist infrastructure, digital model of relief.

Надійшла 04.08.2018р.

УДК 338.48.01:379.85-28(477)

Ольга МАШКОВА, Оксана БАГНЮК

ПРОСТОРОВИЙ АНАЛІЗ ПРОВЕДЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПРЕЗЕНТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ УКРАЇНИ

У статті обґрунтовано термін «туристичні презентаційні заходи» (ТПЗ). Систематизовано класифікації ТПЗ. Зроблено підрахунки запланованих та проведених туристичних презентаційних заходів на 2018 рік. Здійснено геопросторовий аналіз концентрації проведення ТПЗ на території України за різними критеріями. Визначено основні проблеми і окреслено перспективи підвищення ефективності організації та проведення ТПЗ.

Ключові слова: туристичні презентаційні заходи, туристична виставка, туристичний ярмарок, фестивалі, туристичні біржі, туристичні салони, туристична премія.

Постановка наукової проблеми та її значення. У діяльності туристичного підприємства особливе значення має популяризація продукції на туристичному ринку через біржі, виставки, премії, салони, фестивалі та ярмарки. Вони надають туристичному підприємству великі можливості одночасного розповсюдження і отримання широкого спектру економічної, організаційної, технічної, комерційної інформації за відносно низьких витрат [3].

Зростає кількість цих заходів у світі і в Україні, розширюється їх географія та коло учасників, урізноманітнюються напрямки. Сьогодні проводяться спеціалізовані виставки та салони готельного та ресторанного господарства, спортивного, екологічного, пізнавального туризму, ярмарки та біржі туристичного та спортивного спорядження тощо. За короткий час цей сегмент туристичного ринку став одним із найпотужніших і стабільних. Але у

сучасних наукових дослідженнях не було загального терміну, який би об'єднував ці поняття. Нами була запропонована дефініція «туристичні презентаційні заходи» (ТПЗ) [1]. Проведення різноманітних ТПЗ в країні сприяє збільшенню туристів, доходів та розвитку туристичної галузі загалом.

На території України протягом року відбуваються ТПЗ різної тематики, тривалості, виду. Концентрація проведення заходів не є рівномірною. Найбільша їх кількість проходить у столиці та в обласних центрах України. Проте, повної картини просторового аспекту ТПЗ України в науковій літературі немає. Отже, актуальним питанням є просторовий аналіз ТПЗ України, визначення проблем і окреслення перспектив підвищення ефективності їх організації та проведення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Особливості розвитку виставкової індустрії відображені в працях таких відомих

українських та зарубіжних науковців, як Акулич Л.І., Генкин Д.М., Дурович А.П., Захаренко Г.П., Ільїна Е.Н., Медвідь Л.В., Підгрушний Г.П., Смирнов І.Г., Шпаков В.Н. та інші.

Метою статті є проведення просторового аналізу ТПЗ України, визначення проблем і окреслення перспектив підвищення ефективності їх організації та проведення.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування результатів дослідження. Отже, туристичні презентаційні заходи (ТПЗ) включають біржі, виставки, премії, салони, фестивалі та ярмарки, головною метою яких є демонстрація туристичних продуктів з можливістю або без їх продажу. Розглянемо окремі складові ТПЗ більш детально.

Туристична біржа (англ. tourist exchange) – комерційне виставкове представлення та продаж туристичної продукції, метою якої, є встановлення та підписання угод.

Виставка (англ. tourist exhibition) – це ТПЗ, основна мета якого – в просвіті публіки шляхом демонстрування засобів, що знаходяться в розпорядженні людства, для задоволення потреб в одній або декількох сферах його діяльності або майбутніх його перспектив. У рамках виставок підприємства-експоненти за допомогою зразків (експонатів) створюють наочну картину пропонування товарів і послуг в одній або кількох галузях і намагаються інформувати кінцевих споживачів (або й проміжних покупців) про свою фірму та її товари з метою продажу цих товарів.

Ярмарок (англ. tourist fair) – це ТПЗ, який відповідно до звичаїв країни, де знаходиться, являє собою великий ринок товарів, що діє у встановлені терміни в певному місці, і на якому дозволяється представляти зразки своєї продукції для укладання торгових угод [6].

Туристична премія (англ. tourism award) – це ТПЗ, основними завданнями якого є нагородження лідерів туристичної індустрії і підвищення їх пізнаваності серед фахівців і широкого кола споживачів, розвиток якості послуг і стимулювання зростання конкурентоспроможності [23].

Туристичний салон (англ. tourist salon) – демонстрація туристичних продуктів, також інформація гуртових посередників, встановлення зв'язків між виробниками та продавцями туристичної продукції. Зазвичай проводиться періодично, 1-2 рази в рік.

Фестиваль (франц. festival) – масове святкове дійство, що включає огляд чи демонстрацію певних досягнень [4].

Туристичні презентаційні заходи

класифікують за такими основними ознаками:

- 1) за територіальною ознакою (на території якої країни проводиться ТПЗ);
- 2) за значимістю для економіки;
- 3) за цільовою аудиторією;
- 4) за джерелом фінансування;
- 5) за часом функціонування.

Класифікація туристичних презентаційних заходів за територіальною ознакою:

- 1) заходи, які проводяться всередині країни;
- 2) заходи, що проводяться на території інших країн.

Класифікація туристичних презентаційних заходів по значимості:

- 1) міжнародне значення (що мають значення кількох країн світу);
- 2) всеукраїнське значення (що мають значення для країни);
- 3) міжрегіонального значення (що мають значення для кількох регіонів, областей країни);
- 4) обласного значення (що мають значення для конкретної області);
- 5) місцевого значення (які мають значення для населеного пункту, району).

Класифікація туристичних презентаційних заходів за цільовою аудиторією:

- 1) заходи для фахівців;
- 2) заходи для широкого кола відвідувачів;
- 3) заходи для фахівців та широкого кола відвідувачів.

Класифікація туристичних презентаційних заходів за джерелом фінансування:

- 1) на бюджетній основі (кошти для покриття витрат на організацію та проведення заходу виділяються з державного та місцевого бюджетів);
- 2) на комерційній основі (кошти для покриття витрат на організацію та проведення заходу надаються організаторами, учасниками заходу та спонсорами);
- 3) на змішаній основі (кошти для покриття витрат на організацію та проведення заходу частково виділяються з державного (місцевого) бюджету, а іншу частину надають спонсори, підприємства тощо).

Класифікація туристичних презентаційних заходів за часом функціонування:

- 1) постійно діючі (від 6 місяців і більше);
- 2) тимчасові (від 15 днів до 6 місяців);
- 3) короткострокові (від 1 до 15 днів) [8].

Проаналізуємо ТПЗ, які проводяться всередині держави. За нашими підрахунками в Україні протягом 2018 року відбулося та відбудеться близько 850 ТПЗ. Представлені майже усі види ТПЗ окрім туристичних бірж.

Висока концентрація ТПЗ характерна для Львівської (88), Київської (78), Закарпатської (57), Дніпропетровської (56), Харківської (56), Одеської (56) області (рис. 1.).

Відповідно до класифікації, наведеної вище, за значимістю для економіки ТПЗ поділяються на міжнародні, всеукраїнські, міжрегіональні, обласні та місцеві. Міжрегіональні

та обласні ТПЗ важко відділити, через можливість значення заходу одночасно, як для області так і для регіону. Тому нами було прийнято рішення ці два види об'єднати. Нами було підраховано, що у 2018 році відбулося та відбудеться 149 міжнародних, 129 всеукраїнських, 321 міжрегіональних та обласних, 249 місцевих заходів.

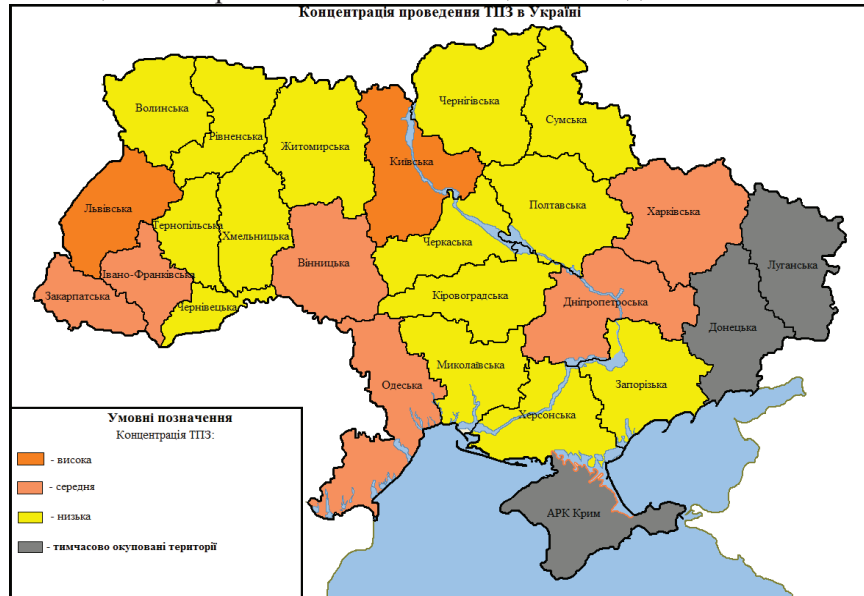


Рис.1. Концентрація проведення ТПЗ в Україні

Розглянемо територіальний аспект кожного виду ТПЗ за значимістю для економіки більш детально. Що стосується міжнародних ТПЗ, то висока концентрація їх проведення

належить Київській (18), Львівській (18), Одеській (17) та Волинській (16) областях (рис. 2.).



Рис.2. Концентрація проведення міжнародних ТПЗ в Україні

У місті Києві проходять найбільші туристичні презентаційні заходи в Україні: туристична виставка (UITT – Ukraine International Travel and Tourism), туристичний салон (UITM – Ukraine International Travel Market) та туристична премія (Ukrainian Hospitality Awards).

Туристична виставка UITT – щорічна виставка туризму. Більше 250 національних і

світових туроператорів з 25 країн світу представляють на виставці колосальну різноманітність маршрутів для внутрішнього, в'їзного та виїзного туризму. Щорічно виставку відвідують понад 20 тисяч профільних фахівців туристичної галузі, серед яких: представники міжнародних і національних туристичних організацій, дипломати, високопосадовці державних міністерств і відомств, делегати готелів, санаторіїв,

курортів, авіаліній та аеропортів, а також агенти суміжних індустрій з України та більш ніж 30 держав. У 2018 році виставка UITT відбулась 28-30 березня у місті Києві [22].

У Львові проходить одна із найважливіших туристичних виставок України – «ТурЕКСПО». Виставка відбувається кожного року в кінці жовтня.

Міжнародна виставка «ТурЕКСПО» – це визначна подія у туристичному бізнесі Західної України, місце зустрічі національних та представників міжнародних туристичних організацій, керівників закладів розміщення відпочинку та оздоровлення. Основна мета виставки – активізація розвитку внутрішнього та в'їзного туризму, просування українського туристичного продукту на міжнародний ринок, популяризація туристичних можливостей та маловідомих об'єктів України та світу, демонстрація широкому колу фахівців новітніх досягнень в сфері послуг, створення майданчику для проведення переговорів, в тому числі, з іноземними учасниками [11].

Щорічний туристичний салон UITM у 2018 році проходив 3-5 жовтня у місті Києві. Під час виставки UITM представники туристичного бізнесу мають можливість ознайомитися з напрацюваннями міжнародних і вітчизняних компаній, провести переговори, укласти вигідні контракти з лідерами туристичної індустрії, обмінятися досвідом з іноземними колегами та партнерами в області просування країн та туристичних дестинацій, спостерігати за успішними прикладами просування інших країн. UITM – це також унікальне місце для знайомства світової спільноти з багатою історико-культурною спадщиною України.

У 2018 році у туристичному салоні UITM взяли участь **154 туроператори**, національні та місцеві туристичні асоціації та організації, авіакомпанії, аеропорти, готелі, санаторії, бази відпочинку, страхові компанії, компанії сфери ІТ в туризмі, представництва **28 країн світу**.

Варто відзначити, що в цьому році завдяки новому формату експозицій міст і регіонів нашої країни – «Ярмарок туристичних дестинацій України», яка дозволила максимально ефективно презентувати туристичні особливості регіонів, в міжнародній виставці були представлені експоненти і внутрішні туристичні маршрути 20 областей та міст України. Наприклад: представлення стенду «Планета-Кривий Ріг». Стенд був запропонований у 3-D форматі з коротким екскурсом до діючої індустрії, де реалістичного презентовано спуск до однієї з найглибших шахт Європи та подорож у «залізородне серце» Кривбасу –

кар'єр «Південного ГЗК». За допомогою участі у дестинації Криворіжжя представило свою унікальну культурно-історичну спадщину та перспективність розвитку промислового туризму в національному та міжнародному масштабі [21].

У січні 2018 року в Україні відбулась Міжнародна готельна премія Ukrainian Hospitality Awards. Премія об'єднала учасників з 6 країн і визначила кращі готелі в 25 номінаціях. Організатор заходу – Клуб готельєрів та рестораторів Hoteliero, який у 2011 році заснував премію. У 2018 році приймали участь країни: Болгарія, Грузія, Молдова, Словаччина, Угорщина та Україна. Такий вибір організаторів обумовлений активним розвитком сфери гостинності в цих регіонах і великим потенціалом для залучення інвесторів.

Головна мета премії – це не тільки визначення кращих готелів, але і розвиток індустрії гостинності в цілому, підвищення пізнаваності локальних готелів і курортів. Премія вносить вагомий вклад в розвиток якості послуг готельного сектора і стимулює зростання конкурентоспроможності готелів як на внутрішніх ринках, так і на міжнародному рівні.

У 2018 році було 12 номінацій премії. Переможцями премії у 2018 році стали: найкращий Luxury-готель – «Mandarin Oriental Prague», Чехія; найкращий butik-готель – «Cannes Oia Hotel», Греція; найкращий хостел – «Subspace», Хорватія; найкращий медичний готель – «Mirotel Resort&Spa», Україна; найкращий міні-готель – «SunRay Hotel Complex», Україна; найкращий SPA-готель – «Aldemar Resort», Греція; найкращий етноготель – «Palos resort», Угорщина; найкращий історичний готель – «Frederic Koklen Boutique Hotel», Україна; найкращий дизайн готелю – «Artagonist Art hotel», Литва; найкращий бізнес-готель***** – «Kempinski Hotel Cathedral Square Vilnius», Литва; найкращий бізнес-готель**** – «Radisson Blu Old Mill Hotel», Сербія; найкращий бізнес-готель*** – «Ibis styles Tbilisi center», Грузія [23].

Але найбільшу кількість міжнародних туристичних презентаційних заходів, які проходять в Україні, складають фестивалі, зокрема музичні. Наприклад: Музичний фестиваль ім. Петра Чайковського та Надії фон Мекк (м. Вінниця), Фестиваль джазової музики «International jazzfest-2018» (м. Запоріжжя), Фестиваль «UPark Festival 2018» (м. Київ), Фестиваль сучасної музики «Контрасти» (м. Львів), Музичний фестиваль Black Sea Music Fest (м. Одеса), Фестиваль «Музика Ф. Шопена просто неба» (м. Радомишль), Музичний фестиваль

«Бандерштат» (с. Рованці, Луцький район) тощо. Деякі з них відбуваються не лише в одному, а у декількох містах України.

Зокрема, розглянемо детальніше один із найвизначніший міжнародних музичних фестивалів «Бандерштат», який проходить у с. Рованці Волинської області. Він об'єднує українську музику, лекції відомих політиків, діячів культури, мистецтва та громадського сектору, спортивні розваги та патріотичні флешмоби, майстер-класи та кінопокази. У 2018 році, щоб послухати наживо понад 60 українських та закордонних гуртів і взяти участь у інших заходах на фестивалі завітали близько 14 тисяч осіб [2].

У Одеській області відбувається значна кількість музичних та театральних міжнародних ТПЗ, проте між ними вирізняється Одеський кінофестиваль.

Одеський міжнародний кінофестиваль – це унікальна за своїми масштабами і значущістю подія. Щорічно з усього світу на фестиваль з'їжджаються сотні знаменитих діячів кіноіндустрії. Спеціальна комісія відбирає найкращі фільми за різними категоріями. Також велику увагу організатори приділяють творчій складовій фестивалю. Протягом фестивального тижня проходять безлічі майстер-класів, лекцій, конференцій, творчих зустрічей, що дуже важливо для підтримки вітчизняного кіновиробництва і загального культурного розвитку [13].

Висока концентрація проведення всеукраїнських ТПЗ належить Дніпропетровській області (15). Середній рівень концентрації у Вінницької (11), Київської (11), Запорізької (11), Волинської (7), Полтавської (7), Хмельницької (7), Черкаської областях (7) (рис.3.).



Рис.3. Концентрація проведення всеукраїнських ТПЗ в Україні

Цікавим є всеукраїнський фестиваль «Французька весна 2018». Він проходить у дев'ятох містах України (Бердичів, Дніпро, Запоріжжя, Івано-Франківськ, Київ, Львів, Одеса, Рівне, Харків). Програма фестивалю об'єднує допрем'єрні покази фільмів, музичні івенти, лекції, театральні постановки, кулінарні майстер-класи та інші події [19].

У лідируючій за кількістю ТПЗ всеукраїнського рівня Дніпропетровській області велику частку складають патріотичні та музичні фестивалі. Зокрема, фестиваль «Мирне небо

– 2018», який проходив у Кривому Розі. Захід присвячений пам'яті загиблих і повазі живих Героїв АТО. Фестиваль традиційно розпочинають із покладання квітів загиблим. Закінчується захід запусками повітряних зміїв [17].

Висока концентрація проведення міжрегіональних та обласних туристичних презентаційних заходів належить: Львівській (35), Київській (29), Закарпатській (28), Харківській (27), Дніпропетровській (25) областям (рис.4.). Розглянемо деякі ТПЗ, які відбулись у цих областях.

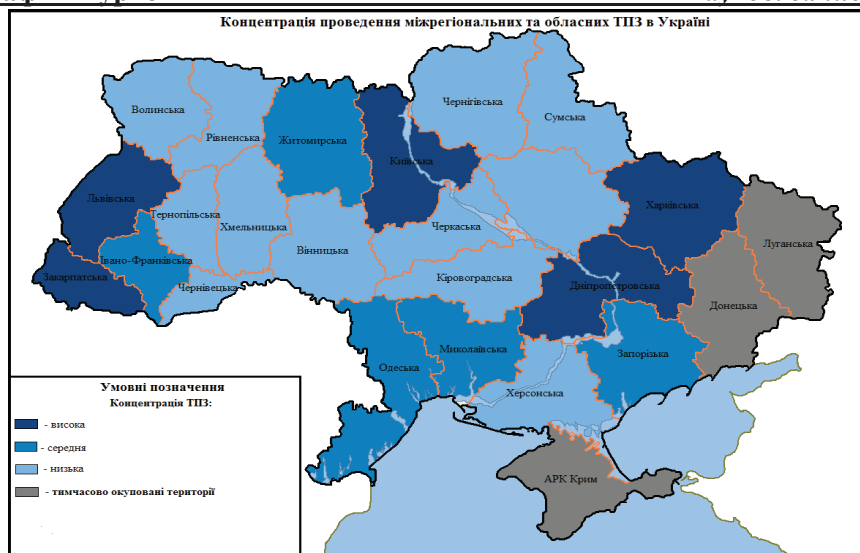


Рис.4. Концентрація проведення міжрегіональних та обласних ТПЗ в Україні

Фестиваль повітряних куль «Кубок Карпат 2018» проходив протягом 15-17 червня 2018 року у місті Трускавець та селі Урич Львівської області. Польоти відбулись у дивовижно гарних місцях – передгір'ях Карпат, в районі Національного природного парку «Сколівські Бескиди» [18].

Фестиваль тюльпанів «Навколо світу» проходив на Співочому полі в Києві. Цього року тематикою фестивалю тюльпанів, як видно з назви, стали країни та міста світу. Тож цього разу на Співочому полі можна було побачити квіткові композиції, присвячені Києву, Лондону, Парижу, Сіднею, Токію та іншим містам. Тривав фестиваль цілий місяць з 27 квітня по 27 травня [9].

Фестиваль «Ужгородська ПАЛАЧІНТА 2018» проходив протягом 9-11 лютого у Боздоському парку в Ужгороді. «Ужгородська ПАЛАЧІНТА» — це гастрономічний фестиваль з різноманітною культурною та розважальною програмою, що поєднує українські і закарпатські традиції та сучасні тенденції. Назва фестивалю — «палачінта» (від угорськ. «palacsinta»), що на закарпатському діалекті означає «млинець».

У програмі фестивалю: народні гуляння, концертна програма, веселі розваги та конкурси для дорослих і дітей; призи для сміливців, що вилізуть на стовп; традиційні закарпатські страви, дегустація напоїв, вина, меду, млинців, тощо; конкурс на найсмачніші млинці, нагородження переможців; тематичні фотозони; безпрограшна лотерея; файер-шоу, спалення чучела зимової «мари»; благодійні акції [15].

У Харкові проходив протягом 16-20 травня театральньо-урбаністичний фестиваль «Parade-fest». Програма фестивалю мала три напрямки: 1) освітня програма включала лекції

та воркшопи від театральних менеджерів, психологів, арт-терапевтів, режисерів; 2) урбан-програма – виставки, кінопокази, літературні вечори та перформанси; 3) шоу-кейс-програма – це 6 спектаклів, які показали театри з Києва, Харкова та Львова [24].

11-15 жовтня у Дніпрі відбувся музичний фестиваль «Австрійська осінь». Захід проводився за ініціативи Громадської організації «Суспільство друзів філармонії Дніпра». Перший та другий день концерту був присвячений Густаву Малеру та Еріху Корнгольду. На останньому концерті лунала музика Штрауса [20].

Висока концентрація проведення місцевих туристичних презентаційних заходів належить Львівській (31) та Івано-Франківській (24) областям (рис. 5.).

30 липня відбувався «Фестиваль у Бродівському замку» (м. Броди, Львівська область). Було проведено виставку картин місцевих майстрів, представлено екскурсію історичними місцями старовинного міста Броди. Відбулися виступи музичних колективів міст та сільських громад [14].

У Івано-Франківську на Міському озері з 6 по 8 липня проходив гастрофест «Станіславська Мармуляда». Було організовано веселі розваги, конкурси, парк атракціонів, виставку зброї, польову кухню від ветеранів АТО, виступи відомих гуртів міста та України, пінну вечірку, а також Open air. 7 липня учасники АТО провели міні-турнір з пляжного футболу, а 8 липня, під час останнього дня гастрофесту, український стронгмен Назар Павлів провів богатирський турнір. Цього ж дня відбувся конкурс приготування різних страв. Вхід був вільний [16].

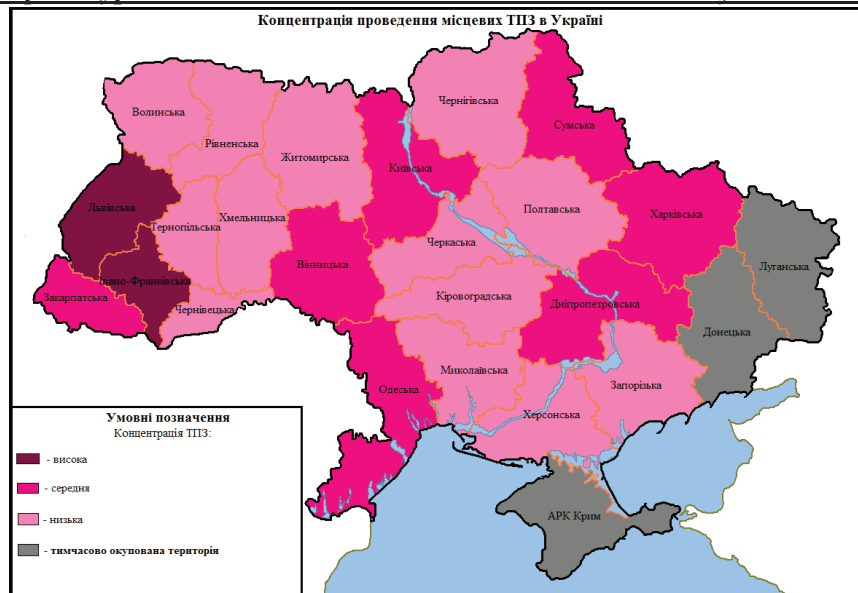


Рис.5. Концентрація проведення місцевих ТПЗ в Україні

Що стосується класифікації ТПЗ за цільовою аудиторією, то за нашими підрахунками у 2018 році в Україні відбулось і відбудеться 627 заходів для широкого кола відвідувачів, а 223 – для фахівців та відвідувачів.

Визначити та виділити за яким джерелом фінансування організуються та проходять ТПЗ важко, через відсутність публічної інформації про це.

За часом функціонування на території України відбуваються лише тимчасові та короткострокові ТПЗ. За нашими підрахунками у 2018 році в Україні відбулось і відбудеться близько 20 тимчасових і 830 короткострокових ТПЗ.

Що стосується проблем організації ТПЗ України, то, на жаль на сьогодні не всі регіони мають змогу у повному обсязі проводити туристичні презентаційні заходи. Значна кількість вітчизняних туристичних агентств, готелів та ін. не бере самостійної участі у зарубіжних туристичних презентаційних заходах не тільки через слабкий рівень менеджменту, вади маркетингу, обмежені економічні можливості. Головною причиною є побоювання самостійних дій, оскільки економічна підтримка з боку держави є надто слабкою, або її зовсім немає.

Важливу роль відіграє вартість участі підприємства-експонента у виставці (ярмарку). Ці суми можуть бути значними. Досвід закордонних фахівців показує, що для обчислення вартості участі необхідно помножити орендну плату за павільйон, стенд чи, у найгіршому разі, куток на коефіцієнт, який дорівнює 7-10. Так, наприклад, орендуючи невеличкий стенд у 20 м², треба мати на увазі, що вартість участі становитиме 17-24 тис. дол. США, якщо не

більше. Невеликі туристичні агентства не мають таких значних коштів для оплати стендів, тому участь у виставці (ярмарку) беруть великі туристичні оператори за свій рахунок, або за державні кошти, що буває вкрай рідко [10].

Також дуже проблемним питанням є недостатній розвиток виставкової інфраструктури, нестача сучасних виставкових центрів. Дуже часто виставки проводяться у непристосованих для цього приміщеннях. Ці фактори негативно впливають на імідж виставкової галузі економіки в Україні на внутрішніх та зовнішніх ринках. Цільова підтримка влади, включення виставкових центрів у перелік найважливіших об'єктів міської інфраструктури, режим максимальної сприяє вості у відведенні землі дозволить залучати необхідні інвестиційні ресурси для побудови в найбільших містах України сучасних виставкових центрів [6].

Крім того, Україна володіє значною кількістю історичних об'єктів, зокрема, фортець, замків та палаців. На території цих об'єктів можна проводити різноманітні презентаційні заходи, тим самим популяризувати культуру, звичаї та самі об'єкти, залучати відвідувачів та спонсорів.

Також, потрібно підвищити рівень виставкових послуг і сервісного обслуговування. Зокрема, використовувати Інтернет у таких напрямках: реклама, попередня реєстрація відвідувачів виставки, електронний документообіг, проведення віртуальних виставок.

Що стосується фестивалів, то існує ціла низка проблем, пов'язаних з їх проведенням. Зокрема, знов таки це недостатність фінансування. Наприклад, фестиваль «Rakovets Fest».

Вперше він відбувся 2014 у селі Раковець Львівської області. Відвідувачі заходу прогнозували фестивалю великі перспективи, проте у 2015 році подія так і не відбулась. Організатори фестивалю пояснили, що однією з головних причин є «важка економічна ситуація». Координатори заходу вирішили не робити захмарних цін, тому захід просто скасували.

На даний час, проблемою фестивалів є те що, більшість українців не готові платити за вхід. Тому вони готові відвідувати менш якісні, проте безкоштовні заходи, аніж платити за це гроші. Прикладом цього є фестиваль «Тарас Бульба», який з 1991 року відбувається у місті Дубно Рівненської області. Понад десятиліття захід традиційно проводили у центрі міста, проте, у 2012 році його було перенесено на стадіон «Спартак». Доки фестиваль існував на безкоштовній основі, його відвідували понад 5 тисяч людей. Проте, після перенесення фестивалю з центру міста на стадіон кількість відвідувачів зменшилась у два рази. Попри те, що ціни на квитки були цілком доступними. Вхід на трьохденний фестиваль коштував лише 50 гривень, а разовий – від 15 до 30 гривень.

Важливо розуміти, що за останні роки кількість закордонних туристів значно зменшилась, а тим самим і доходи у державу. Крім того, презентаційні заходи допомагають вирішити проблему сезонності, приваблюючи

туристів у період міжсезоння. Таким чином, підприємці отримують в «низький сезон» прибуток, інфраструктурні об'єкти не простоюють – їх експлуатація стає економічно вигідною, а навантаження на туристичну інфраструктуру стає рівномірнішим.

Підвищити ефективність організації та проведення ТПЗ можна за допомогою наступних заходів:

- 1) розроблення всеукраїнської стратегії участі і проведення туристичних презентаційних заходів;
- 2) розвиток виставкової інфраструктури за міжнародними стандартами, зокрема за стандартом ISO 25639;
- 3) підвищення рівня виставкових послуг і сервісного обслуговування;
- 4) залучення іноземних інвесторів;
- 5) стимулювання українських туроператорів, турагентів до участі у міжнародних туристичних презентаційних заходах.

Зокрема, для розроблення всеукраїнської стратегії участі і проведення туристичних презентаційних заходів, нами була проаналізована інформація Міністерства економічного розвитку і торгівлі щодо участі України у ТПЗ за межами держави [12]. Відповідно до цієї інформації, у 2018 році була запланована участь України у 17 ТПЗ поза межами держави (таблиця 1).

Таблиця 1.

Календар міжнародних туристичних презентаційних заходів, у яких запланована участь України у 2018 році

№	Назва виставкового заходу	Дата проведення	Місце проведення
1.	Міжнародна туристична виставка «22nd East Mediterranean International Tourism & Travel Exhibition»	25-28 січня	м. Стамбул (Туреччина)
2.	Міжнародна виставка туризму та активного дозвілля «ADVENTUR 2018»	26-28 січня	м. Вільнюс (Литва)
3.	Балтійська міжнародна туристична виставка - ярмарок туризму «Balttour 2018»	2-4 лютого	м. Рига (Латвія)
4.	24 Міжнародна туристична виставка «IMTM 2018»	6-7 лютого	м. Тель-Авів (Ізраїль)
5.	Міжнародний туристичний ярмарок «Międzynarodowe Targi Turystyczne Wrocław»	23-25 лютого	м. Вроцлав (Польща)
6.	52 Міжнародна туристична біржа «ITB Berlin 2018»	7-11 березня	м. Берлін (Німеччина)
7.	Міжнародна туристична виставка «Туризм. Дозвілля. Готелі»	29 березня - 1 квітня	м. Кишинів (Молдова)
8.	21 Міжнародний весняний ярмарок туристичних послуг	4-7 квітня	м. Мінськ (Білорусь)
9.	17 Міжнародна виставка «Туризм і подорожі»	5-7 квітня	м. Баку (Азербайджан)
10.	Міжнародна туристична виставка «COTTM 2018»	16-18 квітня	м. Пекін (Китай)

11.	КІТФ Казахстанська міжнародна туристична виставка «Туризм і подорожі»	18- 20 квітня	м. Алмати (Казахстан)
12.	Міжнародна виставка МІСЕ-індустрії «IMEX Frankfurt 2018»	15-17 травня	м. Франкфурт (Німеччина)
13.	Міжнародна туристична виставка «ITB China»	16 - 18 травня	м. Шанхай (Китай)
14.	Міжнародна туристична виставка «WTM London»	5-7 листопада	м. Лондон (Великобританія)
15.	Міжнародна туристична виставка «TT Warsaw»	23 - 25 листопада	м. Варшава (Польща)
16.	Міжнародна туристична виставка «IBTM World»	27-29 листопада	м. Барселона (Іспанія)
17.	Міжнародна туристична виставка «Travel Turkey Izmir»	7-10 грудня	м. Ізмір (Туреччина)

*Складено за даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [12].

За даними Державної служби статистики України на територію держави у 2017 році в'їхали 14,2 млн. іноземних громадян, із них із метою туризму 39 тисяч. Найбільше з метою

туризму Україну відвідало громадян Білорусі, Туреччини, Росії, Ізраїлю, Німеччини, Австрії, США, Швейцарії, Бельгії, Румунії (таблиця 2.).

Таблиця 2.

Кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну з туристичною метою відповідно до країни походження візитера

№	Країна	Кількість тис.
1.	Білорусь	17,0
2.	Туреччина	7,4
3.	Російська Федерація	4,8
4.	Ізраїль	2,7
5.	Німеччина	1,4
6.	Австрія	0,7
7.	США	0,6
8.	Швейцарія	0,3
9.	Бельгія	0,3
10.	Румунія	0,3

*Складено за даними Державної служби статистики [5].

На основі даної інформації, порівнюючи 2 таблиці, можна сказати, що стратегія участі України у ТПЗ за межами держави є не дуже правильною. Україна бере участь у ТПЗ 4 держав із 10 держав-донорів туристів.

Тому, ми пропонуємо доповнити календар участі України в туристичних презентаційних заходах, які відбуваються за кордоном, на подальші роки, заходами, що відбуваються в Австрії (Міжнародна туристична виставка Ferien-Wien Messe, м. Відень, січень, щорічно), Бельгії (Міжнародний туристичний салон Des Vacances, м. Брюссель, лютий, щорічно), Румунії (Міжнародна виставка Targul de Turism al Romaniei, м. Бухарест, листопад, щорічно), США (Міжнародна туристична виставка Travel EXPO, м. Нью-Йорк, квітень, щорічно), Швейцарії (Міжнародна туристична виставка Swiss International Holiday Exhibition, м. Лугано, листопад, щорічно). Так, як ці країни проявили найбільшу зацікавленість до України з поміж інших, та відвідали її, участь у заходах, які

проходять саме в цих країнах допоможе представити інші регіони України з притаманними їм видами туризму, що додатково може зацікавити та збільшити кількість туристів. Також участь у цих заходах, сприяє вивченню світового туристичного ринку, тенденцій, а також допомагає українським туроператорам та турагентам перейняти досвід у іноземних колег.

Крім того відповідно до щорічного звіту ВТО [25], найбільш подорожуючими націями світу є жителі Китаю, США, Німеччини, Великої Британії, Франції, Австралії, Канади, Росії, Південної Кореї, Італії. Тому ми додатково пропонуємо брати участь у ТПЗ цих країн – Китаю (Міжнародна туристична виставка SITE, м. Шеньчжень, лютий, щорічно), США (Міжнародна туристична виставка The New York Times Travel Show, м. Нью-Йорк, січень, щорічно), Великої Британії (Міжнародна туристична виставка World Travel Market, м. Лондон, листопад, щорічно), Франції (Міжнародна туристична виставка IFTM, м.Париж,

вересень, щорічно), Південної Кореї (Міжнародна туристична виставка KoTFA, м. Сеул, червень щорічно), Італії (Міжнародна туристична виставка ВІТ, м. Мілан, лютий, щорічно). Вважаємо не доцільними участь у ТПЗ Австралії, Канади (невелика вірогідність залучення туристів, значні витрати) і Росії (політичні і етичні причини). Зважаючи на те, що саме ці нації є найбільш подорожуючими, участь у ТПЗ цих країн, може допомогти у збільшенні кількості іноземних туристів, так як Україна дійсно володіє значною кількістю різноманітних туристичних ресурсів і кожен регіон є неповторним і самобутнім.

Висновки: Протягом останніх років в Україні склалася система туристичних презентаційних заходів, які класифікують за такими основними ознаками: за територіальною ознакою, за значимістю для економіки, за цільовою аудиторією, за джерелом фінансування, за часом функціонування.

Що стосується ТПЗ, які проводяться всередині держави, то у 2018 році відбулося та відбудеться 850 ТПЗ, із них 149 міжнародних, 129 всеукраїнських, 321 міжрегіональних та обласних, 249 районних заходів. Найбільша кількість заходів відбулася та відбудеться у Львівській, Київській, Закарпатській, Дніпропетровській, Харківській, Одеській областях. За цільовою аудиторією відбулось і відбудеться 627 заходів для широкого кола відвідувачів, а 223 – для фахівців та відвідувачів. Визначити та виділити за яким джерелом фінансування організуються та проходять ТПЗ важко, через відсутність публічної інформації

про це. За часом функціонування на території України відбуваються лише тимчасові та короткострокові ТПЗ. За нашими підрахунками у 2018 році в Україні відбулось і відбудеться близько 20 тимчасових і 830 короткострокових ТПЗ.

Що стосується проблем організації ТПЗ України, то, на жаль, на сьогодні не всі регіони мають змогу у повному обсязі проводити туристичні презентаційні заходи. Дуже проблемним питанням є недостатній розвиток виставкової інфраструктури, нестача сучасних виставкових центрів. Також, потрібно підвищити рівень виставкових послуг і сервісного обслуговування.

Що стосується фестивалів, то існує ціла низка проблем, пов'язаних з їх проведенням. Зокрема, знов таки це недостатність фінансування. На даний час, проблемою фестивалів є те що, більшість українців не готові платити за вхід. Тому вони готові відвідувати менш якісні, проте безкоштовні заходи, аніж платити за це гроші.

Перспективною є участь України в ТПЗ: Австрії, Бельгії, Великої Британії, Китаю, Німеччини, Південної Кореї, Румунії, США, Франції, Швейцарії.

Завдяки участі України у міжнародних ТПЗ розширюються ділові зв'язки між українськими та зарубіжними партнерами, українські фахівці знайомляться із передовим світовим досвідом для подальшого його втілення і розвитку туристичної індустрії в цілому, відбувається залучення іноземних туристів.

Література:

1. Багнюк О. Загальна характеристика туристичних презентаційних заходів / О. Багнюк. – Наукові записки Херсонського відділу Українського географічного товариства: Збірник наукових праць [Текст] / Відп. ред. Д. С. Мальчикова. – Херсон: ПП Вишемирський В.С., 2017. – Вип. 9. – С. 10-12.
2. Бандерштат [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://bandershtat.org.ua/bandershtat-2018-u-tsyfrah>.
3. Белявцев М.І. Інфраструктура товарного ринку / М.І. Белявцев, Шестопалова Л.В. – К.: Центр навч. літ., 2005. – С. 235-240.
4. Генкин Д.М. Масові свята / Д.М. Генкин. – М.: Просвещение, 1976. – С. 36-43.
5. Державна служба статистики [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/tyr/tyr_u/vig2017_u.htm.
6. Дурович А.П. Маркетинг у туризмі / А.П. Дурович. – М.: Новое знание, 2004. – С. 123-127.
7. Срьоменко-Григоренко О.А. Організаційно-економічний механізм управління господарською діяльністю підприємства / О.А. Срьоменко-Григоренко. – Донецьк, 2000. – 24 с.
8. Ільїна Е.Н. Туроперейтинг: організація діяльності / Е.Н. Ільїна. – М.: Фінанси та статистика, 2005. – С. 230-237.
9. Інформаційне агентство «УНІАН» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.unian.net>.
10. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій / Т.І. Лук'янець. – К.: КНЕУ, 2003. – С. 260-261.
11. Міжнародна виставка «ТурЕКСПО» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.galexpo.com.ua/turexpo>.
12. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>.
13. МоеМісто.UA [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://moemisto.ua>.
14. Офіційний сайт м. Броди [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.brodyhistory.org.ua/festyval-u-brodivskomuzamku>.
15. Офіційний сайт м. Ужгород [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://uzhgorod.in.ua/anonsi/2018/uzhgorods_ka_palachiinta_2018.
16. Тримай Курс [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kurs.if.ua>.

17. Фестиваль «Мирне небо» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.0564.ua/news/2083015/v-krivom-roge-v-den-konstitucii-proveli-pervyj-vseukrainskij-festival-mirnoe-nebo-foto>.
18. Фестиваль повітряних кул [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://osonnya.com/event/festivalpovitryanixkul>.
19. Французький інститут в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://institutfrancais-ukraine.com/news/printemps_francais.
20. Dnipro Philharmonic [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://philharmonic.com.ua/event/festyval-avstrijska-osin-shtraus-gala>.
21. Ukraine ITM [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukraine-itm.com.ua>.
22. Ukraine International Travel and Tourism [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.uitt-kiiev.com/uk-UA>.
23. Ukrainian Hospitality Awards [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.hospitalityawards.ua>.
24. VGORODE.UA [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://vgorode.ua>.
25. World Tourism Organization [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://marketintelligence.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2018>.

References:

1. Bahnyuk O. Zahal'na kharakterystyka turystychnykh prezentatsiynykh zakhodiv / O. Bahnyuk. – Naukovi zapysky Khersons'koho viddilu Ukrayins'koho heoграфичного tovarystva: Zbirnyk naukovykh prats' [Tekst] / Vidp. red. D. S. Mal'chukova. – Kherson: PP Vyshemyrs'kyu V.S., 2017. – Вуп. 9. – S. 10-12.
2. Bandershtat [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://bandershtat.org.ua/bandershtat-2018-u-tsyfrah>.
3. Byelyavtsev M.I. Infrastruktura tovarnoho rynku / M.I. Byelyavtsev, Shestopalova L.V. – K.: Tsentr navch. lit., 2005. – S. 235-240.
4. Henkyn D.M. Masovi svyata / D.M. Henkyn. – M.: Prosveshchenye, 1976. – S. 36-43.
5. Derzhavna sluzhba statystyky [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/tyr/tyr_u/vig2017_u.htm.
6. Durovych A.P. Marketynh u turyzmi / A.P. Durovych. – M.: Novoe znanye, 2004. – S. 123-127.
7. Yer'omenko-Hryhorenko O.A. Orhanizatsiyno-ekonomichnyy mekhanizm upravlinnya hospodars'koyu diyal'nisty u pidpryyemstva / O.A. Yer'omenko-Hryhorenko. – Donets'k, 2000. – 24 s.
8. Il'yina E.N. Turpereytnh: orhanizatsiya diyal'nosti / E.N. Il'yina. – M.: Finansy ta statystyka, 2005. – S. 230-237.
9. Informatsiye ahent'stvo «UNIAN» [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <https://www.unian.net>.
10. Luk"yanets' T.I. Marketynhova polityka komunikatsiy / T.I. Luk"yanets'. – K.: KNEU, 2003. – S. 260-261.
11. Mizhnarodna vystavka «TurEKSP0» [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://www.galexpo.com.ua/turexpo>.
12. Ministerstvo ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrayiny [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>.
13. MoyeMisto.UA [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <https://moemisto.ua>.
14. Ofitsiyny sayt m. Brody [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://www.brodyhistory.org.ua/festyval-u-brodivskomuzamku>.
15. Ofitsiyny sayt m. Uzhhorod [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: http://uzhgorod.in.ua/anonsi/2018/uzhgorods_ka_palachiinta_2018.
16. Trymay Kurs [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://kurs.if.ua>.
17. Festyval' «Myrne nebo» [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <https://www.0564.ua/news/2083015/v-krivom-roge-v-den-konstitucii-proveli-pervyj-vseukrainskij-festival-mirnoe-nebo-foto>.
18. Festyval' povitryanu kul' [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <https://osonnya.com/event/festivalpovitryanixkul>.
19. Frantsuz'kyu instytut v Ukrayini [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: https://institutfrancais-ukraine.com/news/printemps_francais.
20. Dnipro Philharmonic [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <https://philharmonic.com.ua/event/festyval-avstrijska-osin-shtraus-gala>.
21. Ukraine ITM [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://www.ukraine-itm.com.ua>.
22. Ukraine International Travel and Tourism [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://www.uitt-kiiev.com/uk-UA>.
23. Ukrainian Hospitality Awards [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://www.hospitalityawards.ua>.
24. VGORODE.UA [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <https://vgorode.ua>.
25. World Tourism Organization [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://marketintelligence.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2018>.

Аннотация:

Машкова О.В., Багнюк О.В. ПРОСТРАНСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ ПРОВЕДЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕЗЕНТАЦИОННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ УКРАИНЫ.

В деятельности туристического предприятия особое значение имеет популяризация отрасли через туристические презентационные мероприятия. На сегодняшний день биржи, выставки, премии, салоны, ярмарки - один из эффективных способов продвижения продукции и услуг турфирм на туристическом рынке. Фестивали способствуют туристическому развитию регионов, привлечению инвестиционных средств в инфраструктуру. Выставочное движение оживляется во всем мире. Растет количество бирж, выставок, премий, салонов, фестивалей, ярмарок расширяется их география и круг участников, разнообразнее направления. Сегодня проводятся специализированные выставки и салоны гостиничного и ресторанного хозяйства, спортивного, экологического, познавательного туризма, ярмарки и биржи туристического и спортивного снаряжения и тому подобное. Фестивали способствуют развитию туризма через презентацию потенциала страны, популяризации традиций, налаживанию международных отношений с представителями разных национальностей. За короткое время этот сегмент туристического рынка стал одним из самых мощных и стабильных. Проведение различных туристических презентационных мероприятий в стране способствует увеличению туристов, доходов и развития туристической отрасли в целом. Поэтому эта статья посвящена

туристическим презентационным мероприятиям. В статье обоснован термин «туристические презентационные мероприятия». Систематизированы классификации мероприятий. Сделаны подсчеты запланированных и проведенных туристических презентационных мероприятий на 2018 год. Осуществлен геопространственный анализ концентрации проведения туристических презентационных мероприятий на территории Украины по различным критериям. Определены основные проблемы и намечены перспективы повышения эффективности организации и проведения ТПЗ.

Ключевые слова: туристические презентационные мероприятия, туристическая выставка, туристическая ярмарка, фестивали, туристические биржи, туристические салоны, туристическая премия.

Abstract:

Mashkova O., Bahniuk O. SPATIAL ANALYSIS OF CARRYING OUT OF TOURIST PRESENTATION EVENTS OF UKRAINE.

In the activities of the tourist enterprise, the promotion of the industry through tourist presentation events is of particular importance. Today, exchanges, exhibitions, awards, salons, fairs - one of the most effective ways to promote products and services of travel agencies in the tourism market. Festivals contribute to the tourist development of the regions, attracting investment funds to the infrastructure. The exhibition movement is livening up all over the world. The number of exchanges, exhibitions, awards, salons, festivals, fairs is growing, their geography and the number of participants is expanding, more diverse directions. Today, specialized exhibitions and salons of hotel and restaurant industry, sports, environmental, educational tourism, fairs and exchanges of tourist and sports equipment and the like are held. Festivals contribute to the development of tourism through the presentation of the potential of the country, the popularization of traditions, the establishment of international relations with representatives of different nationalities. In a short time, this segment of the tourist market has become one of the most powerful and stable. The holding of various tourist presentation events in the country contributes to an increase in tourists, incomes and the development of the tourism industry as a whole. Therefore, this article is devoted to tourist presentation event. The article substantiates the term «tourist presentation events». Systematic classification of activities. The geospatial analysis of the concentration of tourist presentation events on the territory of Ukraine was carried out according to various criteria. Calculations of planned and conducted tourist presentation events for 2018 were made. The main problems of organizing and holding these events in Ukraine are identified.

Key words: tourist presentation events, tourist exhibition, tourist fair, festivals, tourist exchanges, tourist shops, tourism award.

Надійшла 05.11.2018р.

УДК 911.9"377"(477.8)

Святослав ЗЮЗІН, Ігор РОЖКО

ВИКОРИСТАННЯ ПОЛОНІНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПІШОХІДНОГО ТУРИЗМУ НА ПОЛОНІНАХ ЧОРНОГІРСЬКОГО МАСИВУ УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТ

Представлено результати польових досліджень у межах Чорногірського масиву Українських Карпат. Встановлено основні переваги та недоліки залучення полонин Чорногори до організації пішохідного туризму. На основі камеральних та польових робіт запропоновано та апробовано гірські маршрути полонинськими господарствами Чорногірського масиву.

Ключові слова: полонина, пішохідний туризм, Чорногора, ГІС-технології, дистанційне зондування Землі.

Високогірне полонинське господарство є традиційною галуззю Гуцульщини. Своєрідні традиції господарювання, сформовані століттями, важкі погодні умови та умови праці сформували унікальну культуру відгінного господарства. В радянську епоху полонини використовувались як осередки екстенсивного виробництва тваринницької продукції. Важкі умови праці, незадовільний стан господарської інфраструктури на полонинах, трудова міграція місцевого населення, нерентабельність в умовах української ринкової економіки високогірних господарств у цілому викликали занепад не лише на території Гуцульщини, а й у всьому Карпатському регіоні.

Проте воно й досі існує у традиційній

формі як дрібнотоварне виробництво для задоволення потреб гірських жителів у традиційній молочній продукції та частковому її продажі на ринку. Через полонини Гуцульщини проходять популярні карпатські туристичні маршрути, для яких об'єкти полонинського господарювання (житло гірських пастухів, приміщення для худоби, сакральні споруди), технологія виготовлення полонинської продукції, мають атракційне значення, а молочні продукти є предметом споживчого попиту туристів. У холодну пору року житло гірських пастухів, через відсутність туристичних притулків, використовується для ночівлі туристів. Тому поняття «полонина» і «туризм» на Гуцульщині нероздільні, хоча їхній зв'язок і має спонтан-