

The analysis of the supply ratio of this type of tourist-recreational resources as a basis for development of cognitive tourism was carried out. The proposed measures will allow to increase the role of these objects in the system of recognizable tourist routes, which in turn will allow to increase the number of tourists in Volyn, and thus to improve the financial condition and create a positive image of the region.

On the basis of the conducted research, it is worth creating training centers where anyone who wants to could learn the art of creating artistic folk crafts. It is necessary to consider the possibility of creating a network of specialized trade establishments that would specialize in the sale of souvenir products, the formation of orders for certain individual types of crafts or individual products, exclusive items, would contribute to the popularization of folk and applied arts, contain a base of masters of folk arts and crafts, conduct master classes, aimed at studying certain techniques of creating these products.

A very important component is the information and advertising policy in this field, which would be aimed at popularizing the cognitive aspect of the functioning of centers of artistic folk crafts. At the same time, in order to form a positive image of the region, it is necessary to inform the population and potential tourists with the help of cartographic material (in particular, interactive), printed products (booklets, flyers), mass media about these objects and locations.

The development of folk arts and crafts centers within the Volyn region is one of the most promising areas of the redevelopment of the territory, can create preconditions for the improvement of the environment design, increase the level of attractiveness of the territories for living, promote the accumulation of human potential.

Key words: folk arts, authentic products, cognitive tourism, creative industries, Volyn region

Надійшла 28.03.2023р.

УДК 338.48

DOI:<https://doi.org/10.25128/2519-4577.23.1.16>

Сергій ФОКІН, Оксана БЕРКОВА, Оксана БОРИСЮК, Марина БУТ

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ НІМЕЧЧИНИ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Німеччина пройшовши руйнацію Другої світової війни, відбудувала одну з найбільших у світі галузей туризму. Безумовно цей досвід важливий і для України. Україна впевнено прямує до європейської спільноти, але їй необхідно відповідати вимогам ЄС. Тому важливо вивчити досвід Німеччини, який допоможе знайти шляхи відбудови туризму в Україні.

Ключові слова: туризм, подієвий туризм, досвід, Україна, Німеччина.

Постановка науково-практичної проблеми, актуальність і новизна дослідження. З набуттям Україною у червні 2022 р. статусу країни-кандидата на членство в ЄС, вивчення специфіки туризму в кожній країні, що належить до ЄС, набуває особливого значення. Всесвітня туристична організація (UNWTO) вважає одним із найперспективніших напрямів розвитку галузі подієвий, або івент-туризм. Останніми роками поєднання відпочинку з відвіданням масових заходів стає дедалі популярнішим серед туристів. Щороку кількість подій зростає (хоча пандемія COVID-19 загальмувала, а широкомасштабна війна Росії проти України, гальмують даний процес), відповідно зростає і попит на подієві тури. В останній час подієвий туризм є одним з пріоритетних напрямів розвитку у Німеччині, завдяки великій кількості фестивалів, подій та масштабних свят. Досвід організації подієвого туризму Німеччини, та запровадження наявного досвіду в українських реаліях, дає можливість запропонувати нові шляхи до організації подієвого туризму в Україні.

Зв'язок теми статті з важливими науково-практичними завданнями. Дослідження

досвіду надання туристичних послуг, чинників, що впливають на привабливість подієвого туризму Німеччини, дає можливість використання цього досвіду для розвитку українського туризму, дозволяє науково обґрунтувати організацію турів з метою відвідування подій, заходів та свят.

Метою статті є дослідження досвіду організації подієвого туризму у Німеччині.

Завдання статті:

1. Схарактеризувати сучасний стан івент-туризму Німеччини.
2. Дослідити чинники впливу на стан та розвиток подієвого туризму Німеччини.
3. З'ясувати проблеми подієвого туризму Німеччини.
4. Окреслити перспективи розвитку подієвого туризму Німеччини.
5. Можливість використання проведеного дослідження у практичній та науковій діяльності.

Аналіз останніх публікацій за темою дослідження. В останні роки дослідженню подієвого туризму присвятили свої праці такі вчені, як В. Тищенко [4], В. Клочковська, О. Клочковський [1], R.L. Stokes [10], В. Олій-

ник, О. Шикіна [2], Н. Паньків, В. Мороз [3], С. Фокін [6,7,8], Т. Шелеметьєва [9], Л. Устищенко [5] та ін. В цих публікаціях досліджені питання стосовно створення та просування подієвих турів на території України, підвищення якості послуг, пов'язаних з проведенням та управлінням подій у туризмі, досліджено регіональні чинники розвитку подієвого туризму. Спираючись на досвід інших держав проведений аналіз стану подієвого туризму у світі, та перспектив його розвитку в Україні. Проте на даний момент залишається недостатньо дослідженим питання вивчення досвіду організації подієвого туризму у Німеччині.

Викладення основного матеріалу. Подієвий, або івент-туризм (event-tourism), з англійської перекладають як «подія», або «захід», зазвичай його трактують, як процес проведення запланованої соціально-суспільної події або заходу, що здійснюється в певний час с певною метою. Подія – є одним з найважливіших чинників мотивації туризму. Вплив подій на розвиток туристичних заходів значущий, тому що вони стимулюють відвідування тієї, чи іншої туристичної дестинації.

Івенти дають можливість розвитку для дестинацій, адже їх рекламна діяльність та просування залучають велику кількість нових потенційних туристів, які, в іншому випадку, просто не могли дізнатись про дану дестинацію або вважали її малопривабливою. Дана функція має особливо велике значення в низький сезон, коли туристична інфраструктура використовується лише на невеликий відсоток від потужності.

Зазначимо, що ми під подієвим туризмом розуміємо – 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 [5].

За даними UNWTO, на Європу припадає 50% світових туристів (744 млн туристів у 2020 р.) і вона є найбільш відвідуваним регіоном у світі. Франція займає перше місце як найпопулярніший туристичний напрямок, оскільки щороку її відвідує понад 80 мільйонів туристів, Німеччину відвідує – 37,5 млн туристів. На сьогодні ФРН на світовому туристичному ринку займає третє місце за популярністю в Європі. Сюди приїжджає майже кожен десятий мандрівник (9%) в від світового загалу. Таким чином, можна стверджувати, що Німеччина на даному етапі розвитку туризму дотримується багатовекторної політики і водночас розвиває як внутрішній, так і в'їзний туризм [11].

Туристи з різних країн світу щороку

відвідують фестивалі, виставки, аукціони та народні свята в цьому регіоні. До найбільш значущих культурних заходів у Німеччині, які належать до подійного туризму є кінофестиваль у Берліні, Міжнародний фестиваль короткометражних фільмів «Оберхаузен», карнавали та народні свята з багатовіковою історією у Кельні, «Райзен Гамбург» (туристичний ярмарок) тощо. Найчисленнішим серед них є пивний фестиваль Октоберфест у Мюнхені (7 млн відвідувачів), занесений до Книги рекордів Гіннеса як наймасовіше свято у світі. У цьому році за оцінками керівництва фестивалю, Октоберфест відвідали 5,7 мільйона гостей (у 2019 році: 6,3 мільйона) [12]. На вулицях території фестивалю було багато туристів зі США, Шотландії, Англії. Гості з Італії, Франції, Іспанії, Португалії, Аргентини та країн Східної Європи, таких як Хорватія та Україна, які із задоволенням відвідували різноманітні атракціони і, звичайно ж, споживали пиво Wiesen.

Велике місце у подієвому туризмі, займають спортивні заходи: літні та зимові Олімпійські ігри, чемпіонати світу та Європи з футболу, автоперегони «Формули 1» тощо. Вони збирають мільйони туристів. Подієвий туризм – напрямок дуже важливий для Німеччини. До найбільш помітних туристичних подій у Німеччині можна віднести:

1. Бременський карнавал;
2. Міжнародний кінофестиваль в Берліні;
3. Свято музики в Берліні;
4. Свято світла в Берліні;
5. Парад кохання (Love Parade);
6. Театралізований фестиваль Spierlart;
7. Міжнародний фестиваль пива Oktoberfest;
8. Фестиваль у Кьольні та ін.

Щорічно Німецька туристична асоціація (DWV) разом із членською асоціацією та регіональними партнерами організує Німецький день пішого туризму. Захід вважається найбільшим у Європі заходом, що пов'язаний з пішим туризмом. У 2022 року в Фелльбасі відбувся 121-й День німецького походу. Фелльбах, розташований біля підніжжя гори Каппельберг заввишки 470 метрів, став «Столицею Днів походів» і, отже, серцем Дня походів. Тут, і по всьому «Ремсталу» за п'ять днів на гостей чекали захоплюючі походи, жваві екскурсії, лекції, концерти та багато іншого. Крім того, DWV організував цікаві спеціалізовані конференції, засідання свого правління та щорічні загальні збори. Родзинкою похідного дня 2022 року стала церемонія відкриття та великий парад. У Німецькому дню походів, взяли участь близько 20 000 осіб [13].

Кільський тиждень. Це вітрильне змагання можна назвати одним із найцікавіших у Німеччині. Це не лише найбільша подія в світі парусного спорту і регат, а й найбільший літній фестиваль у Північній Європі. Кільський тиждень поєднує незліченну кількість вітрильних суден, величні старовинні кораблі. Тут можна побачити кораблі вікінгів, класичні яхти, шхуни, катери тощо. Щодня проводяться різноманітні анімаційні заходи присвячені водному туризму [14].

Фестивалі сучасної та класичної музики є найбільш популярними. Їхня мета популяризація національного та закордонного музичного продукту, розвиток культурного життя регіону та держави, створення масштабного майданчика для діалогу між виконавцями та аудиторією.

Для порівняння проаналізуємо наймасштабніші та найприбутковіші музичні фестивалі Німеччини в 2020 році (табл. 1) [15].

Таблиця 1

Фестивалі Німеччини в 2020 р.

Фестиваль	Місце проведення	Відвідувачі	Дохід, млн. дол. США
«Southside Festival» Фестиваль сучасної музики	Нойхаузен-об-Екк, Німеччина	62 100	11,9
«Hurricane Festival» Фестиваль сучасної музики	Шессель, Німеччина	62 693	11,3
Байройтський фестиваль класичної музики	Байройт, Німеччина	62 000	-

Джерело: [15]

Отже, з таблиці зрозуміло, що найбільші музичні фестивалі можна поділити на два типи: сучасної та класичної музики. Середній дохід фестивалів понад 11 млн доларів.

Гастрономічні фестивалі полягають в дегустації місцевих та національних страв, ознайомленні з традиціями та особливостями

споживання їжі. На фестивалі «Октоберфест» туристи дегустують не тільки різноманітні види пива, а й місцеву кухню. Це наймасштабніший гастрономічний фестиваль у світі. В країнах Західної Європи є два найбільш значущих фестивалі (табл. 2).

Таблиця 2.

Гастрономічні фестивалі Західної Європи 2019 р.

Фестиваль	Місце проведення	Відвідувачів, осіб
«Октоберфест»	Мюнхен, Німеччина	6 300 000
Фестиваль шоколаду «Salon du Chocolat»	Париж, Франція	100 000

Джерело: [12]

Подієвий туризм має велике економічне значення для розвитку країни. Під час проведення заходів спостерігається економічне зростання, а більшість суб'єктів господарювання задіяні в організації. Підвищений попит впливає на ціни на проживання та перевезення. Наприклад, під час проведення футбольних матчів ціни в готелях зростають на 30%. У Європі лідерами за кількістю закладів розміщення є Німеччина (понад 50 тис.), Швейцарія (понад 39 тис.) та Франція (понад 29 тис.). Найбільше

ліжко-місць представлено у Франції 5,1 млн та Німеччині 3,6 млн. За кількістю проведених ночей теж лідирують Франція і Німеччина – понад 446,6, та 437,0 млн [16].

Суттєве значення має туризм для створення нових робочих місць. На туристичну індустрію припадає 21 % людей, зайнятих у сфері послуг. Оскільки подієвий туризм тісно пов'язаний із суміжними сферами, наприклад транспортом, розглянемо питання зайнятості комплексно (табл. 3).

Таблиця 3.

Зайнятість в сфері туризму провідних країн Західній Європі

Країна	Сфера обслуговування	Туристична індустрія	Транспорт	Турагенції, туроператори	Пов'язані сфери
Німеччина	12 636 633	2 452 086	297 070	104 996	747 207
Франція	7 209 877	1 138 243	146 698	42 208	-

Джерело: [17]

Отже, Німеччина показує найвищі показники зайнятості у галузі туризму – 2,5 млн осіб. На другому місці Франція – 1,1 млн осіб. В турагенціях працює майже 105 тисяч осіб в Німеччині, понад 42 тисячі у Франції. У суміжних сферах зайнято 747 тисяч у Німеччині.

Глобальна епідемія Covid-19 негативно вплинула на динаміку розвитку туризму країн Західної Європи та на частку ВВП. Проаналізуємо яку частку туризм складає у провідних країнах Західної Європи (табл. 4).

Таблиця 4.

Частка туризму у ВВП %

Країна	2019	2020	Динаміка	2021	Динаміка до 2020
Німеччина	9,8	5,5	-4,3	6,4	0,9
Франція	8,5	4,7	-3,8	6,5	1,8

Джерело: [18]

Таким чином можна побачити, що епідемія сильно вплинула на туристичну галузь Німеччини та Франції. У той же час, Франція швидше відновлює свій туристичний ринок, що можливо пов'язано з використанням рекреаційних ресурсів країни. Отже, з таблиці зрозуміло, що частка туризму у ВВП суттєва у провідних країнах Західної Європи. До пандемії вона була від 8,5% у Франції, та 9,8% в Німеччині. У зв'язку з пандемією частка ВВП зменшилась. Це відбулось через карантинні обмеження. Подієвий туризм призупинився у розвитку, оскільки масштабні заходи були заборонені і тільки після закінчення активної фази пандемії, подієвий туризм поступово почав відновлювати свої позиції.

Аналізуючи розвиток подієвого туризму у Німеччині потрібно дослідити фактори, які позитивно та негативно впливають на розвиток цього виду туризму. Їх можна поділити на внутрішні і зовнішні за характером впливу на подієвий туризм. До зовнішніх належать ті, що пов'язані із державою та її становищем на міжнародній арені, а саме:

- стабільність економіки;
- політична стабільність;
- участь у міжнародних організаціях та відносини з іншими країнами;
- рівень взаємозв'язку з іншими економіками світу.

Внутрішні чинники пов'язані з економічними показниками, які характеризують соціальне та економічне становище:

- соціально-економічний розвиток країни: міграційні процеси, демографічні процеси, розвиток народного господарства;
- рівень життя населення: доходи, витрати, заощадження та умови життєдіяльності;
- соціально-політичний розвиток: громадський та політичний лад, особливості законодавства.

Для визначення перспектив розвитку подієвого туризму Німеччини, проведемо SWOT-аналіз переваг і недоліків подієвого туризму Німеччини. Він показує які слабкі та сильно сторони має дана сфера, характеризує загрози та можливості для її розвитку (табл. 5).

Таблиця 5.

SWOT-аналіз подієвого туризму Німеччини

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Наявність фінансових ресурсів для розвитку подієвого туризму. 2. Сприятливий помірний клімат. 3. Вигідне геотуристичне положення. 4. Значна кількість рекреаційних та історико-культурних ресурсів. 5. Різноманітність туристичних послуг. 6. Велика кількість туристичних організацій. 7. Розвинена туристична інфраструктура. 8. Великий потенціал для проведення релігійних подій. 9. Проведення заходів світового міжнародного рівня. 10. Багаторічний досвід проведення подієвих заходів. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостатня кількість закладів розміщення в окремих регіонах, для проведення масових заходів. 2. Обмежене застосування потенціалу сільських територій для розвитку подієвого туризму 4. Досить складна система управління туристичною галуззю. 5. Довготривале оформлення туристичної документації. 6. Можливість політичних загострень, під час війни в Україні

Можливості	Загрози
1. Розвиток різних елементів туристичної інфраструктури. 2. Збільшення кількості закладів розміщення. 3. Створення нових продуктів івент-туризму. 4. Збільшення інвестицій в проекти подієвого туризму. 5. Розширення туристичних послуг. 6. Зростаючий інтерес туристів до подій і заходів.	1. Збільшення конкуренції. 2. Економічні, політичні кризи та пандемії. 3. Зменшення попиту населення через зниження доходів. 4. Зменшення потоків туристів через карантинні обмеження та політичні чинники.

Джерело: розробка авторів

Отже, проаналізувавши сильні та слабкі сторони подієвого туризму Німеччини, ми можемо визначити головні чинники, які сприяють розвитку, та недоліки, які його стримують. Визначені недоліки можна ліквідувати розробивши ефективну політику на державному і регіональному рівні для співпраці органів влади та суб'єктів господарювання.

Німеччина знаходиться у вигідному транспортно-географічному розміщенні та має всі необхідні ресурси для розвитку подієвого туризму. Природно-кліматичні умови дозволяють проводити заходи в будь-яку пору року. Значна кількість санаторно-курортних закладів, суспільних та комерційних організацій дає змогу створювати та проводити нові заходи культурного, релігійного, спортивного та іншого спрямування. Великою перевагою є те, що у Німеччині періодично проводяться заходи світового рівня.

Недоліками є високі ціни на проживання та недостатність закладів розміщення для масових заходів в окремих регіонах країни. Основні загрози пов'язані із загостренням економічної ситуації та політичної ситуації. Країна втратила значні прибутки від скорочення авіа та залізничного перевезення, введення карантинних обмежень та підвищення витрат на медичну сферу. В результаті пандемії COVID-19 кількість туристів зменшилась більше ніж на 50%. Отже, державі потрібно організувати нові заходи подієвого туризму, та розробляти дієву стратегію залучення туристів, Саме розвиток подієвого туризму та рекреації стимулюватиме економічну активність, розвиток малого й середнього бізнесу, створить робочі місця в різних секторах економіки та збільшить потоки туристів.

Для того, щоб зрозуміти які є перспективи розвитку подієвого туризму у Німеччині потрібно врахувати вплив зовнішніх факторів. Для цього використаємо PEST-аналіз. Він дозволить зрозуміти ступінь впливу політичних, економічних, соціокультурних і технологічних чинників на подієвий туризм. Основні елемен-

ти середовища, в якому працюють туристичні організації є компонентами PEST-аналізу:

- технологічне;
- політичне та правове середовище;
- демографічні та культурні особливості;
- економічне становище;
- навколишнє середовище;
- технологічне оточення.

До політичних факторів можна віднести стабільність держави, політику розвитку громад та оподаткування. Економічними факторами є рівень зайнятості, вклад галузі у ВВП країни, інфляційні процеси. Соціокультурними є демографічні показники та доходи населення, спосіб життя, мобільність, рівень освіти тощо. До технологічних належать нові відкриття та розвиток технологій, витрати на дослідження з державного бюджету та рівень діджиталізації економіки.

Зміни зовнішнього середовища розвитку подієвого туризму вимагають суттєвих досліджень для розуміння подальшого розвитку цієї галузі. Пандемія внесла свої корективи в роботу туристичних організацій, тому ми внесли корективи в список цих факторів. PEST-аналіз дозволяє зрозуміти наскільки зовнішні зміни впливають на розвиток подієвого туризму. Чинники зовнішнього впливу проаналізовано з точки зору ресурсів, можливостей та переваг суб'єктів господарювання.

Ступінь впливу цих факторів визначався за експертною оцінкою. Для цього використано 5-бальну шкалу, де 5 – ознака виражена повністю, 1 – ознака недостатньо виражена. Беручи до уваги кризові явища, спричинені пандемією COVID-19 і карантинними заходами та війною в Україні, для визначення впливу факторів використовувались нестандартні ознаки (табл. 6).

Отже, з таблиці зрозуміло, що найбільший вплив на розвиток подієвого туризму здійснюють фактори:

- політичні: обмеження руху через кордони, запровадження візового режиму та наслідки COVID-19;

- економічні: низький рівень доходів населення через пандемію;
- соціальні: низький рівень освіти, культури та

- рівень зайнятості;
- технологічні: запровадження дистанційної форми надання послуг.

Таблиця 6

PEST-аналіз факторів, що впливають на подієвий туризм

Фактори	Оцінка	Ваговий коефіцієнт	Середня оцінка впливу фактору
Політичні (Political):			
Розвиток міжнародного партнерства в питаннях організації заходів подієвого туризму	3	0,03	4,2
Лояльність державного контролю сфери туризму	4	0,04	
Відкритість країни (обмежена для росіян)	4	0,04	
Обмеження руху через кордони, візовий режим (обмежена для росіян)	5	0,05	
Економічні (Economic):			
Зміна курсу валюти	5	0,05	3,9
Зміна рівня доходів населення через економічні чинники	5	0,05	
Рівень інфляції	4	0,04	
Підвищення зацікавленості до внутрішнього туризму через карантинні обмеження	4	0,04	
Податковий тиск на підприємства туристичної галузі	3	0,03	
Державна підтримка розвитку подієвого туризму	4	0,03	
Соціальні (Social)			
Рівень народжуваності та смертності	2	0,02	3
Освітній та культурний рівень населення	4	0,04	
Рівень урбанізації	3	0,03	
Рівень зайнятості населення	4	0,03	
Споживацькі очікування населення	2	0,03	
Науково-технічні фактори (Technical)			
Рівень наукових розробок та їх застосування в галузі	4	0,03	4,25
Використання сучасних технологій для обслуговування туристів	4	0,03	
Запровадження дистанційної форми надання послуг	5	0,05	
Запровадження систем самообслуговування клієнтів	4	0,05	

Джерело: розробка авторів

Від політичної стабільності та відкритості країни залежать обсяги потоків в'їзного туризму та підвищення іміджу країни як туристичної дестинації. Введення безвізового режиму сприятиме вільному пересуванню туристів між країнами Західної Європи. Водночас закритість країн, введення карантинних обмежень призупиняють розвиток подієвого туризму.

Коливання курсів валют спричиняють різницю цін на одні й ті ж послуги в'їзного та виїзного туризму. Інфляція та податковий тиск

впливає на підвищення цін в середині країни. Рівень доходів населення безпосередньо впливає на можливість подорожувати.

Демографічна ситуація впливає на збільшення кількості туристів. Рівень зайнятості призводить до підвищення доходу місцевого населення та відкриває нові можливості для відвідування заходів подієвого туризму. Рівень урбанізації впливає на інтенсивність туризму в регіоні. Від культурного та освітнього рівня залежить розвиток міжнародного туризму та

підвищення попиту на туристичні послуги. Використання новітніх технологій підвищує якість туристичних послуг та впливають на підвищення ефективності сфери подієвого туризму.

Отже, за підсумками PEST-аналізу можемо сказати, що кожен із факторів здійснює свій вплив на розвиток подієвого туризму. В першу чергу це фактори, пов'язані із ситуацією на туристичному ринку через пандемію. До прикладу, якщо країна знаходиться в «червоній зоні» карантину, туризм максимально обмежений, а масштабні заходи скасовуються. Можливість дистанційного обслуговування туристів завдяки розвитку новітніх технологій теж впливає на розвиток подієвого туризму. Так туристи можуть самостійно обирати події, бронювати квитки на них, житло, авіаквитки тощо.

Проведені SWOT та PEST аналізи дали змогу зрозуміти, можливості та загрози розвитку подієвого туризму та зовнішні фактори, які найбільше впливають на розвиток цього напрямку Німеччини. Визначено, що вона має усі необхідні ресурси для розвитку подієвого туризму. У майбутньому Німеччина може розши-

рювати цей напрямок туризму.

Карантинні обмеження пандемії COVID-19, скасували велику кількість заходів та подій. Це вплинуло як на туристичну галузь, так і на загальний економічний розвиток Німеччини. Перед нею постало завдання зберегти рентабельність організацій, які займаються організацією подій, не втратити імідж на міжнародній арені та відновити потоки туристів. Отже, потрібно розробити дієві заходи для вирішення цих проблем.

За результатами дослідження подієвого туризму в Німеччині, ми можемо зробити висновки, що цей вид туризму суттєво розвинений. У країні поширений фестивальний туризм: музичні, гастрономічні та кінофестивалі збирають мільйони туристів та приносять значні прибутки в економіку держав. Найбільш масштабними можна назвати гастрономічний фестиваль «Октоберфест», музичні фестивалі, Кьольнський та Гамбургський фестивалі. Періодично проводять спортивні та музичні заходи світового масштабу.

Вплив подієвого туризму на регіональну економіку (табл. 7).

Таблиця 7

Міжнародний досвід проведення масштабних подій та їх вплив на регіональну економіку Німеччини

Івент	Зміст заходу	Міжнародний досвід проведення	Організаційні функції	Вплив на економіку
Карнавали	Свято, супроводжується вуличною ходою, маскарадом. Театралізовані вистави вуличних артистів.	Різноманіття декорацій та атрибутики карнавалів, різні атракції для зацікавленості туристів.	Регіональний рівень. Усі функції з організації та проведення заходів	Велика кількість туристів дає надходження в регіон, сприяє формуванню туристичного іміджу регіону.
Гран-прі «Формула 1»	Чемпіонат світу з кільцевих автоперегонів; найдорожчий та високотехнологічний вид автогонок. Складається з етапів, які проводяться на спеціально побудованих трасах чи підготовлених вулицях міст.	У кожному Регіоні свої особливості — облаштовуються унікальні траси, формується програма для учасників та гостей-туристів. Формула-1 є найдорожчим спортом у світі.	Міжнародний рівень - визначення правил проведення, фінансова підтримка. Національний - Будівництво трас, стадіонів, підтримка правопорядку. Регіональний - Підготовка вулиць, ресторанів, закладів розміщення	Перегони забезпечують рівномірне завантаження готелів і продовжують туристичні сезони. Розвиток регіону завдяки проведенню у ньому відомої події
Октоберфест	Один із найбільших у світі ярмарків. Є важливою частиною	Обов'язковий парад броварень та церемонія відкриття свята. Різноманітність	Регіональний - підготовка традиційного місця-майданчика «Луг Терези»	Дає близько мільярда євро обороту. Підвищується зайнятість

	баварської культури. Наявність великої кількості атракціонів.	вибору для відвідувачів. Розробляються індивідуальні сувеніри.	будівництво карусель, організація торгівлі, підтримка правопорядку.	населення. Популяризація регіону і традицій.
--	---	--	---	--

Джерело: розробка авторів

Оскільки Німеччина є одним з лідерів в західноєвропейському регіоні у галузі туризму, розглянемо систему регулювання цієї сфери та як вона впливає на розвиток подієвого туризму.

У Німеччині організацією туристичної діяльності займається Національний комітет з туризму. Це національна організація, яка просуває туризм Німеччини на міжнародному рівні та діє за дорученням уряду. Одне із завдань комітету – розвиток внутрішнього туризму. Організації такого типу створюють програми підтримки туризму в різних регіонах країни. Вони відповідають за збереження пам'яток архітектури, екологічну ситуацію, займаються покращенням інфраструктури туризму, розвитком курортів та соціального туризму.

Крім цього, такі організації займаються регіональним маркетингом, який спрямовано на створення привабливого іміджу туристичного регіону та, відповідно, на регулювання попиту конкретного територіального туристичного продукту. На місцевому рівні організації займаються розвитком різних видів туризму в регіонах. Основна відмінність полягає в тому, що визначити державну і приватну сторони діяльності цих організацій досить важко [8].

У лютому місяці 2022 року Росія почала загарбницьку війну проти України. Мільйони українців були змушені покинути Батьківщину, рятуючи дітей, жінок, людей похилого віку.

Нині в Німеччині зареєстровано понад мільйон біженців з України. Федеральний міністр внутрішніх справ Ненсі Фезер на 10 жовтня, назвала порталу новин T-Online цифру в 1 002 763 осіб. «Ми врятували життя багатьох жінок і дітей з України, сказала політик. Досі ми успішно справляємось з цим величезним завданням». З усіх біженців з України близько 65,7% становлять жінки та дівчата. Близько 37% – діти та молоді люди віком до 18 років [18].

До червня 2022 року проїзд у наземному транспорті для українців був безкоштовним. У період з червня до вересня місяця, німецьке уряд для економії палива вводив пільговий проїзд для всіх категорій мешканців Німеччини. За 9 євро на місяць, можна було їхати всією територією держави. Безумовно можна сказати, що сотні тисяч українців скористалися такою нагодою познайомитися зі країною, яка

надала їм прихисток. Знайомству з історичними пам'ятками, культурним надбанням Німеччини сприяло і безкоштовне відвідування більшості музеїв. Це стосується і відвідування різноманітних регіональних, міських подієвих та святкових заходів.

Висновки. Таким чином, подієвий туризм має не лише культурне, а й соціально-економічне значення для розвитку туризму у Німеччині. Найбільш популярними є музичні, гастрономічні фестивалі, спортивні події та кінофестивалі. Уряд країни активно підтримує розвиток цього виду туризму, оскільки це призводить до збільшення надходжень у місцевий бюджет. Подієвий туризм є ефективним інструментом для формування позитивного іміджу в країні та світі. На сьогодні ФРН на світовому туристичному ринку займає третє місце за популярністю в Європі. Сюди приїжджає майже кожен десятий мандрівник (9%) в від світового загалу. Таким чином, можна стверджувати, що Німеччина на даному етапі розвитку туризму дотримується багатовекторної політики і водночас розвиває як внутрішній, так і виїзний туризм. У Німеччині проводиться активна робота з впливовими ЗМІ та журналістами, запрошеними для популяризації подієвого туризму, які створюють рекламно-інформаційну продукцію, для поширення інформації про події та заходи. У кожній федеральній землі Німеччини створений зведений календар, в якому вказані дати та місця проведення заходів подієвого туризму. Місцева влада підтримує створення інформаційно-аналітичних туристських центрів в атрактивних дестинаціях. Проводиться інвестування в туристичну освіту, виникають нові онлайн-формати навчання.

Ще один важливий момент – фінансування проектів подієвого туризму. У повоєнній Україні необхідно буде визначити всі можливі джерела отримання коштів для відновлення та відбудови туристичної галузі. І в цьому питанні потрібно буде вивчати досвід провідних туристичних країн, активно співпрацювати з державами, та великими туроператорами Європейського Союзу. Німеччина пройшовши руйнацію другої світової війни, відбудувала одну з найбільших у світі галузей туризму.

Перспективи використання результатів дослідження. Наведені тут положення та

аргументи, на наш погляд, підтверджують важливість досвіду ФРН для України. Німеччина одна з країн світу, яка підтримала і надала як воєнну, так і фінансову допомогу Україні, під

час загарбницької війни росії проти України. Тому важливо вже зараз вивчати досвід Німеччини, та шукати шляхи залучення відбудови туризму в Україні.

Література:

1. Ключковська В. О., Ключковський О. В. Стан та перспективи розвитку подієвого туризму у Вінницькій області // Економіка і організація управління. Донецьк, 2019. Вип. 1. (33). С. 110–115.
2. Олійник В. В., Шикіна О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України // Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаїв, 2016. Вип.14. С.487-490
3. Паньків Н. С., Мороз В. Р. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні на прикладі розробленого івент-туру «Відкрий для себе Покуття» // Науковий вісник НЛТУ України. Львів, 2018. Вип. 5. С. 78-82.
4. Тищенко П. В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. Ужгород, 2011. Вип.33. Ч. 4. С. 124 – 128.
5. Устименко Л. М. Подієвий туризм як історико-культурне явище //Культура і сучасність. 2013, Вип. 1. С.88-92.
6. Фокін С. П., Сукач П. В., Особливості розвитку подієвого туризму Південно-Східної Азії //Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики: матеріали міжн. наук.прак. конф. Київ : НАУ, 2020. Том 5. С. 890 - 893
7. Фокін С. П. Міжнародний гральний бізнес як чинник розвитку туризму // Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики: матеріали міжн. наук.прак.. конф. Київ : НАУ, 2020. Том 4. С. 143 - 151
8. Фокін С. П. Особливості івент-туризму Німеччини. // Туристичне регіонаознавство: матеріали наук.-прак. семінару кафедри міжнародного туризму та країнознавства Національного авіаційного університету : збірник тез. Київ : НАУ, 2022. С. 50 - 55.
9. Шелеметьева Т. В. Управління розвитком туризму в Україні в умовах трансформації національної економіки. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. URL: https://tourlib.net/aref_tourism/shelemetieva.pdf.
10. Stokes R.L. Inter-Organisational Relationships for Events Tourism Strategy Making in Australian States and Territories. Griffith University, 2004. URL: https://opus.lib.uts.edu.au/bitstream/10453/19799/1/Robyn_Stokes_thesis.pdf.
11. International Tourism Highlights 2021. URL: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456_10
12. Oktoberfest Final Report. URL:<https://www.oktoberfest.de/en/magazine/oktoberfest-news/2022/the-official-oktoberfest-review-2022>
13. Deutscher Wandertag. URL:<https://www.wanderverband.de/termine/deutscher-wandertag>
14. Kieler Wochehttps. URL: <https://www.kieler-woche.de/index.php>
15. Official website of the publication «Pollstar». URL: <https://www.pollstar.com/>
16. Tourist accommodation establishments, 2019. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Tourist_accommodation_establishments_2019.png
17. Tourism industries – employment. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_industries_employment#Te
18. [tourism_industries_employ_over_13_million_people_in_the_EU](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_industries_employment#Te)
19. Travel and tourism in Europe. URL: <https://www.statista.com/statistics/1228395/travel-and-tourism-share-of-gdp-in-the-eu-by-country/>

Refernces:

1. Klochkovska V. O., Klochkovskiy O. V. Stan ta perspektivy rozvytku podiievoho turyzmu u Vinnytskii oblasti // Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia. Donetsk, 2019. Vyp. 1. (33). S. 110–115.
2. Oliinyk V. V., Shykina O. V. Suchasnyi stan ta perspektivy rozvytku podiievoho turyzmu na terytorii Ukrainy // Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. Mykolaiv, 2016. Vyp.14. S.487-490
3. ankiv N. Ye., Moroz V. R. Suchasnyi stan ta perspektivy rozvytku podiievoho turyzmu v Ukraini na prykladi rozroblenoho ivent-turu «Vidkryi dlia sebe okuttia» // Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy. Lviv, 2018. Vyp. 5. S. 78-82.
4. Tyshchenko P. V. Teoretychni aspekty ta rozvytok podiievoho turyzmu rehionu // Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Serii Ekonomika. Uzhhorod, 2011. Vyp.33. Ch. 4. S. 124 – 128.
5. Ustymenko L. M. Podiievyi turyzm yak istoryko-kulturne yavyshe //Kultura i suchasnist. 2013. Vyp.1. S.88-92.
6. Fokin S. P., Sukach P. V., Osoblyvosti rozvytku podiievoho turyzmu Pivdenno-Skhidnoi Azii //Suchasni mizhnarodni vidnosyny: aktualni problemy teorii i praktyky: materialy mizhn. nauk.prak. konf. Kyiv : NAU, 2020. Tom 5. S. 890 – 893
7. Fokin S. P. Mizhnarodnyi hralnyi biznes yak chynnyk rozvytku turyzmu // Suchasni mizhnarodni vidnosyny: aktualni problemy teorii i praktyky: materialy mizhn. nauk.prak.. konf. Kyiv : NAU, 2020. Tom 4. S. 143 – 151
8. Fokin S. P. Peculiarities of event tourism in Germany. Tourist regional studies: materials of the scientific and practical seminar of the department of international tourism and country studies of the National Aviation University: a collection of the
9. Shelemetieva T. V. Upravlinnia rozvytkom turyzmu v Ukraini v umovakh transformatsii natsionalnoi ekonomiky. Avtoreferat dysertatsii na zdobuttia naukovoho stupenia doktora ekonomichnykh nauk. URL:https://tourlib.net/aref_tourism/shelemetieva.pdf.
10. Stokes R.L. Inter-Organisational Relationships for Events Tourism Strategy Making in Australian States and Territories. Griffith University, 2004. URL: https://opus.lib.uts.edu.au/bitstream/10453/19799/1/Robyn_Stokes_thesis.pdf.
11. International Tourism Highlights 2021. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456>
12. Oktoberfest Final Report. URL:<https://www.oktoberfest.de/en/magazine/oktoberfest-news/2022/the-official-oktoberfest-review-2022>
13. Deutscher Wandertag. URL:<https://www.wanderverband.de/termine/deutscher-wandertag>
14. Kieler Wochehttps. URL: <https://www.kieler-woche.de/index.php>
15. Official website of the publication «Pollstar». URL: <https://www.pollstar.com>
16. Tourist accommodation establishments, 2019. URL:https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Tourist_accommodation_establishments_2019.png

- explained/index.php?title=File:Tourist_accommodation_establishments,_2019.png
17. Tourism industries – employment. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_industries_employment#Te
2. [tourism_industries_employ_over_13_million_people_in_the_EU](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_industries_employment#Te)
18. Travel and tourism in Europe. URL: <https://www.statista.com/statistics/1228395/travel-and-tourism-share-of-gdp-in-the-eu-by-country>

Abstract:

Serhii FOKIN, Oksana BERKOVA, Oksana BORISYUK, Maryna BUT. EVENT TOURISM IN GERMANY: EXPERIENCE FOR UKRAINE

The article describes and analyzes the event tourism in Germany, in particular its component and geographical structure. It is also possibilities of using German experience for Ukraine are highlighted.

Germany, which suffered a total economy destruction after the Second World War, rebuilt one of the world's largest industries of tourism. This experience is extremely important and relevant for modern Ukraine, which is confidently heading towards EU membership.

The analysis of researched topic latest publications was carried out and it were established insufficient coverage of this issue in domestic scientific literature. Therefore, the purpose of the article is to study the experience of organizing event tourism in Germany.

The main tasks of the article are formulated as follows: to characterize the current state of event tourism in Germany; to study the factors influencing the state and development of event tourism in Germany; to find out the problems and outline the prospects for the development of German's event tourism; to describe the possibility of using the conducted research in tourism industry practice and science.

Note that in the article understand event tourism as a trip with the purpose of participating in or observing a certain event (carnival, festival, holiday, ceremony, sports competition or natural phenomenon, etc.), which requires the availability of appropriate tourist resources and special training.

Event tourism plays an important role in the development of the country's economy and the creation of new job places. The current research is based on international statistics, in particular UNWTO statistics. Thus, it was established that Germany is one of the leaders among European countries in tourism industry development, including event tourism.

The COVID-19 pandemic had a negative impact on the event tourism development dynamics. Nowadays, there are a number of restrictions, but the industry is rapidly recovering.

External and internal factors that positively and negatively affect the development of event tourism in Germany have been studied.

The German's event tourism SWOT-analysis were carried out to determine development prospects, based on advantages and disadvantages

A PEST-analysis was used for a detailed parsing of the external factors influence. The degree of these factors impact was determined by the method of expert evaluation on a 5-point scale. In particular, it was established factors that have the greatest impact on the event tourism development. They are:

- political: restriction of movement across borders, introduction of visa regime and consequences of COVID-19;
- economic: low level of income of the population due to the pandemic;
- social: low educational level, culture and level of employment;
- technological: introduction of a remote form of service provision.

Thus, event tourism has not only cultural, but also socio-economic significance for the development of tourism in Germany. The most popular are music, gastronomic and film festivals, as well as sports events. The country's government actively supports the development of this tourism type, as it leads to an increase in revenues to local budgets and is an effective tool for forming local and global positive image.

Summarizing the results of the study are presented in the article, confirm the importance of Germany experience for Ukraine and can be used in practice.

Keywords: tourism, event tourism, experience, Ukraine, Germany

Надійшла 25.04.2023р.