**Міністерство освіти і науки України**

**Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя**

**Факультет природничо-географічних і точних наук**

**Кафедра географії, туризму та спорту**

Освітньо-професійна програма

Географія рекреації та туризму

зі спеціальності 103 Науки про Землю

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття освітнього ступеня магістр

**подієвий туризм в україні**

*Студента:*Якущенка Максима Сергійовича

*Науковий керівник:* Барановська Ольга Віталіївна,

канд. геогр. наук, доцент

*Рецензент*: Філоненко Юрій Миколайович,

канд. геогр. наук, доцент

*Рецензент:* Зеленська Олена Олександрівна,

канд. екон. наук, професор, завідувач кафедри туризму Національного університету «Чернігівська політехніка»

Допущено до захисту

в. о. зав. кафедри географії,

туризму та спорту, доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В. В. Остапчук

Ніжин – 2021

**АНОТАЦІЯ**

Якущенко М. С. «Подієвий туризм в Україні», кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальност «103 Науки про Землю» Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя, м. Ніжин, 2021 рік.

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів. Загальний обсяг роботи становить 61 с., у тому числі 6 таблиць, 4 рисунки, список використаних джерел – 30 найменувань.

**Об’єкт дослідження:** подієвий туризм.

У роботі здійснено дослідження стану, проблем та перспектив розвитку подієвого туризму в Україні та світі

**Запропоновано** перспективні напрямки розвитку подієвого туризму в Україні.

**Ключові слова:** туристичні тренди, туроператор, прогнози, практика у туризмі, технологічні інновації, товарні інновації, туристичні потоки.

**АNNOTATION**

# Yakushchenko MS "Event Tourism in Ukraine", qualification work for a master's degree in "103 Earth Sciences" Nizhyn State University named after Nikolai Gogol, Nizhyn, 2021.

# Qualification work consists of three sections. The total volume of work is 61 pages, including 6 tables, 4 figures, a list of used sources - 30 items.

# Object of research: event tourism

# The study of the state, problems and prospects of event tourism in Ukraine and the world is carried out in the work.

# Ways to develop the development of event tourism in Ukraine and solve problems that hinder the development of event tourism in Ukraine and the world are proposed.

# Key words: tourist trends, tour operator, forecasts, practice in tourism, technological innovations, commodity innovations, tourist flows.

**ЗМІСТ**

[ВСТУП](#_bookmark0) 4

1. [Теоретико-методичні підходи до вивчення подієвого туризму](#_bookmark1)7
   1. [Поняття про подієвий туризм](#_bookmark2) 7
   2. Види і напрямки подієвого туризму 10
   3. Основні методичні підходи до вивчення особливостей подієвого туризму18

Висновки до розділу 1 20

1. Історія розвитку та сучасний стан подієвого туризму в світі 21
   1. [Історія](#_bookmark6) розвитку подієвого туризму 21
   2. Сучасний стан подієвого туризму у світі26

Висновки до розділу 2 37

1. [Подієвий туризм в Україні](#_bookmark9) 39
   1. [Види подієвого туризму в Україні](#_bookmark10) 39
   2. Географія подієвого туризму в Україні 45
   3. Проблеми та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні49

Висновки до розділу 354

[ВИСНОВКИ](#_bookmark13) 56

[СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ](#_bookmark14) 59

# ВСТУП

**Актуальність дослідження** визначається все більшою роллю подієвого туризму у світі. Даний вид туризму зародився ще з античних часів. Тому його можна вважати одним із найдавніших видів туризму. Проте дослідження цього виду туризма почалося лише сорок років тому. Зважаючи на це, суспільно-географічне вивчення і дослідження об’єктів подієвого туризму на данний момент є актуальним. Подієвий туризм має величезний не використаний потенціал, що дає йому можливість розвиватись і стати передовим серед інших видів туризму.

**Об’єкт дослідження** – подієвий туризм.

**Предмет дослідження** – географічні аспекти розвитку видів подієвого туризму.

**Мета роботи**: вивчення особливостей подієвого туризму та специфіки його поширення у світі та в Україні.

Для досягнення мети дослідження були вирішені наступні **завдання**:

* + 1. на основі опрацювання теоретичного матеріалу розкрити сутність поняття подієвий туризм та історичні особливості його розвитку;
    2. дослідити рівень ресурсного забезпечення та сучасного стану подієвого туризму у світі;
    3. встановити територіальних особливостей поширення головних об`єктів подієвого туризму в Україні та світі;
    4. вивчити передумови розвитку та географії подієвого туризму на території України;
    5. визначити перспективних напрямків розвитку подієвого туризму в Україні та світі;
    6. розкрити вплив пандемії на розвиток подієвого туризма.

**Методи дослідження та джерельна база.** Для реалізації поставленої метибула опрацьована значна кількість літературних джерел, а також джерел з мережі Інтернет. Під час написання магістерської роботи були використані праці вітчизняних та зарубіжних науковців та фахівців у сфері подієвого туризму, зокрема: A.B. Бабкіна, Д. Гетца, С. Дамма, Лемера, A.A. Назимко, М. Сондера, У. Хальцбаура, А.В. Шумовича та інших.

У процесі дослідження застосовувались наступні **методи**: аналітичний метод, що дає можливість розширення поняттєво-категоріального апарату; історико-культурний метод як основа аналізу закономірностей культурного процесу; картографічний метод – опис карт, що дає змогу прослідкувати географію подієвого туризму; описовий метод – збір інформації щодо теми магістерської роботи, її наступний аналіз та виклад даних і їх характеристик; літературний метод – вивчення літератури з теми дослідження; бібліометричний метод, методи аналізу та синтезу, за допомогою яких було відібрано і проаналізовано різні літературні джерела, узагальнено досвід інших науковців, їх роль в галузі подієвого туризму; метод порівняння – за допомогою якого порівнювалась подібність чи відмінність видів подієвого туризму; статистичний метод застосовується для збирання, обробки та аналізу статистичної інформації; методи індукції та дедукції; генетичний метод; історичний та ретроспективний методи; метод історико-географічних зрізів, який передбачає всебічний аналіз подієвого життя суспільства; метод спостереження; експертний метод, основою якого є метод бальної оцінки; описовий та порівняльний методи дослідження; балансовий метод; метод ранжування та метод узагальнення.

**Наукова новизна** полягає в тому, що в даній магістерські роботі було проаналізовано туристичний потенціал подієвих видів туризму як в Україні так і в світі, досліджено вплив пандемії на подієвий туризм в Україні та світі.

**Теоретичне і практичне значення.** Результати даної магістерської роботи можуть бути використані в курсі «Економічна та соціальна географія України» як для учнів загальноосвітніх шкіл, так і для студентів вузів.

**Особистий внесок автора.** Кваліфікаційна робота є самостійним науковим дослідженням.

**Публікації.** За результатами проведеного кваліфікаційного дослідження опубліковано тези доповіді, зокрема: Подієвий туризм в Україні та світі: матеріали VІ Всеукраїнської конференції молодих науковців «Сучасні проблеми природничих і точних наук». Ніжин: «Наука-сервіс», 2021. С. 52-53.

**1. Теоретико-методичні підходи до вивчення подієвого туризму**

**1.1. Поняття про подієвий туризм**

Вивчення подієвого туризму необхідно почати з підходів до його визначення. Термін «подієвий туризм» вперше з'явився в 80-х роках в Європі і був вперше використаний департаментом туризму та громадськості Нової Зеландії. Будучи спочатку частиною таких видів туризму, як гастрономічний, ділової та пригодницький. Пізніше він виділився в окрему галузь туризму. В Україні подієвий туризм почав розвиватися зовсім не давно.

У світовій практиці для позначення терміна «подієвий туризм» використовують термін «event tourism» (від англ. Event – подія або спеціальний захід). «Подія», «захід», або «івент» має чимало значень: як соціально-культурних, так і філософських. Але в контексті даної магістерськой роботи розглядається безпосередньо соціально-культурне значення. В українській мові вживається варіант - івент, або аналоговий переклад – подія (захід). Таким чином, еvent (подія) – це запланований соціально-громадський захід, який відбувається в певний час і з певною метою, і має обумовлений резонанс в суспільстві [4].

Важливо відзначити, що сьогодні існують різні підходи до визначення даного поняття. Так, на думку С.В. Булганіної, подієвий туризм – це напрямок туризму, в якому туристичні поїздки приурочені до якихось певних заходів [6]. У свою чергу, інший дослідник Д. Артюх вважає, що подієвий туризм – це вид туристичної діяльності, що приваблює туристів різноформатними громадськими заходами культурного або спортивного життя, які сприяють розвитку інфраструктури туризму, інтеграції різних верств суспільства і формування позитивного іміджу території [1].

Але, на жаль, в даний час немає чіткого визначення подієвого туризму. Вважається, що назва «подієвий» говорить сама за себе. Найбільш об'ємним і, найбільш вдалим є визначення класика туристської літератури М.Б. Біржакова: «Подієвий туризм – це значна частина культурного туризму, орієнтована на відвідування зони відпочинку в певний час, пов'язане з якою-небудь подією в житті спільноти чи суспільства, рідко спостерігається природним явищем» [5].

Виходячи з вище сказаного, більш прийнятним, коротким і лаконічним можна вважати визначення, яке стверджує, що подієвий туризм – це поїздки з метою задоволення потреби у відвідуванні будь-якого заходу.

Узагальнюючи представлені визначення «подієвий туризм» важливо зазначити, що основним ресурсом для даного виду туризму є подія. Подія – комплекс явищ, що виділяються своєю важливістю для суспільства або людства в цілому, для малих груп або індивідуумів, а також характеризуються коротким періодом свого існування. Для відвідувачів події і його учасників ­­­­­– це отримання культурного досвіду, знайомство з традиціями певної місцевості, спосіб проведення дозвілля [6].

Найважливішим чинником є ​​саме івент (подія), так як він і визначає маркетингові плани і роботу всіх інших компонентів подієвого туризму. Як вже було вище зазначено, подія може бути разовим явищем або ж періодичною: щорічно або в певні періоди часу (раз в декілька років).

Туристична галузь активно використовує різні події для формування пропозицій для туристів і залучення великої кількості людей саме на подію. Як правило, ключовим моментом при формуванні даної пропозиції є завчасне планування і інформування, так як учасники подієвих заходів можуть пред'являти підвищені вимоги до засобів розміщення, організації харчування, транспортного обслуговування, екскурсійного обслуговування та особливо до послуг гідів-перекладачів [14].

Якщо в житті туристичного регіону немає події, сформованої історично як традиції, то її організовують спеціально, тобто створюють штучно. Отже, в даному випадку ключовим моментом буде проведення PR-кампанії по просуванню туристичного продукту, орієнтованого на подію, залучення великої кількості відвідувачів, не тільки місцевих жителів, а й туристів із сусідніх регіонів, які бажають стати безпосереднім учасником заходу.

Що ж стосується цільової аудиторії подієвого туризму, то, на думку А.В. Бабкіна: «... це забезпечені туристи з доходом вище середнього, а також компанії, що складаються з декількох пар» [3]. Вельми дуже складно погодитися з А.В. Бабкіним, який, в основному, характеризує аудиторію подієвого туризму, як людей заможних, які відвідують покази мод, аукціони, форуми світового масштабу або заходи міжнародного рівня. Якщо звернутися до таких масових заходів, як пивні або гастрономічні фестивалі, ярмарки, то картина трохи зміниться. Яскравим прикладом може послужити індійський фестиваль Hindu Kumbh Mela (Кумбха Мела - «свято глечика»), що проходив 24 січня 2016 року у Аллахабаде. До цього дня в одному місці за короткий термін зібралося близько 30-50 мільйонів індусів з усього світу. Ще одним яскравим прикладом може послужити знаменитий на весь світ карнавал в Ріо-де-Жанейро, який проводиться щорічно і збирає величезну кількість відвідувачів з усього світу. Аудиторія цього заходу може бути найрізноманітнішою, від забезпечених туристів, які обирають собі костюм і беруть участь в ході, до простих глядачів, які приїжджають до Бразилії тільки заради того, щоб побачити своїми очима цей грандіозний хід, але при цьому, вони не платять за сам карнавал [11].

Розглянувши основні поняття подієвого туризму, фактори, які впливають на його розвиток, а також аудиторію відвідувачів різних заходів, можна виявити позитивні риси подієвого туризму.

Туризм щодо події, як і інший вид туризму має як позитивні, так і негативні сторони (табл.1.1).

Таблиця 1.1

**Позитивні і негативні сторони подієвого туризму**

|  |  |
| --- | --- |
| **Позитивні сторони подієвого**  **туризму** | **Негативні сторони подієвого**  **туризму** |
| Всесезонність і висока прибутковість | Неможливість прогнозування попиту на подію |
| Ідейно невичерпний | Брак кваліфікованих кадрів |
| Різноманітна цільова аудиторія | Слабке інформаційне просування  заходів |

На даний момент подієвий туризм набирає значну популярність серед активних, сучасних людей, які знають, чого хочуть і самі можуть планувати свою відпустку. Подієвий туризм - це свято, обране безпосередньо самим туристом і підготовлене спеціально для нього.

Таким чином, можна зробити висновок, що подієвий туризм є неповторним видом туризму, так як він ідейно невичерпний. Ряд експертів і учѐних вважають, що вже в недалекому майбутньому число учасників подієвих турів перевищить число учасників екскурсійних турів.

# 1.2.Види і напрямки подієвого туризму

Класифікація основних видів і напрямків подієвого туризму є вкрай важливою складовою при організації події. Від визначення виду події залежить цілий ряд важливих факторів, пов'язаних з його організацією і проведенням:

* цільова група (для кого буде проводитися подія);
* час проведення (з урахуванням можливостей цільової групи і наявності в певні години альтернативних або близьких по тематиці подій);
* вимоги до «персоналу», який буде залучений до проведення заходу (професійним або самодіяльним акторам, спортсменам, аніматорам, співробітникам, які забезпечують безпеку учасників і гостей, і т. д.);
* необхідні ресурси і кошти;
* вибір маркетингової стратегії і реалізація рекламних акцій;
* необхідність організації взаємодії та вибір форм співпраці з владою і місцевим співтовариством.

Власну класифікацію видів подієвого туризму було запропоновано білоруськими вченими Л.М. Хухлиндіної та Л.М. Гайдукевичем [23]. Вони розглядали подієвий туризм крізь призму його зв'язку з культурним туризмом. У подієвому туризмі вони бачать, насамперед, додатковий стимул розвитку культурного туризму, у якому культурні об'єкти (замки, музеї, сади тощо.) чи місця (міста, сільські регіони, промислові регіони) служать місцем проведення свят. У рамках цього підходу було виділено такі види подієвого туризму:

1) музичні фестивалі, включаючи:

• окремі концерти;

• регулярні музичні фестивалі та конкурси;

2) літературні та театральні події:

• книжкові ярмарки та виставки;

• літературні фестивалі та свята;

• театральні фестивалі;

• щорічні театралізовані свята;

• карнавали;

3) мистецькі події:

• художні виставки та салони (періодичні чи окремі; персональні; художніх об'єднань; за жанрами мистецтва);

• музейні виставки (тимчасові тематичні експозиції);

• фестивалі нетрадиційних скульптур (піщаних чи крижаних);

• фестивалі та виставки квітів;

• технічні художні спектаклі (лазерні шоу, світломузичні фонтани, фестивалі феєрверків, що з'явилися нещодавно тощо);

4) традиційні та обрядові події:

• гастрономічні фестивалі;

• народні гуляння (Масляна, Івана Купала);

• традиційні ярмарки;

5) релігійні події:

• Великдень та Різдво у християнських країнах;

• Хадж в ісламських країнах;

6) наукові події:

• наукові конгреси та конференції з окремих наукових напрямів;

• унікальні природні події (сонячні та місячні затемнення, виверження вулканів тощо).

Вочевидь, що запропонована Л.М. Хухлиндіної та Л.М. Гайдукевичем класифікація видів подієвого туризму розкриває його культурні напрями. Великий пласт популярних подій залишився поза рамками даної класифікації. Йдеться про спортивні заходи, державні та національні свята, промислові виставки. Окремі зазначені види культурно-подієвого туризму не є обґрунтованими. Під щорічними театралізованими святами, по суті, ховаються історичні реконструкції, що набирають популярності. Викликає здивування відсутність серед мистецьких подій широко розповсюджених різноманітних кінофестивалів. Не виправдане включення суто комерційних заходів – фестивалів нетрадиційних скульптур та квітів – до групи мистецьких подій. Ніяк не применшуючи естетичні переваги цих заходів, слід підкреслити, що вони мають, насамперед, розважальний характер, а вже потім художнє значення та вплив на розвиток сучасної культури.

Найбільш спірними у запропонованій класифікації є релігійні події. По-перше, їх організація та проведення обумовлені винятковим значенням тих чи інших місць у релігійних віровченнях. Такими сакральними місцями є «Свята земля» (Єрусалим, Назарет, Віфлеєм) для християн або Мекка та Медіна для мусульман. Їхнє відвідування у певний час дуже бажане для віруючих. При цьому туристичний бізнес не має можливості визначати режим доступу та особливості комерційного використання таких культурних об'єктів. По-друге, мотивація більшості мандрівників по святис

місцям немає нічого спільного із задоволенням культурно-пізнавальних чи естетичних потреб. Для цих осіб більше підходить визначення як паломників-мандрівників, ведених своїм шляхом релігійною вірою. Будь-яке паломництво обов'язково містить у собі економічну складову. Паломники потребують повного набору обов'язкових туристичних послуг: переміщення, розміщення та харчування. Але це не бізнес та не розвага.

Діловий туризм також передбачає розваги як базової чи структуроформуючої туристичної послуги у складі турпакету. Однак, розваги обов'язково присутні в рамках конгрес-турів як додаткова послуга. До того ж, при організації ділового туризму та туристичного бізнесу немає таких явних етичних обмежень, як при спробах використання релігійних подій як складових для подієвого туризму.

Тематична класифікація видів туризму [18]:

1. державні та національні свята (Дні незалежності, Дні святих покровителів та інше.);
2. розважальні заходи (карнавали, маскаради, «фієсти», народні гуляння, ярмарки, вибори королев краси, театралізовані ходи та інше, аж до томатних і апельсинових боїв і забігів з биками);
3. спортивний туризм­ – широко і динамічно розвивається як вид подієвого туризму (участь туриста в якості вболівальника на Олімпійських іграх, різного роду чемпіонатах і змаганнях або безпосередня його участь в аматорських або постановочних змаганнях в рамках так званого «пригодницького туризму»);
4. музичні фестивалі (оперної та академічної музики, джазові, рок-фестивалі, електронної музики, авторської пісні та т. д.);
5. гастрономічні фестивалі (національної кухні, окремих страв або напоїв);
6. конгрес-тури і ділові форуми, включаючи авіасалони, автосалони та інші спеціалізовані виставки;
7. етнокультурні фестивалі, спрямовані на збереження і популяризацію етнічних і національних культурних традицій;
8. Кіно,театральні фестивалі (серед них особливу популярність набирають фестивалі рекламних роликів, а також фестивалі вуличних театрів і вуличного мистецтва, яке часто містить в собі елементи театрального дійства);
9. історичні фестивалі (реконструкції лицарських турнірів, боїв наполеонівської епохи тощо). Це дуже динамічний напрямок подієвого туризму. Він вбирає в себе традиційні літературні фестивалі, а також відроджує традиції «елітарних культур», які не вписуються у формат традиційних фольклорних фестивалів;
10. фестивалі субкультур (флористики, любителів собак або кішок, тижні моди, фестивалі байкерів, фанатів блог-бастерів або коміксів тощо).

Класифікація видів подієвого туризму за масштабом події:

1. міжнародні події (Олімпійські ігри, міжнародні кінофестивалі або конкурси краси). Західні фахівці використовують для цієї групи подій поняття «Mega Events» (мегаподія);
2. регіональні події (Чемпіонати Європи з окремих видів спорту, музичний конкурс «Євробачення», виставки-ярмарки «Єврорегіону Буг» і «Єврорегіону Німан»);
3. національні події (республіканські спортивні змагання або ділові форуми, національні фестивалі мистецтв);
4. локальні події (Дні міста, місцеві ярмарки).

Залежно від масштабу події змінюються  вимоги до програми заходу, ускладнюється маркетингова діяльність організаторів, зростають вимоги до кількості засобів розміщення і  послуг підприємств громадського харчування, набувають більшого значення логістичні рішення.

Класифікація видів подієвого туризму по кінцевій меті заходу:

1. комерційні події-націлені на отримання прибутку. Найчастіше це досягається за допомогою продажу квитків, надання різноманітних послуг (харчування, розміщення, переміщення гостей, продаж сувенірів з пам'ятною символікою та ін.), Залучення спонсорів та розміщення реклами. Для ділових форумів, конгресів і спеціалізованих виставок, поширеною практикою є збір з учасників організаційного внеску. Багато спортивних та розважальних події є яскравим прикладом успішних, з комерційної точки зору, заходів.
2. некомерційні події-націлені на досягнення соціального ефекту. Сюди відносяться державні та національні свята, багатокультурні події та фестивалі різних субкультур, Дні міст і святкування пам'ятних дат. Завдання таких заходів часто полягають в збереженні, примноженні та популяризації певних культурних традицій; формуванні сприятливого іміджу міст і країн; організації гідного дозвілля для жителів і гостей.

Слід пам'ятати, що будь-яка класифікація є не істиною в останній інстанції, а лише інструментом для опису, аналізу та розуміння дійсності. Ті чи інші тематичні види туризму з часом можуть набувати більшого чи меншого значення. Деякі події взагалі важко піддаються класифікації. Наприклад, Саксонський фестиваль повітряних куль, що проходить наприкінці липня на околицях Лейпцига. За чотири дні фестивалю гостям пропонується насичена програма з польотів повітряних куль, вогняних шоу та виступів повітряних гімнастів, не кажучи вже про музичний та гастрономічний супровід усіх заходів. Не вкладається у стандартні рамки тематичних видів подій та найбільший у Європі фестиваль танцю «ImPulsTanz» у Відні. У 2013 р. він пройшов одночасно на 13 майданчиках без будь-яких тематичних обмежень та конкурсних оцінок. Величезний інтерес традиційно викликає найбільший у світі Фестиваль снігу та льоду у китайському Харбіні. У січні 2014 р. тут відбувся ХХХ ювілейний фестиваль снігу та льоду, у якому взяли участь понад 10 тис. «скульпторів та художників» із 30 країн світу.

Однією з найбільш оригінальних туристичних подій є «живі шахи» – історична шахова партія, яка з 1954 р. раз на два роки розігрується у маленькому італійському місті Маростіка. Міська площа Маростіки розфарбована у кольори шахової дошки, на якій живі шахові фігури в середньовічних шатах та обладунках розігрують старовинну шахову партію. При цьому «взяття та видалення» фігур відбувається з дотриманням усіх тонкощів середньовічного етикету. Згідно з легендою, перша жива шахова партія була зіграна в 1494 р., коли два італійські дворянини Рінальдо Д'Ангарано і В'єрі да Валлонара закохалися в дочку господаря замку – прекрасну Ліонору Паризіо. На пропозицію красуні, щоб уникнути кривавої дуелі, претендентам було запропоновано битися у шахи. Безліч людей забажало побачити цю незвичайну партію. Тоді господар замку – синьйор Таддео Парізіо – наказав розіграти цю партію прямо у замковому дворі з живими людьми замість фігур. Сценографію та костюми для сучасної історичної реконструкції відновив відомий італійський архітектор та скульптор Мірко Вучетич (1898–1975 рр.). У наші дні, крім «живих шахів», містечко Маростіка пропонує туристам безліч найрізноманітніших сувенірних шахів, «найкращу в Італії черешню» та огляд середньовічного замку. Але все це лише додаткові туристичні послуги. Саме «живі шахи» виділяють Маростіку з багатьох схожих італійських містечок і привертають до неї увагу туристів.

У цілому, ступінь творчої свободи у межах подієвого туризму надзвичайно високий. Даний вид бізнесу розвивається настільки стрімко, що окремі тематичні види подієвого туризму вже встигли набути власних наукових «субдисциплін», які займаються теоретичними та практичними питаннями їх організації та проведення. Йдеться про менеджмент фестивалів та виставок (культурно-подіївого туризму), спортивний подієвий туризм та конгрес-тури. Слід враховувати рівень розвитку та національні особливості туристичної індустрії загалом та подієвого туризму зокрема. Наприклад, словацький вчений Маріан Гучик виділяє вісім тематичних видів подієвого туризму: культурні події та заходи, спортивні події, ділові (промислові) події, релігійні події, суспільно-політичні заходи, природні події (спостереження за природними явищами) та процесами) та мультитематичні події (у межах яких є відразу кілька тем).

Примітно, що в українському суспільстві релігійні та природні події поки що не викликають інтересу у потенційних туристів. Даються взнаки довгі роки радянського атеїзму та ідеалізації промислового розвитку. Звідси порівняно низький рівень релігійності та екологічної культури українського суспільства. Водночас великий інтерес в українців останніми роками викликає гастрономічний подієвий туризм.

Не всі події національного масштабу можуть розглядатися як мегаподії з міжнародним резонансом. Яскравим прикладом є неймовірно популярні в США змагання з американського футболу або бейсболу, які мало кому цікаві в Європі або Азії. Багато міжнародних мегаподій не зустрічають інтересу на національному рівні. Наприклад, у Східній Європі після 70 років радянської влади дуже мало людей цікавиться подіями з життя королівських династій Західної Європи, які привертають увагу багатьох західноєвропейців і виступають мотивом для подорожей.

Л.М. Хухлиндіна та Л.М. Гайдукевич справедливо зазначили, що чим більший масштаб події, тим більше часу потрібно на її підготовку, тим вищі витрати на її проведення та ширший резонанс у засобах масової інформації. Проте підсумкова сума витрат та обсяг трудовитрат не є вичерпними критеріями економічної ефективності події. Отримані доходи, прибуток та рентабельність – ось справжні критерії економічної ефективності. Тим більше, що далеко не всі події мають відверто комерційний характер.

Запропоновані моделі класифікації видів подієвого туризму не виключають одне одного. По суті вони розходяться в розумінні терміна "Регіональний".

Тож у класифікації Л.М. Хухлиндіної та Л.М. Гайдукевича до категорії «мегаподії» включаються одразу міжнародні, регіональні та національні події. У той час як медіум-події та міні або макроподії роблять дискретнішими локальні події (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

**Співвідношення двох класифікацій видів подієвого туризму за критерієм масштабу заходу**

|  |  |
| --- | --- |
| Класифікація С.В. Донских | Класифікація Л.М. Хухлиндіної та  Л.М. Гайдукевича |
| Міжнародні події | Мегаподії |
| Регіональні події |
| Національні події |
| Локальні події | Медіум-події |
| Міні або макроподії |

Масштаб події, з погляду подієвого туризму піддається точній оцінці. Наприклад, щорічний карнавал у Венеції наприкінці січня – на початку лютого відвідують понад 500 тис. осіб. У той же час щорічний карнавал у Кельні виводить на вулиці цього старовинного німецького міста близько мільйона чоловік. Однак, якщо взяти до уваги, що кількість мешканців Кельна трохи перевищує мільйон чоловік, то залишається відкритим питання про те, скільки учасників та гостей Кельнського карнавалу складають власне туристи. По суті, карнавал у Венеції, поступаючись за своїми масштабами карнавалу в Кельні, є радше туристичною подією, а Кельнський карнавал – це насамперед місцева культурна та соціальна подія.

**1.3. Основні методичні підходи до вивчення особливостей подієвого туризму**

Методологічною основою магістрської роботи є наукові роботи українських та зарубіжних вчених та практиків, присвячені питанням організації та розвитку туризму, організації подієвого туризму, оцінки економічної ефективності туризму та подієвих заходів.

В умовах глобалізаційних та інтеграційних процесів світової економіки підвищення відвідуванності туристичних подій України в значній мірі залежить від розвитку управління конкурентоспроможністю події певного напрямку. Під час вивчення цього явища було застосовано ряд методів і підходів, які використовуються у географічних та соціально-політичних дослідженнях, зокрема: традиційні (описовий, порівняльно-географічний, картографічний та ін.) та нові (моделювання математичне й комп'ютерне тощо).

Оцінка соціально-економічної ефективності подієвих заходів є порівняно новим напрямом в українській економіці, що вимагає уважного та докладного наукового дослідження. У зв'язку з цим, для детального опрацювання теми дослідження було вивчено та проаналізовано роботи провідних вітчизняних та зарубіжних учених.

Вивчення географічних аспектів розвитку подієвого туризму проводилося у розрізі чотирьох етапів:

• теоретичний (формування концепції дослідження);

• оціночний (аналіз географічних особливостей туризму, чинників впливу і формування фестивального туризму);

• аналітичний (дослідження подієвих об’єктів);

• конструктивний (концепція розвитку подієвого туризму та написання рекомендацій щодо використання подієвих ресурсів). Всі етапи пов’язані між собою і відповідають меті та завданням даної магістерської роботи. У ході написання магістерської роботи було використано низку як загальнонаукових так і конкретних наукових методів.

Наступними важливими методами дослідження є індукція та дедукція. За допомогою першого було зроблено узагальнюючі висновки на основі окремих фактів, а за допомогою дедукції ‒ з загальних законів і правил виведено одиничні факти.

Фактори які мають найбільший вплив на туристичну подію, зокрема такі як маркетинг, фінансування події, зручність транспортної мережі, сприятливісь туристичного клімату, забезпечення закладами громадського харчування, до всього був доданий фактор безпеки. Ці фактори були взяті для проведення аналізу рекреаційно-туристичної привабливості України.

Метод ранжування дозволив виділити події, які мають найбільший найбільший інтерес серед іноземних та вітчизняних туристів. У магістерській роботі були використані різні підходи. Географічний підхід включає в себе комплексність і територіальність аналізу релігійного туризму. Вивчаються просторові аспекти туризму та туристичної діяльності. Історичний підхід передбачає аналіз розвитку релігійного туризму у часі, урахування чинників, що певною мірою впливали на локалізацію паломницьких маршрутів.

**Висновки до розділу 1**

1. **Подієвий туризм - це вид туризму орієнтований на відвідування місцевості у певний час, пов'язаний з якоюсь подією. У світі безліч країн, і в кожній з них відбуваються події в галузі культури, спорту, мистецтва, що може бути історичною, культурною чи спортивною цінністю.**
2. Подієвий туризм є відносно молодим та цікавим напрямком. Ексклюзивні тури, що поєднують у собі традиційний відпочинок та участь у найвидовищніших подіях планети, серед яких: гонки Формула-1 та футбол, чемпіонати з різних видів спорту та Олімпіади, яскраві шоу та концерти зірок зі світовим ім'ям, барвисті карнавали та фестивалі, конкурси краси та покази мод, художні та ділові виставки – все це стосується подієвого туризму.
3. Дослідження географічних аспектів розвитку подієвого туризму проводилося у чотири етапи: теоретичному (формуванню концепції дослідження); оціночному (аналізі географічних особливостей туризму, чинників впливу і формуванню фестивального туризму); аналітичному (дослідженню подієвих об’єктів); конструктивному (концепції розвитку подієвого туризму та написанні рекомендацій щодо використання подієвих ресурсів).

**2. Історія розвитку та сучасний стан подієвого туризму у світі**

**2.1 Історія розвитку подієвого туризму**

Подієвий туризм є одним з найбільш давніх видів туризму. Спочатку за своїми організаційними формами це не був звичний нам туризм, представлений як комерційна діяльність взаємопов'язаних підприємств і організацій туристичної індустрії та пов'язаних з нею галузей економіки. Швидше, це був масовий самодіяльний туризм, коли тисячі людей відправлялися в подорожі, залучені будь-якими значними подіями або заходами. Але переміщення такого числа людей завжди відкривало можливості для підприємницької діяльності в сфері транспорту, розміщення і організації громадського харчування.

**Становлення подієвого туризму в античному світі**

Перші документально зафіксовані відомості про зародження і розвиток подієвого туризму відносять до античної епохи (XII ст. до н.е.–V ст. н.е.). Вони пов'язані з найбільшими спортивними змаганнями Стародавньої Греції-Олімпійськими іграми, які проводилися понад тисячу років, з 776 р. До н.е. по 396 р н. е. Місцем проведення ігор була Олімпія-поселення, присвячене головному богу давньогрецького пантеону Зевсу.

Для Стародавньої Греції ідеал фізичної краси людини означав дуже багато. У кожному селі існували спеціальні гімнастичні та спортивні зали-палестри. Переможці спортивних змагань, особливо Олімпійських ігор, ставали моделями для кращих давньогрецьких скульпторів і найбільш шанованими людьми в своїх незалежних містах-державах-полісах.

На Олімпійські ігри з'їжджалися греки з усіх куточків античного світу. Крім громадян полісів материкової Греції, тут можна було побачити уродженців Великої Греції (Сицилії і Південної Італії), Іонії (західного узбережжя Малої Азії), Кіренаїки (Північної Африки) і Боспора (Криму і Північного Причорномор'я). Мандрівники з багатьох полісів Великої Греції (Сіракуз, Тарента і Сибариса) вважалися особливо щедрими і бажаними клієнтами .

Античні Олімпійські ігри проходили один раз на чотири роки в кінці серпня-початку вересня. Вони тривали всього п'ять днів. Третій день повинен був обов'язково припасти на повний місяць. У перший день робилися жертвопринесення Зевсу і богам-олімпійцям. У присутності батьків і тренерів перед статуєю Зевса атлети, окропляли свої руки кров'ю жертовної свині, клялися суддям, що будуть боротися чесно, і останні десять місяців вони тренувалися відповідно до правил. У другий день урочиста загальна процесія, очолювана суддями в червоному вбранні, входила на стадіон. Глядачам представляли кожного учасника: ім'я атлета, ім'я його батька і рідного міста. У глядачів цікавилися, хто заперечує проти участі того чи іншого атлета в змаганнях. Тільки вільнонароджений і повноправний грек мав право брати участь в Олімпійських іграх. Змагання проводилися у двох вікових категоріях: для дорослих чоловіків і для юнаків. Жіночі види спорту були відсутні, а жінки взагалі не допускалися на змагання.

Таким чином, становлення подієвого туризму було пов'язано з подорожами древніх греків в місця проведення великих спортивних змагань і театральних конкурсів. Мотивом для таких подорожей було бажання безпосередньої участі в унікальному і неповторному за своїм значенням, розмаху і рівню подій. Причому античні події укладали в собі інтригу, змушували глядача співпереживати і хвилюватися. Це були змагання і конкурси, де найчастіше до останнього дня ім'я переможця залишалося загадкою. Але подолавши великі відстані мандрівник отримував можливість безпосередньо в числі найперших стикнутися з важливим для всього античного світу подією.

**Особливості подієвого туризму в Середні віки**

Середні віки (V-XV ст) були не найкращим часом для подорожей, близьких за своєю мотивацією сучасному туризму. На це вплинуло відразу декілька чинників. По-перше, криза транспортної інфраструктури в наслідок руйнування римських доріг і мостів. По-друге, політична нестабільність. З одного боку ­ це були часті варварські навали. Найбільш значними з них були походи гунів, вандалів, варварів, слов’ян, арабів, угорців, норманів. З іншого боку ­це був час феодальної роздробленості і пов’язаних з нею постійних міжусобних воєн. Короткі періоди об’єднання окремих частин Європи (імперія Карла Великого) швидко змінювалися цілими століттями роз’єднаності. Тому в середні століття коло мандрівників різко звузилося, а витрати на безпеку неймовірно зросли.

Незважаючи на це, в середні століття з’явилися нові види подієвого туризму. Одним з них став «політичний туризм», приурочений до знаменних династичниx подіq, які в той час завжди мали політичне значення. Це були коронації монархів, весілля представників королівських і аристократичних будинків, принесення васальної присяги королю (оммáжа) з боку найбільш могутніх герцогів і графів.

Другою формою середньовічних подорожей стали ярмарки. Відповідно до сучасної економічної науки, ярмарки є ранньою формою ринкової інфраструктури, характерної для низького рівня розвитку товарно-грошових відносин. Вони являють собою регулярний ринок широкого значення, організований в певному місці. На ярмарку здійснюється як оптова, так і роздрібна торгівля .

Шість щорічних ярмарків в Шампані і Брі, кожна по два місяці, забезпечували загальноєвропейський товарообіг і більшість фінансових операцій. На ярмарках Шампані вже не було місця для дрібних сільських покупців. Тут полотна і сукна Заходу зустрічалися з шовком і прянощами Сходу, величезні складські запаси розбивалися на окремі партії і розвозились по всій Європі. Ярмарки завжди відкривалися аукціонами сукон, а завершувалися фінансовими операціями (прийомом і погашенням векселів, обміном і переказом грошей).

Середньовіччя також внесло елементи подієвого туризму в широке поширення паломництва. Це було пов’язано зі скликанням церковних соборів, офіційних зібрань єпископів і інших представників християнської церкви з метою вироблення доктринальних і богослужійних положень, дисциплінарних норм і заходів боротьби з єресями. Для простих віруючих церковні собори були привабливими подіями. Не багато могли собі дозволити тривалий час жити далеко від дому. На собори з’їжджалися майже вся церковна ієрархія і багато представників знаті. Їхні потреби обслуговували численні торговці і люди вільних професій. Тому, з точки зору еліти середньовічного суспільства-«першого і другого станів» (духовенства і лицарства), церковні собори були досить значними подіями.

Особливо великою був статус Вселенських соборів. Під час розквіту середньовічної цивілізації їх проводила тільки католицька церква.

Середньовічні церковні собори, які визнаються Вселенськими тільки католицькою церквою, представлені в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

**Середньовічні собори католицької церкви**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Рік | Назва собору | Країна проведення |
| 1123 | I Латеранський | Італія |
| 1139 | II Латеранський | Італія |
| 1179 | III Латеранський | Італія |
| 1215 | IV Латеранський | Італія |
| 1245 | I Ліонський | Франція |
| 1274 | II Ліонський | Франція |
| 1311-1312 | Вьеннскій | Франція |
| 1414-1418 | Констанцський | Німеччина |
| 1438-1445 | Флорентійський | Італія |

Число повноправних учасників соборів коливалося від 250 до 1000 чоловік. Про розмах соборів дає уявлення хроніка Ульріха фон Ріхенталя, в якій наведено число учасників Констанцського собору. Церковну ієрархію представляли: 33 кардинала, 5 патріархів, 47 архієпископів і 338 єпископів. Інтелігенція була представлена ​​271 доктором теології, 361 доктором цивільного і канонічного права, 171 доктором медицини, великим числом магістрів наук з 37 університетів. Світська влада делегувала на собор послів від 121 короля і питомої князя (самостійного правителя з титулом нижче королівського), 173 графів, 71 барона. Крім цього, на собор з’їхалося понад 1500 лицарів (дворян). У засіданнях брали участь 142 писаря. Також в Констанцу приїхали близько 1700 музикантів: трубачів, скрипалів та осіб, що грають на інших музичних інструментах.

**Розвиток подієвого туризму в ХХ ст.**

Пройшовши через дві світові війни, «Велику депресію» і масові захоплення тоталітарними ідеологіями, ХХ ст. з другої половини стало століттям розквіту масового туризму. Подієвий туризм по праву став одним з найбільш помітних видів сучасного туризму. Особливо великий його внесок при виході на ринок нових туристичних дестинацій. Організація і проведення гучної події ­­­­­­­– це ідеальний метод для появи на ринку нових місць відпочинку, продуктів і послуг.

Першим важливим кроком у розвитку сучасного подієвого туризму стало відродження олімпійського руху. Біля його витоків стояв французький громадський діяч П’єр де Кубертен. У 1894 р в Сорбонні він запропонував відродити олімпійський рух. Незабаром був утворений Міжнародний олімпійський комітет (МОК), який взяв на себе підготовку змагань [29].

Другим за значенням видом подієвого туризму, який отримав в ХХ ст. дуже широке поширення, стали фестивалі. Слово «фестиваль» походить від латинського слова «святковий». Це показ (огляд) досягнень будь-якого виду мистецтва: образотворчого, музичного, театрального, кіномистецтва та інше. Але це не просто виставка або конкурс. Без відповідного «святкового» антуражу і настрою фестиваль не може відбутися. Багато фестивалів взагалі не мають конкурсної програми або ставляться до неї вкрай несерйозно,як до неминучого традиційному елементу. Інші фестивалі виростають зі справжніх і престижних конкурсів. Але в обох випадках вони пропонують учасникам і глядачам особливим чином організовану масову свято, враження від участі в якому залишаються на все життя.

Міжнародна федерація асоціацій (FIAPF) акредитувала 51 кінофестиваль. На «вершині» цієї ієрархії стоять 14 конкурсних фестивалів ігрових фільмів (табл.. 2.2).

Таблиця 2.2

**Найвідоміші світові кінофестивалі**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Назва кінофестивалю | Країна | Рік заснування |
| 1. Венеціанський кінофестиваль | Італія | 1934 |
| 2. Каннський кінофестиваль | Франція | 1946 |
| 3. Кінофестиваль в Карлових Варах | Чехія | 1946 |
| 4. Кінофестиваль в Локарно | Швейцарія | 1946 |
| 5. Берлінський кінофестиваль | Німеччина | 1951 |
| 6. Індійський кінофестиваль в Гоа | Індія | 1952 |
| 7. Сан-Себастьянський кінофестиваль | Іспанія | 1953 |
| 8. Кінофестиваль в Мар-дель-Плата | Аргентина | 1954 |
| 9. Московський кінофестиваль | Росія | 1959 |
| 10. Каїрський кінофестиваль | Єгипет | 1976 |
| 11. Монреальський кінофестиваль | Канада | 1977 |
| 12. Варшавський кінофестиваль | Польща | 1985 |
| 13. Кінофестиваль в Токіо | Японія | 1985 |
| 14. Шанхайський кінофестиваль | Китай | 1993 |

**2.2 Сучастний стан подієвого туризму у світі**

Сьогодні, в епоху глобалізації, коли практично все стає доступним, в тому числі і туристичні поїздки практично в будь-які куточки світу, відбувається трансформація і туристичних потоків. Кілька десятиліть тому туризм перетворився в масовий завдяки розвитку транспорту та групових турів, але останніми роками нові технології дозволяють туристу вже індивідуально і оперативно вибирати для поїздки будь-яку країну в будь-який час і на будь-який термін. Кількість міжнародних туристів до пандемії перевищувала один мільярд осіб на рік.

Через обмеження можливості переміщення людей під час пандемії

COVID-19 ринок туристичних послуг опинився серед найбільш постраждалих. Серед усіх секторів туристичної індустрії подієвий туризм зазнав найбільших втрат більше інших, оскільки у 2020 році на нього вплинув як режим обмежень на поїздки, а й заборона проведення масових зборів. Все це змусило організаторів заходів шукати та знаходити нові форми та інструменти для їх просування та проведення. У переважній більшості країн ще наприкінці минулого року сформовано календарі подій.

До його складання стали ставитися набагато серйозніше, використовуючи проектний метод та конкурсний підхід. Сьогодні календарі подій – це вже не звичайний набір різних заходів на певній територій, а вивірений список

подій, здатних згенерувати туристичний потік.

Учасники ринку подієвого туризму почали більш активно та професійно використати соціальні мережі. Слід зазначити, що на своїх сторінках організатори заходів зменшили кількість власної рекламної інформації, почали ретельніше працювати з аудиторією та потенційними учасниками, використовуючи різні конкурси та акції, інші інструменти формування лояльного співтовариства.

Таблиця 2.3

**Тематична класифікація видів туризму за Бабкіним О.В. (табл. 2.3) [2].**

**Національні фестивалі і свята**

|  |  |
| --- | --- |
| Тематичний вид  подієвого туризму | Приклад події  в Україні |
| **1. Національні фестивалі і свята** | Ірландський національний фестиваль Св. Патріка (у всіх англомовних країнах) |
| Фестиваль культур в Берліні (Німеччина) |
| Паради сексуальних меншин Pride London, Pride Amsterdam і т. П. |
| Парад любові (Love-Parade) у Берліні |
| Парад військових татуювань в Единбурзі (Шотландія) |
| Святкування дня народження Наполеона Бонапарта в Аяччо (Корсика) |
| **2. Театралізовані шоу** | Шоу на льоду «Holiday onice »(США) |
| Свято на льоду «Romanza» в Австрії та Німеччині |
| Ірландське танцювальне шоу «Lord of the Dance» (Великобританія) |
| **3. Фестивалі кіно і театру** | Каннський кінофестиваль (Франція) |
| Міжнародний театралиний фестиваль «Веселка» в Санкт-Петербурзі (Росія) |
| Фестиваль короткометражних фільмів в Оберхаузені (Німеччина) |
| Фестиваль оперного мистецтва в Вероні (Італія) |
| **4. Гастрономічні фестивалі** | Пивний фестиваль Октоберфест в Мюнхені |
| Свято молодого вина Божоле Нуво (Франція) |
| Великий британський гастрономічний фестиваль «Taste of London» (Великобританія) |
| Фестиваль морепродуктів  на острові Гров (Іспанія) |
| **5. Фестивалі та виставки квітів** | Виставки квітів у палаці Хемптон Корт і в Челсі (Лондон, Великобританія) |
| Фестиваль хризантем і фестиваль бонсай (Японія) |
| Виставка тюльпанів (Нідерланди) |
| **6. Модні покази** | Тижня моди в Мілані (Італія), Парижі, Нью-Йорку (США) |
| Показ чоловічої моди «Men's Fashion» в Парижі |
| **7. Аукціони творів мистецтва та антикваріату** | Аукціон Сотбіс |
| Аукціон Крістіс |
| Аукціон Дрюо в Парижі |
| **8. Спортивні події** | Олімпійські ігри |
| Світові чемпіонати |
| Автоперегони «Формула 1» |
| **9. Фестивалі музики і музичні конкурси** | Фестиваль музики та мистецтв у Хенлі (Великобритания) |
| Пісенний конкурс «Євробачення» |
| Музикальнийконкурс імені П.І. Чайковського в Москві (Росія) |

**День святого Патріка** в честь небесного покровителя Ірландії щорічно відзначають по всьому світу 17 березня. В цей день в містах проходять масові ходи з танцями і піснями.

**Карнавал культур** – це чотириденний міський фестиваль, який покликаний відобразити безліч сторін Берліна. Вхід на нього безкоштовний, програма відкрита, і головне, чому присвячене свято – це різноманітність і свобода.

Під час фестивалю громадські місця стають майданчики для самовираження і прояву своєї культурної унікальності. Музичні і танцювальні групи, професійні та аматорські, діти і дорослі приймають участь в параді через Кройцберг. Від анархічних перформансів до традиційних танців, від високого мистецтва до поп-арту - на карнавалі відбувається і схвалюється практично все, що завгодно.

На вулицях влаштовують сцени, де можна побачити як відомих і популярних виконавців, навіть зі світовим ім'ям, так і початківців. Тут звучить найрізноманітніша музика, від реггі до шансону і ситара.

**Парад любові** – відомий фестиваль електронної музики і танцю, який щорічно проходив в Берліні з 1989 по 2003 роки, а потім з Берліна переїжджав в різні міста. У 2006 році німецький Рур став свідком найбільшого вуличного свята, що проходило коли-небудь, з більш ніж 1,2 млн техно і транс фанатами.

**Святкування дня народження Наполеона Бонапарта** щорічно проходить на його батьківщині – в Аяччо. Свого часу це місто, яке є центром департаменту Південної Корсики, було визнано Наполеоном столицею всього острова, і тут безліч місць пов'язано з його ім'ям. У старому районі міста Аяччо можна відвідати «Будинок Бонапарта», в якому народився і провів дитинство майбутній імператор Франції, поруч знаходиться церква, в якій хрестили Наполеона, збереглася навіть його купіль з мармуру [16].

**2. Театралізовані шоу**

**Holiday on ice** – компанія, що входить до складу Stage Entertainment. Створена в 1943 році в США, Holiday on ice в наш час являє собою компанію, що виробляє щороку кілька льодових шоу для всієї родини.

Шоу Holiday on ice відрізняються високотехнологічністю, в різні роки в них виступали відомі співаки, актори і фігуристи: Бріан Жубер, Катаріна Вітт, Патрісія Каас, Кріс де Бург, Томас Андерс, Софі Еліс Бекстор, Аніта Цой і ін . Серед постановників значилися: Робін Казінс, Стефані Андрос, Кевін Котто, Тед шафл, Ентоні Ван Ласт і ін.

Багато вистав Holiday on ice використовують новітні розробки технологій, а також створює і свої. До льодових шоу також записують і власну музику. Володар престижних музичних премій - Рене Дюпере кілька разів написав саундтрек для льодових шоу від Holiday on ice.

За свою довгу історію Holiday on ice кілька разів потрапляв до Книги Рекордів Гіннеса як найбільш відвідуване льодове шоу в світі, а також за найдовшу лінію фігуристів на одному льоду. Постановки були показані на всіх континентах, в багатьох країнах і містах. Щорічно компанія намагається розширювати свої горизонти і відвідувати нові міста і країни, в яких вона раніше ніколи не була.

**Lord of the Dance** – ірландське танцювальна шоу, вперше поставив хореограф Майкл Флетлі в 1996 году. Ця суміш кельтської народної музики, ірландськіх традіційніх танців і бродвейського шоу дуже швидко завоювала всесвітню популярність [18].

**3. Фестивалі кіно і театру**

**Каннський кінофестиваль** – один з найстаріших і найпрестижніших кінофестивалів світу. Кінофестиваль проводиться в кінці травня в курортному місті Канни (Франція) на базі Палацу фестивалів та конгресів на набережній Круазетт. Завдяки великій увазі засобів масової інформації, цей фестиваль відвідують багато зірок кіно.

Також він популярний і серед кінопродюсерів, тут підготовляють нові проекти і продають вже готові. Цей міжнародний кінофестиваль був заснований за ініціативою міністра у справах освіти та мистецтва Жана Зея , який мріяв про те, щоб Франція стала місцем проведення культурного форуму світового масштабу, здатного змагатися з Венеціанським кінофестивалем [19].

**Міжнародний театралиний фестиваль «Веселка» –** один з найпрестижніших театральних фестивалів Росії веде свою історію з лютого 2000 року і щорічно, в період білих ночей, об'єднує в стінах ТЮГу тисячі петербуржців, гостей міста, а також професіоналів і теоретиків театрального мистецтва з усього світу.

Концепція фестивалю – сучасна драматургія і режисерська інтерпретація класики для молодіжної аудиторії [20].

**Фестиваль короткометражних фільмів в Оберхаузені –**

фестиваль по праву знаходиться в списку найбільш шанованих світових фестивалів, місцем, де збираються і представляють свої фільми найталановитіші режисери та кіновиробники: від Романа Поланскі до Кейт Шортланд, від Джорджа Лукаса до Піпілотті Ріст. Завдяки діяльності організаторів фестивалю були проведені серйозні зміни в німецькому кіно-законодавстві - був підготовлений Маніфест Оберхаузен.

**Арена ді Верона** – третій за величиною амфітеатр в світі, побудований в I столітті нашої ери для битв гладіаторів. У 1913 році в його стінах була поставлена ​​опера «Аїда», яка з тих пір стала найулюбленішою оперою для глядачів, які відвідують вистави під відкритим небом.

За останні 100 років на Арені виступили найвідоміші артисти, і для вистав фестивалю створили грандіозні декорації імениті сценографи. Оскільки фестиваль в далекому 1913 році відкривався оперою Джузеппе Верді «Аїда» в честь 100-річчя від дня народження​​ великого італійського композитора, традиційно в програмі фестивалю присутні твори Верді, серед яких по частоті виконання лідирує, безумовно , «Аїда». Саме тут, на підмостках Арена ді Верона, в 1947 році запалилася зірка Марії Каллас, що дебютувала в опері «Джоконда» італійського композитора Амількаре Понк'єллі [21].

**4. Гастрономічні фестивалі**

**Октоберфест** – це фестиваль, в кожному прояві якого, відчувається істинно німецьке походження, а точніше сказати, мюнхенська. Але його популярність і розмах подолали всі національні кордони, перетворивши в подію світового масштабу, яку шанують і яку наслідують в різних куточках землі. Популярності цього свята так само посприяли німецькі емігранти, які протягом тривалого часу вивозили з собою в інші країни частинку своєї батьківщини [22].

**Божоле Нуво** – щороку, в третій четвер листопада у Франції прийнято відзначати свято молодого вина в невеликому регіоні Божоле, що знаходиться в годині їзди на північ від Ліона.

З цього моменту свято Божоле-нуво вважається офіційно відкритим. Застілля і дегустація алкоголю триває всю ніч [23].

**Taste of London** - головна подія в кулінарному світі Великобританії. 40 кращих ресторанів Лондона готують свої вишукані страви, в тому числі, які не представлені в звичайному меню, під відкритим небом для десятків тисяч гостей.

**Фестиваль морепродуктів на острові Грове** (O Grove) є, мабуть, одним з найбільш глобальних і має вагу кулінарних подій не тільки Галісії, але і всієї Іспанії. Отже, півстоліття щоосені в жовтні фестиваль збирає більше 200 тисяч любителів дарів моря, cеред яких як гості фестивалю, так і експерти зі світовим ім'ям, ресторатори та шеф-кухаря, імена яких знають всі, хто має відношення до гастрономічного бізнесу. Галісія - на третьому місці в «хіт-параді» популярності морської їжі після Японії та Китаю. Безумовно, це допомагає жителям тримати статус регіону з дуже високим рівнем життя, майже як у японців або ісландців. Немає нічого дивного в тому, що морепродукти мають тут особливий статус [24].

**5. Фестивалі та виставки квітів**

**Хемптон Корт –** літня виставка квітів, яка проводиться щорічно під керівництвом Королівського садівницького товариства в палаці Хемптон Корт (Hampton Court Palace) на півдні Лондона є одним з найбільших світових квіткових шоу і дозволяє в повній мірі насолодитися квітковим світом. А також приділити йому кілька прекрасних літніх днів.

**Фестиваль хризантем –** щорічно з середини жовтня до кінця листопада два найстаріших храми Японії перетворюються в справжнє квіткове місто.

Храм Касама Інарі знаходиться в Касамі. Він зустрічає туристів тисячами квітів у горщиках. Незважаючи на те, що вхід на фестиваль безкоштовний, тут є зона, пройти в яку можна, заплативши 800 ієн (близько 250 гривень). А особливість її в тому, що це крита виставка повнорозмірних манекенів, що зображують важливих японських історичних особистостей, які прикрашені квітучими хризантемами [26].

**Виставка тюльпанів** – знаменитий парк цибулинних квітів Кекенхоф давно є обов'язковою програмою для відвідування туристів які приїхали до Голландії навесні. Парк відкритий 8 тижнів, з кінця березня до середини травня і пропонує відвідувачам незвичайну виставку-свято, феєричний танець квітів, що кружляють перед вами в різних формах, фарбах і поєднаннях!

Голандія – перший виробник цибулинних квітів в світі. У парку Кекенхоф представлені близько 7 мільйонів їх представників. крокуси, гіацинти, нарциси, лілії, але найвідомішими і популярними, звичайно ж є тюльпан. На сьогоднішній день існує більше 800 сортів цибулинних квітів, багато з різних таких форм і забарвлень.

**6. Модні покази**

**Тиждень моди** – це подія, коли дизайнери представляють в перший раз публіці свою модну колекцію. Можна сказати, що це свого роду презентація тих речей, які будуть потім продавати в магазинах.

Тиждень моди проходить 2 рази на рік - навесні і восени в багатьох країнах. Є китайський, бразильський, турецький, японський Тиждень моди. Однак найголовнішими містами, де представляють колекції найвідоміші світові дизайнери, є Нью-Йорк, Лондон, Мілан, Париж.

Модні покази жіночого одягу починаються в Нью-Йорку в лютому-вересні, далі проходять в Лондоні, потім в Мілані і закінчуються в Парижі в березні- жовтні. Чоловічий одяг показують в січні і червні.

Також між головними модними тижнями можуть проходити покази міжсезонних колекцій. Однак це скоріше рекламно-комерційний захід, коли дизайнери можуть робити презентації частин своїх колекцій в різних країнах.

Також бувають спеціалізовані тижні моди, присвячені певній одязі - наприклад Тиждень моди в Маямі, де представляють купальники.

Зазвичай на Тижні моди представляють свої колекції «місцеві» дизайнери, але часто буває так, що дизайнери роблять покази в інших містах. Наприклад велика кількість японських дизайнерів зараз показують свої колекції на Тижні моди в Мілані і в Парижі.

**Paris Fashion Week Men's** – модний показ одягу представлений найважливішими будинками моди Франції. На кожному заході проходить понад 100 показів і презентацій, в яких беруть участь 1 000 французьких і іноземних журналістів і близько 10 000 покупців. З двома щорічними зустрічами: січень (колекція осінь / зима) і червень (весняно-літня колекція), щільний календар подій - це демонстрація величезного інтересу чоловіків в цьому секторі.

**7. Аукціони творів мистецтва та антикваріату**

**Аукціон Сотбіс** – перші сто років фірма спеціалізувалася на рідкісних книгах. Засновник Сотбіс, книготорговець Семюель Бейкер, провів свій перший аукціон у Лондоні в 1744 році. Пізніше з'явився і книжковий каталог з фіксованими цінами. А в 1754 виник постійний аукціонний зал: через фірму Бейкера були продані бібліотеки Талейрана і Наполеона.

Фірма стала іменуватися Сотбіс в 1788, коли її очолив племінник Бейкера, Сотбі. Він став займатися і нумізматикою, а також гравюрами. Крістіс і Сотбіс розділили ринок антикваріату: по негласної угоди живопис і меблі відходили до Крістіс, а Крістіс посилала книги до Сотбіс. Конкуренція між аукціонними будинками виникла в 1917, коли Сотбіс вперше почав торгувати картинами. У 2000 році Сотбіс вперше в світі провів торги в Інтернеті.

**Аукціон Крістіс –** не самий старий, але найважливіший арт-аукціон: його засновник першим захопив художній ринок. Джеймс Крісті-старший був сином аристократа і військовим моряком, у відставт тку він вийшов в невисокому чині мічмана. Ще він був близьким другом великого художника Томаса Гейнсборо, а від сучасників отримав прізвисько «короля епітетів» і «солодкомовного брехуна». Свою першу продаж Джеймс Крісті провів в 1766, в Лондоні, і незабаром став монополістом: через нього розпродавали свої колекції і аристократи з дзвінкими прізвищами, і навіть члени королівської сім'ї. Серед іншого він був посередником у продажу колекції колишнього британського прем'єр-міністра Роберта Уолпола, що поклала початок зборам Ермітажу. Заснований Крісті аукціонний будинок залишається номером 1 в арт-світі.

**Аукціон Дрюо –** вперше заявив про себе в 1852 році, коли в старовинному готелі Pinon de Quincy, переобладнаному в аукціонні зали, пішло з молотка майно колишнього короля Франції Луї-Філіпа. Дві статуетки купив Імператор Наполеон III, який теж не зберіг престол - він сам побував на аукціоні. Через Друо було продано спадщина Делакруа, Енгра, речі братів Гонкур і Сари Бернар і картини всіх імпресіоністів. Це самий поважний і великий французький аукціонний будинок. Перед пандемією він проводив до 2000 аукціонів на рік.

**8. Спортивні події**

**Олімпійські ігри** – головна спортивна подія не тільки для спортсменів, які беруть в них участь, але і для більшості людей, які стежать за спортивними баталіями в улюблених видах спорту.

Олімпіаду можна назвати святом спорту, до якого кожні чотири роки долучається все більше і більше людей по всьому світу. Олімпійські ігри, що з'явилися в давнину, збереглися і до наших днів.

**Формула 1** – це чемпіонат світу з кільцевих автоперегонів, який проходить щорічно і складається з етапів – Гран Прі. За підсумками кожного сезону визначають переможця в особистому та командному заліках. Гонщику, який зайняв перше місце в особистому заліку, присвоюється титул чемпіона світу, а команді - Кубок конструкторів.

Під назвою «Формула 1» чемпіонати проходять з 1950-го року, однак і до цього проходили регулярні Гран Прі, але не було централізованої системи нарахування балів за перемоги на етапах.

За Формулою 1 закріпилися назви «королева автоспорту» та «королівські гонки». Це пов'язано з тим, що Формула 1 є найпрестижнішою гоночної серією в світі і найвищою сходинкою кар'єри для більшості автогонщиків.

**9. Фестивалі музики і музичні конкурси**

Музичний фестиваль в Хенлі проходить вже більше 25 років.

В першу чергу захід прославився своєю унікальною плаваючою сценою, де проходить головна частина заходу. Але частина заходів проходить і на інших майданчиках. На фестивалі можна почути класичну музику, рок, поп, джаз, оперу і народну (folk) музику. У програму також входять танці, візуальне мистецтво та комедійні постановки, що робить її універсальною для найвибагливішого глядача.

У ці дні можна бачити вуличні постановки, виступи бродячих артистів і різні художні виставки.

**Конкурс пісні «Євробачення»** – конкурс естрадної пісні серед учасників країн Європи.

У цьому конкурсі беруть участь по одному представнику від кожної з країн-членів «Європейського мовного союзу». Від кожної країни приймає участь один представник (соліст або група не більше 6 учасників), виконуючий пісню тривалістю до трьох хвилин. Після виступу всіх учасників переможна пісня визначається шляхом телеголосування, в якому беруть участь всі країни, які брали участь у фіналі і півфіналі.

Конкурс проходить щорічно, починаючи з 1956 року, і є одним з найбільш популярних неспортивних заходів у світі [27] з аудиторією від 100 до 600 мільйонів глядачів. Євробачення також транслюється поза Європою, в таких країнах як Казахстан, Австралія, Канада, Киргизія, Гонконг, Йорданія, Ліван, Нова Зеландія, Південна Африка, Південна Корея, і США, навіть незважаючи на те, що ці країни не беруть участі в конкурсі. Починаючи з 1999 року конкурс постійно транслюється в мережі Інтернет.

**Міжнародний конкурс імені П.І. Чайковського** – одна з головних подій у світі класичної музики, яка проходить раз на чотири роки. Її мета – представити найталановитіших молодих музикантів не тільки професійного співтовариства, а й широкому загалу. З перемоги на конкурсі почалася успішна кар'єра багатьох всесвітньо відомих артистів: Дениса Мацуєва, Гідона Кремера, Давида Герінгас, Олени Образцової, Зураба Соткилава і багатьох інших.

**Висновки до розділу 2**

1. Подієвий туризм є одним з найбільш давніх видів туризму. Спочатку за своїми формами організаці він не був звичним туризмом у сучасному розумінні, представлений як комерційна діяльність взаємопов'язаних підприємств і організацій туристичної діяльності та пов'язаних з нею економічних галузей. Скоріше, це був масовий самодіяльний туризм, коли тисячі людей відправлялися в подорожі, зацікавлені різними значними подіями або заходами. Вже у стародавні часи переміщення великого числа людей відкривало можливості для підприємницької діяльності в сфері транспорту, розміщення і організації громадського харчування.
2. Через обмеження можливості пересування населення під час пандемії COVID-19 ринок туристичних послуг зазнав великих збитків. Серед усіх напрямків туристичної діяльності подієвий туризм зазнав найбільших втрат, оскільки у минулому році на нього вплинули режим обмежень на поїздки та заборона проведення масових зборів.
3. З послабленням карантинних обмежень кількість туристів почала зростати. Це дає впевненість, що у разі закінчення пандемії, подієвий туризм швидко поверне минулу популярність.

**3. Подієвий туризм в Україні**

**3.1. Види подієвого туризму в Україні**

Практично будь-який регіон України володіє ресурсами, які можуть бути в тій чи іншій мірі використані в туристичних цілях при наявності певних умов соціального, економічного, політичного, технічного, екологічного характеру. Однак ресурсний потенціал туризму в кожному регіоні індивідуальний з огляду на відмінності в складі, кількісних та якісних характеристик туристичних ресурсів [25].

Тематична класифікація видів подієвого туризму та їх приклади в Україні представлені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

**Тематичні види подієвого туризму в Україні**

|  |  |
| --- | --- |
| Тематичний вид  подієвого туризму | Приклад події  в Україні |
| **1. Національні фестивалі і свята** | **«Новий рік»** |
| «Івана Купала» |
| **2. Театралізовані шоу** | **Міжнародний театральний фестиваль «Мельпомена Таврії»** |
| **Фестиваль молодіжних театрів «Рампа»** |
| **3. Фестивалі кіно і театру** | **Фестиваль класичного німого кіно «Німі ночі»** |
| **Одеський міжнародний кінофестиваль** |
| **4. Гастрономічні фестивалі** | Львівський кавовий фестиваль |
| **Закарпатське божолє(дегустація молодих закарпатських вин)** |
| **5. Фестивалі та виставки квітів** | Ярмарок тюльпанів «XI Традиційний ярмарок тюльпанів» |
| **Виставка квітів «Flower Expo Ukraine»** |
| **6. Модні покази** | **Показ моди «Український Тиждень Моди»** |
| **Показ моди «KYIV FASHION»** |
| **7. Аукціони творів мистецтва та антикваріату** | **Електронні аукціони «PROZORRO»** |
| **Аукціон «SkyLots»** |
| **8. Спортивні події** | **Чемпіонат Європи з футболу «Євро 2012»** |
| **Фінал Ліги чемпіонів УЄФА 2018** |
| **Ралі «Галіція»** |
| **9. Фестивалі музики і музичні конкурси** | **Рок-фестиваль** «Бандерштат» |
| Джазовий фестиваль «Leopolis Jazz Fest» |
| Оперний фестиваль «Операфест Тульчин» |

**1. Національні фестивалі і свята**

**Новий рік** – **відзначається в ніч із 31 грудня на 1 січня. 1 січня – державний вихідний день. Традиційно, більшість жителів нашої країни святкують новий рік у сімейному колі.**

**Головна ялинка країни встановлюється у місті Києві, на Софіївській площі (до 2015 року її встановлювали на Майдані Незалежності).**

**Коли українські землі були складовою Великого князівства Литовського, почалося святкування Нового року, з 1 січня 1362 року. У складі Російської імперії цю дату відродив Петро Великий у 1700 року. В Українській РСР з 1948 року 1 січня на офіційному рівні стало святковим та вихідним днем. З того моменту в Україні утвердилася більшість новорічних традицій, які збереглися до наших днів.**

**Івана Купала** – в ніч з 6 на 7 липня Україна святкує давнє східнослов’янське свято Івана Купала. Його пов’язують з літнім сонцестоянням.

Головна ідея свята – очищення за допомогою вогню та води. Здавніх часів люди вірили, що в ніч на [Івана Купала](https://1plus1.ua/snidanok-z-1-1/novyny/svyato-ivana-kupala-yak-pokrashchiti-dolyu-ta-zayti-sudzhenogo) прокидається вся нечиста сила: водяні, русалки, відьми. Традиційно на Івана Купала палять вогнища та стрибають через них, плетуть вінки, водять хороводи, обливаються джерельною водою, шукають «цвіт папороті» та збирають інші трави [7].

**2. Театралізовані шоу**

**Мельпомена Таврії** – міжнародний театральний фестиваль, який проходить щорічно у Херсоні. Заснований у 1999 році. За 22 роки існування проведено близько 440 вистав за участі понад 190 театрів.  
Метою фестивалю «Мельпомени Таврії» є популяризація мистецтва, обмін досвіду між різними творчими колективами, ознайомлення глядачів із цікавими виставами театрів із різних регіонів України та інших країн.  
У межах фестивалю відбувається конкурсний огляд театральних прем’єр. Експертна рада відзначає кращих акторів, сценографію, та режисерське оформлення. Переможці отримують дипломами. Окрім того, традиційними для фестивалю є вулична хода, гала-концерти, присвячені відкриттю і закриттю цього фестивалю присутня зелена зона та багато іншого [8].

**Рампа** – щорічний міжнародний фестиваль молодіжних театрів, що проводиться у Дніпрі. Фестиваль було започатковано 1993 року з ініціативи Дніпропетровської обласної молодіжної організації "Дніпровська спілка молоді". Відтоді «Рампа» проводиться щороку у квітні в приміщенні Дніпровського академічного театру драми і комедії. Триває фестиваль тиждень. Для участі в ньому запрошуються молодіжні аматорські театри України та зарубіжжя. Переважно у фестивалі беруть участь театри України, хоча за всю історію фестивалю на ньому також виступали колективи із Грузії, Молдови, Литви і Великої Британії.

Ідея фестивалю належить його першому директору, на той час заступнику секретаря «Спілки» Олександру Росю та його першому режисеру, заслуженому працівнику культури України, режисеру театру «Маски» Ігорю Трахту. «Рампа» має на меті підтримку розвитку молодіжних аматорських театрів в України, зміцнення культурних звязків з сусідніми країнами, пошук та відкриття молодих талантів, створення умов для самореалізації українських молодих виконавців та плідної співпраці самодіяльних театрів України, сприяння естетичному й моральному розвитку молоді [12].

**3. Фестивалі кіно і театру**

**Німі ночі** – **це фестиваль німого кіно та сучасної музики який проходить у Літньому театрі наприкінці червня. Це єдиний в Україні та найбільший у Східній Європі захід із популяризації архівного кіно.**

**Мало хто знає, але українське німе кіно народилося саме в Одесі, тож організатори проводять фестиваль саме у цьому місті. Організатори показують глядачеві шедеври авангардного кінематографа.**

Одеський міжнародний кінофестиваль – один із найбільших глядацьких кінофестивалів у Східній Європі, який щорічно проходить у кінематографічній столиці України – місті Одеса.

ОМКФ був створений у 2010 році задля популяризації якісного інтелектуального кіно серед українських глядачів, а також з метою підтримки та розвитку українського кінематографа у країні та за кордоном. За роки існування фестивалю вдалося стати найяскравішою кіноподією літа в Україні, а також міцно закріпитися на світовій кіномапі.

У різні роки гостями Одеського міжнародного кінофестивалю були Катрін Деньов, Крістофер Хемптон, Пітер Грінуей, Кілліан Мерфі, Кшиштоф Зануссі, Джон Малкович, Роуз МакГавен, Ерік Робертс, Клаудіа Кардіналле, Деріл Ханна, Даррен Аронофскі, Рутгер Хауер, Пітер Веббер, Йос Стеллінг, Джеральдіна Чаплін, Ейдан Тернер та інші [4].

Дев’ять днів Одеського міжнародного кінофестивалю – це ексклюзивні прем’єри фільмів, майстер-класи від провідних українських та світових кінопрофесіоналів, яскраві навколофестивальні події.

**4. Гастрономічні фестивалі**

**Львівський кавовий фестиваль** – проводиться у другій половині вересня. Основне завдання цього фестиваль – зібрати разом всіх, хто цікавиться культурою приготування та споживання ароматного напою. Тут своїми секретами діляться професіонали та експерти, а цінителі кави можуть порівняти незвичайні сорти та методи її заварювання.

Також на гостей чекають смачні частування, десерти, шоколад. Разом з кавою можна купити все необхідне обладнання та аксесуари для приготування кави вдома. Свої презентації та дегустації влаштовують різні гастрономічні бренди [9].

**Фестиваль молодого вина «Закарпатське Божоле»** – свого роду прототип тих свят, які традиційно відзначаються в Європі в знак збору нового врожаю вина і меду. Закарпатський фестиваль проводиться в «Совиному гнізді». У цьому місці торговці розгортають свої намети і шатра.. Зовсім недавно гостям стали пропонувати і хлібобулочні вироби – саморобні пряники, бублики і пиріжки з різноманітними начинками.

Захід проходить протягом 2-х днів і обов'язково припадає на вихідні дні. Взагалі, **Божоле** в традиційному європейському розумінні, відзначається по закінченні 6-ти тижнів після збору врожаю винограду, за цей період дозріває молоде вино, яке обов'язково збирає величезну кількість відвідувачів фестивалю [17].

**5. Фестивалі та виставки квітів**

**Традиційний ярмарок тюльпанів** – ярмарок тюльпанів який проходить на початку травня у парку «Співоче поле» Печерського ландшафтного парку.Кожного року організатори садять понад 700 тисяч квітів.

**Flower Expo Ukraine** – найбільша провідна виставка квіткового бізнесу, садівництва, та флористики в Україні.

З самого початку заопочакування виставки, а саме з 2006 року, її організовують під патронатом Союзу Українських Квіткарів. Ця виставка зайняла гідне місце серед провідних подій усього садівничого та квіткового регіону Східної Європи.

Велика кількість українських та закордонних компаній щорічно бере участь у Flower Expo Ukraine. У 2019 році брали участь 97 компанії з 7 країн світу, а кількість відвідувачів склала 9155 осіб.

Відвідувачі з усієї України та багатьох інших країн регулярно приїздять на виставку. Цей захід став для них джерелом нової продукції, платформою для встановлення нових контактів, ресурсом актуальної ринкової інформації та можливістю відвідати багаточисельні флористичні демонстрації [30].

**6. Модні покази**

**Український Тиждень Моди** – заснований у 1997 році та був першим тижнем моди у Східній Європі.

Це унікальний для Україні захід, який відповідає світовим стандартам показів мод, проходить двічі на рік, збирає понад 50 учасників, акредитовує більше сотні українських та міжнародних медіа та який кожен рік відвідує понад семи тисяч гостей.

Перший показ відбувся у листопаді 1997 року .

**KYIV FASHION** –це не тільки можливість побачити трендові новинки та колекції, але й унікальний шанс познайомитися з власниками компаній, укласти вигідні контракти тут та зараз, погодити графік постачання.

**7. Аукціони творів мистецтва та антикваріату**

**PROZORRO** – це зворотній аукціон, в якому учасники змагаються за право постачати замовнику певний товар чи послугу. Перемагає той, чия ціна в результаті виявиться найнижчою, а технічні характеристики товару або послуги відповідають тим, що заявлені замовником в тендерній документації [1].

**SkyLots** **– великий інтернет-аукціон України. Тут можна продати або придбати речі, не встаючи з місця, в короткий термін і в будь-який куточок країни.**

**Великий асортимент товарів на торговому майданчику також дає можливість легко вести власний онлайн бізнес не докладаючи великих зусиль, а ще бути в курсі останніх модних новинок, актуальних пропозицій та вигідних лотів.**

**8. Спортивні події**

**Фінал Ліги чемпіонів УЄФА 2018 – фінал найпрестижнішого європейського турнірніру з футболу, що проводиться УЄФА для найкращих команд Європи відбувся в Києві в кінці травня 2018 року. Експерти та футбольні фанати високо оцінили рівень організації спортивної події.**

**Євро 2012** – чотирнадцятий [чемпіонат Європи](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B5%D0%BC%D0%BF%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D1%82_%D0%84%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B8_%D0%B7_%D1%84%D1%83%D1%82%D0%B1%D0%BE%D0%BB%D1%83) з футболу серед національних збірних, фінальна частина якого відбулася в [Україні](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B0) та [Польщі](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%89%D0%B0) з [8 червня](https://uk.wikipedia.org/wiki/8_%D1%87%D0%B5%D1%80%D0%B2%D0%BD%D1%8F) по [1 липня](https://uk.wikipedia.org/wiki/1_%D0%BB%D0%B8%D0%BF%D0%BD%D1%8F) [2012](https://uk.wikipedia.org/wiki/2012) року. Матчі проходили на стадіонах міст Києва, Донецька, Харькова та Львова.

**9. Фестивалі музики і музичні конкурси**

Бандерштат – ­ безалкогольний рок-фестиваль на Волині вважається сімейним – вхід для дітей віком до 12 років безкоштовний. Хоч і здається, що фестиваль за містом – на нього можна потрапити через міст біля центрального парку. На «Бандерштаті» традиційно три сцени: головна, Urban та «Тиха». Також багато зустрічей та дискусій із запрошеними гостями, які називають «гутірки». Для найменших відвідувачів фестивалю – дитяче містечко.

**Leopolis Jazz Fest** – Раніше відомий за назвою «Alfa Jazz Fest», міжнародний джазовий фестиваль щорічно проходить у Львові, п'ять днів триває цей фестиваль. Виступи відбуваються прямо у місті на трьох сценах: у парку, на центральній площі Львова – площі Ринок – та в історичній частині міста – у дворику палацу Потоцьких. Вхід на дві останні сцени – вільний. В 2016 році Британська газета «The Guardian» включала цей фестиваль до списку найкращих фестивалів Європи.

**Операфест Тульчин** – одна з найнезвичайніших музичних подій літа. Вона відбудеться у подільському «Версалі» – Палаці Потоцьких.

На фестивалі представлена класична музика та її сучасні інтерпретації, популярні мюзикли, виступи симфонічних оркестрів, хорових колективів та найкращих оперних солістів України та Європи.

**3.2.Географія подієвого туризму в Україні**

Останні роки фестивальний рух в Україні є одним з провідних видів туризму. За підрахунками дослідників, щороку проводиться близько сотні щорічних фестивалів.

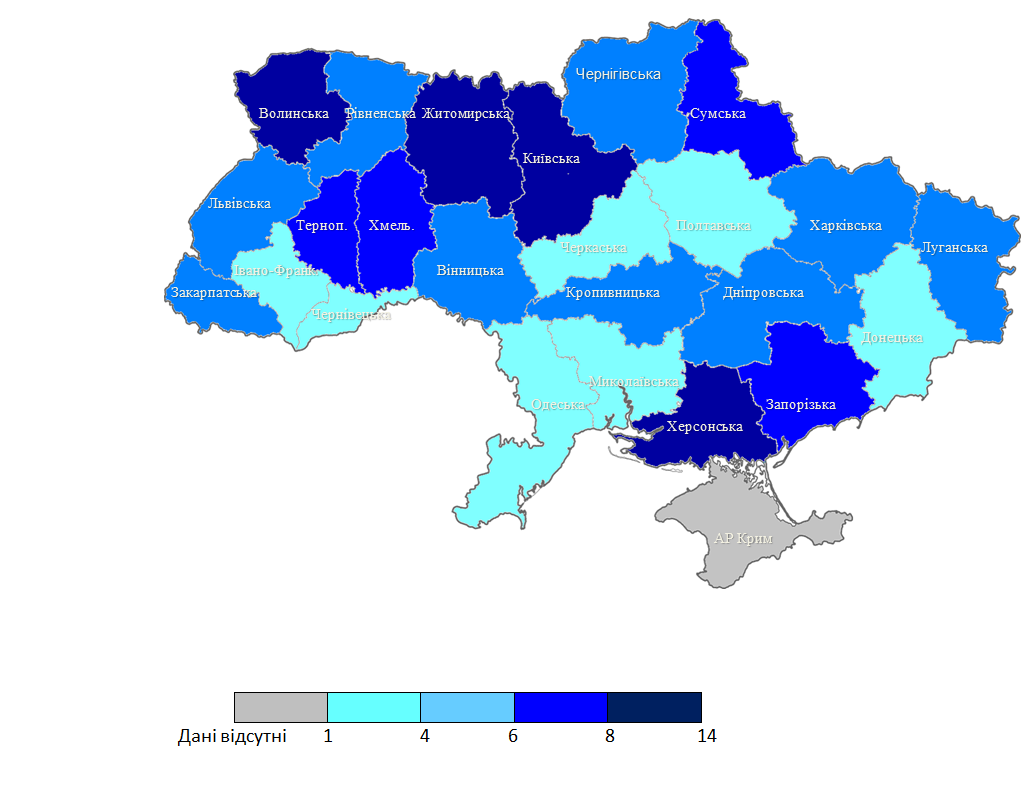


Рис. 3. 1*.*Кількість щорічних фестивалів в Україні у 2018 році [8]

Аналізуючи дану карту можна сказати, що найбільша кількість фестивалів проводиться у Київській, Житомирській, Волинській та Херсонській областях. Велика кількість фестивалів спостерігається на півночі України, що можна пояснити розташуванням у цій частині країни Києва. Найменша кількість фестивалів спостерігається у центральній Україні.

Географія фестивального туризму здебільшого пов’язана зі збереженням етнокультурної мозаїчності етносів України, територіально локалізується в межах окремих етнографічних регіонів, адміністративно-політичних одиниць. Ініціаторами проведення та організаторами фестивалів можуть бути державні структури, бізнес структури, релігійні структури, благодійні фонди, політичні партії, громадські рухи, громадські організації, приватні особи. Проведення фестивалів може переслідувати різні цілі: політичні, економічні, соціальні, освітні. При цьому в кінцевому підсумку фестивальні заходи популяризують країну, регіон, місто, конкретне місце (дестинацию), залучаючи значні туристські потоки.

Підґрунтям для розвитку фестивального туризму в Україні та її регіонах є збережені етнічні та релігійні традиції. Однак, як зазначає О.І. Дутчак, на сучасному етапі розвитку фестивалі вже вийшли за межі музичних та мистецьких заходів локального характеру і сформували власні пропозиції туристичного продукту, долучаючи нові фестивальні пропозиції.

Фестивальний рух створює додаткову зацікавленість для подорожі до певної місцевості як національними, так і закордонними туристами. Варто зазначити, що новостворені та відроджені свята роблять значний внесок у розвиток і популяризацію національної культури на міжнародному рівні. Обрядові та нові святкування мають великий потенціал для розвитку галузі туризму, оскільки є своєрідним відгуком суспільства на туристичні запити та, крім рекреаційних аспектів, сприяють ідентифікації нації та популяризують потенційні туристичні ресурси регіонів.

Як і в будь-яких інших країнах світу, не меншу роль у формуванні загального уявлення про Україну та українську популярну культуру серед її громадян та решти світу відіграє подієвий туризм. Після розпаду Радянського Союзу, у 1992 році Олег Кучеренко здобув першу в історії незалежної України Олімпійську золоту медаль, починаючи з цієї перемоги, олімпійська збірна України жодного разу не залишалася без олімпійської перемоги.

Найпопулярнішим видом спорту в Україні є футбол, саме з цього виду спорту у нашій країні відбулася найпопулярніша спортивна подія Європи а саме «Євро – 2012» разом з Польщею Україна приймала фінальну стадію турніру. Матчі проходили на стадіонах чотирьох міст, які можна побачити на рис. 3. 2.

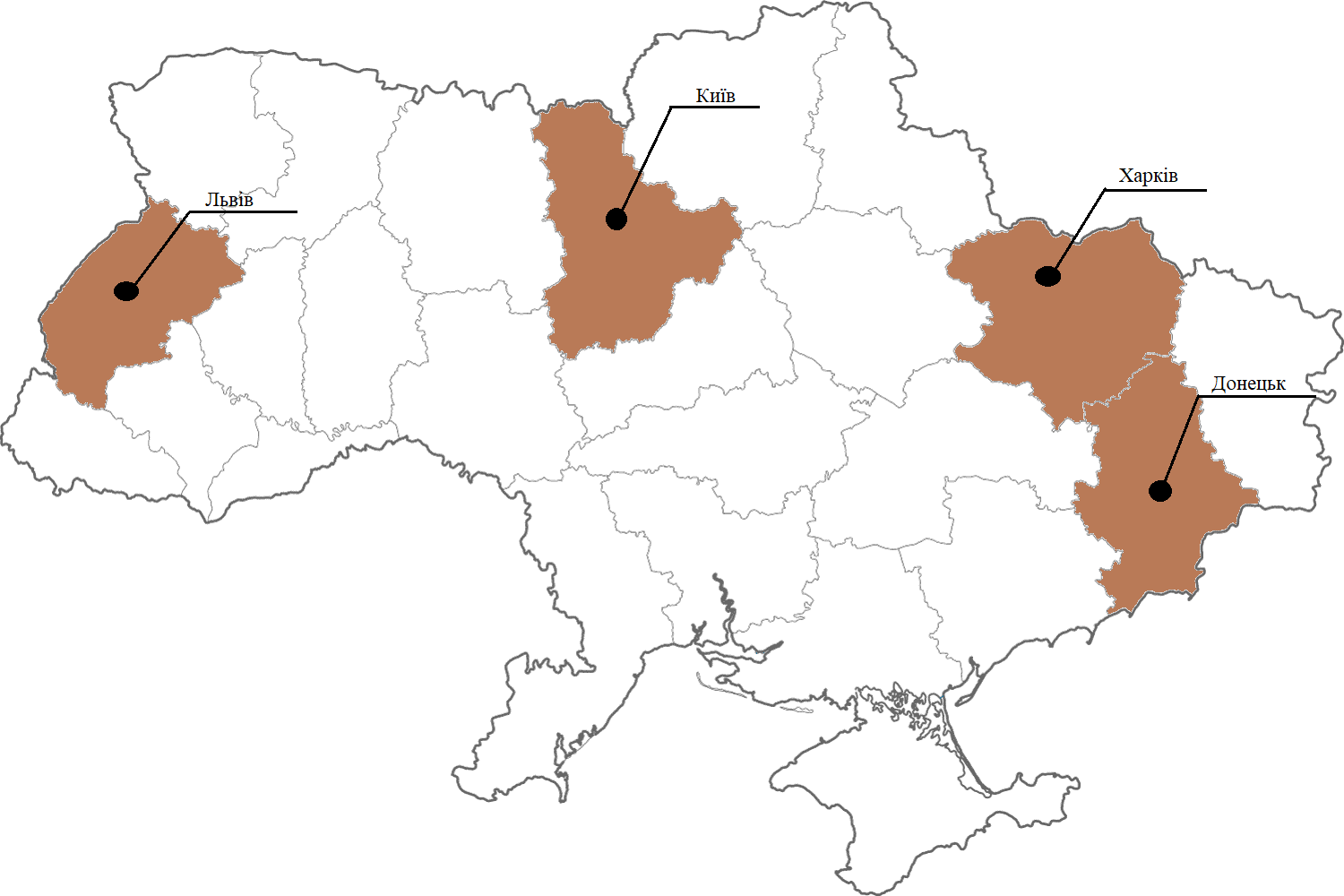


Рис. 3. 2*.* Міста які приймали матчі «Євро – 2012» (складено автором)

Чернігівщина не може запропонувати багато престижних чи відомих спортивних подій. Проте спортивні події місцевого чи обласного значення проводилися регулярно, щоправда із-за карантинних обмежень кількість таких подій значно скоротилася.

Найвідомішою спортивною подією на Чернігівщині є домашні матчі Чернігівського футбольного клубу «Десна», на матчі якої до пандемії приходило 3500-4000 глядачів за гру (рис. 3.3.)



Рис. 3. 3*.* Стадіон ім. Ю. Гагаріна в Чернігові

**3.3 Проблеми та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні**

У всьому світі подієвий туризм є не лише вагомою іміджевою складовою країни чи міста, а й способом розвитку економічного середовища та прибутковим бізнесом.

Успішно організовані і по всьому світу залучають мільйони туристів, забезпечуючи тим самим постійний приплив іноземних інвестицій. Наприклад, взяти всім відомий Октоберфест у Мюнхені щороку збирає шість мільйонів людей, з яких 30% – туристи з інших країн. Або Бразильський фестиваль, на феєричність якого з'їжджаються подивитись туристи зі всього світу. Усі ці заходи не лише залучають гроші до країни, а й щороку забезпечують тисячі робочих місць [13].

Щодо України, справи з подієвим туризмом, як, втім, і зі звичайним, не такі хороші, як хотілося б, однак, перспектива розвитку саме цієї галузі є величезною.

В Україні щороку проводять понад 300 фестивалів. Деякі з них безкоштовні. Квитки на інші можуть коштувати кілька тисяч гривень.

Столиця була і залишається центром наймасштабніших заходів. Останнє нововведення, яке передбачає співпрацю з органами влади та актуалізації ідей у ​​напрямі туризму – дало свої плоди. Яскравими прикладами стали: «Фестиваль писанки», «Don't take fake», «Новий рік між двома дзвінами», «The New Old Baraholka», «ГогольФест», «Made in Ukraine» та багато інших. З останніх успішно реалізованих стали музичні фестивалі U-park та Atlas weekend, які за 4 дні проведення зібрали на своїх майданчиках понад 100 тис. меломанів.

Щодо освіти в організації івентів, то тут також є позитивні результати. Приміром, починаючи з літа 2016 року, було запущено інтенсивне навчання івенторів ad4event, спікерами якого виступили організатори та власники івент-агенцій з усієї України .

Чималих висот у напрямі подієвого туризму досяг південний регіон. Головними подіями, які щороку приваблюють безліч туристів стали Z-Games і Crazy Days. Нині вони вважаються наймасштабнішими культурно-спортивними фестивалями міжнародного рівня. Як показує досвід, фестивалі не лише виправдовують очікування організаторів, а й можуть стати найголовнішим івент-бумами прибережних регіонів нашої країни [28].

Головної атракцією України можна назвати місто Львів, яке щороку проводить понад 100 різноманітних заходів: фестивалі кави, вина, шоколаду, медіа та книжкові форуми, велопробіги. Один із наймасштабніших заходів – великий джазовий фестиваль Alfa Jazz Fest, який британське видання The Guardian внесло до топ-10 джазових подій Європи 2016 року. Ключовими моментами у розвитку подієвого туризму Львова стали два документи: Програма розвитку туристичної галузі та Комплексна стратегія розвитку Львова на 2012-2025 роки. (обидва документи прийнято у 2011 р.). Відповідно до цих документів у 2014 році на різні програми з міського бюджету виділено 1,5 млн грн, а у 2015 році – 1,8 млн грн.

Насамперед слід систематизувати та організувати всю інформацію, а також скласти чіткий план дій. Якщо розглядати конкретно Київ, то тут варто почати з класифікації туристичних залучень.

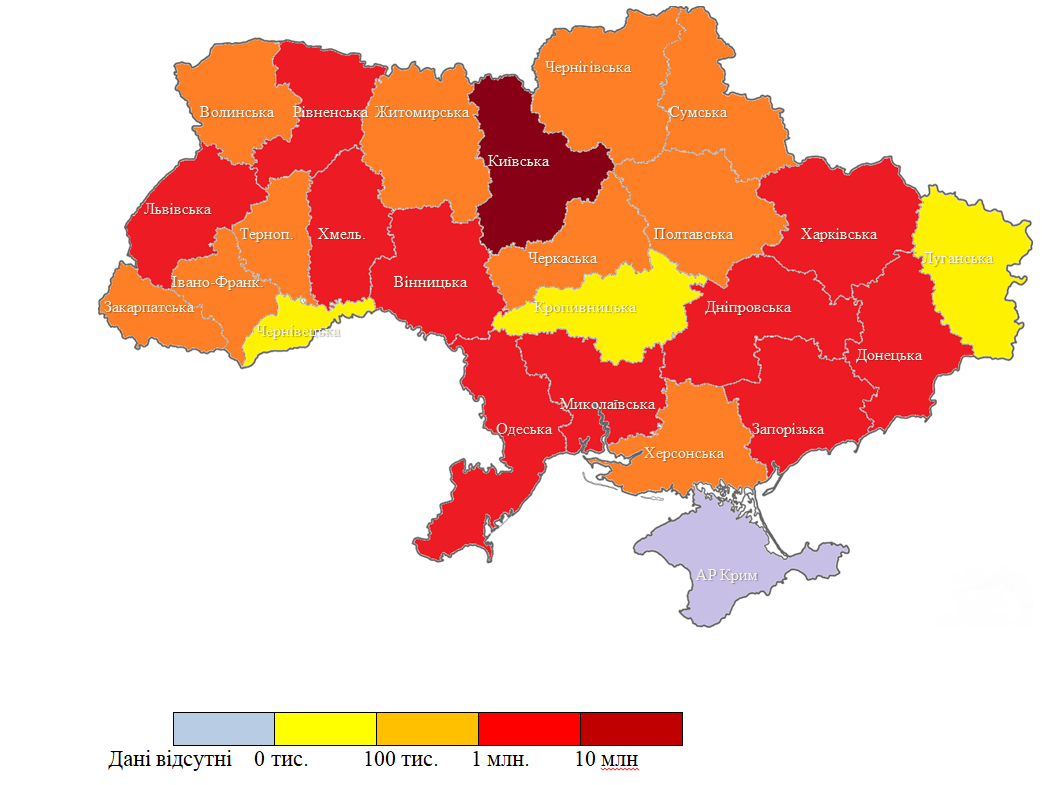
Далі, з урахуванням кожного напряму, потрібно знайти нові родзинки міста та включити їх у загальний розвиток культурної спадщини України. Таким чином, можна сформувати спільний список визначних пам'яток та заходів, які зможуть підняти імідж України серед інших країн.

Завершальним кроком стане формування медіа-плану, який включатиме активності щодо головних атракцій міста. Цільова аудиторія в основному формуватиметься з урахуванням напрямку: якщо це фестиваль, концерт - фанати, ділові заходи – його відвідувачі тощо. Основними інструментами у просуванні стануть розміщення інформації про пам'ятки міста у ЗМІ, на рекламних майданчиках, а також до закладів, які обслуговують туристів (готелі, туристичні агенції). Таким чином, місто просуватиметься через його ключові заходи з річного календаря. Йдеться про просування як усередині України, так і за її межами (якщо це буде можливо згідно медіа-плану та бюджету).

Проте часто такі заходи повністю або частково фінансуються з бюджету.

Одразу слід зазначити, те, що фестиваль який було частково організовано за кошти бюджету, не означає, що організатори будуть наживатися на квитках і отримувати надприбутки.Досить часто кошти від держави є невеликою допомогою яка підтримує культуру і робить квитки на захід більш менш доступними. Або ж покращує умови для відвідувачів чи облаштування території.

За даними електронного майданчику комерційних та державних тендерів «Prozorro» За останні три роки на закупівлі організації фестивалів Державне фінансування склало понад 350 млн грн. Найбільше грошей пішло на це у 2019 році – 173 млн грн. У карантинний 2020 рік витратили у понад вдвічі менше – лише 82 млн грн,  бо частину фестивалів скасували, провели онлайн або перенесли . Найбільше бюджетних коштів на організацію та проведення фестивалів у 2020 році витратитили в Київській (43 млн грн), Донецькій (8 млн грн)   та Одеській (7 млн грн) областях.  Найменше – у Кіровоградській (20 тис. грн), Чернівецькій  (64 тис. грн) та Луганській (73 тис. грн) [15].



## Рис. 3. 1*.* Витрати бюджетних коштів на фестивалі у 2020 році за даними електронного майданчику комерційних та державних тендерів «Prozorro»(По областях) [29].

Через обмеження можливості пересуваняя населення під час пандемії

COVID-19 ринок туристичних послуг зазнав величезних втрат. Серед усіх видів туристичної індустрії подієвий туризм зазнав втрат більше за інші, оскільки у 2020 році на подієвий туризм негативно вплинули режим обмежень на поїздки та заборона проведення масових зборів. Все це вимусило організаторів заходів шукати та знаходити нові форми та інструменти для їх просування та проведення.

При цьому багато живих заходів відбулися під час часткового зняття

обмежень і появи так званого вікна в літньо-осінній період. Водночас можна відзначити підвищення інтересу до подієвого туризму у регіонах України. Багато експертів пов'язують з цим напрямком галузі активне відновлення туріндустрії та економіки країни. І це невипадково. Практика останніх років показує, що саме туристичні події є фактором розвитку території та просування об'єктів туристичної інфраструктури області або міста. Наприклад, як тільки було оголошено про те, що у 2021 році будуть проходити турніри по спортивній рибалці на Мар'янівському водосховище, так відразу зріс попит на об'єкти проживання, розташовані в селі Мар'янівка яке знаходиться поблизу місця для проведення події.

Після послаблення карантинних обмежень в Україні спостерігаються наступні тенденції:

## У більшості областей України організатори заходів усвідомили важливість стратегічного підходу до просування своїх туристичних подій. Вже до початку року для багатьох заходів було розроблено медіаплани, а для найуспішніших подій – комунікаційні стратегії.

## У переважній більшості регіонів ще наприкінці минулого року сформовано календарі подій. Важливо відзначити і те, що до його складу стали ставитися набагато серйозніше, використовуючи проектний метод та конкурсний підхід.

## Організатори подій стали застосовувати всі доступні онлайн-ре сурси для привернення уваги до своїми заходами.

## Зріс інтерес до туристичних подій з боку професійної туристичної спільноти, збільшилася кількість турів на фестивалі, ярмарки та свята.

## Під час планування заходів нового сезону організатори туристичних подій стали приділяти більше уваги переформатуванню програм фестивалів та свят з урахуванням запитів цільових аудиторій. Важливо відзначити, що багато хто з них активно використовує підготовчий період для виявлення думок учасників заходів та їх аналізу.

**Висновки до розділу 3**

1. В Україні виділяють такі тематичні види подієвого туризму: 1) національні фестивалі і свята; 2) театралізовані шоу; 3) фестивалі кіно і театру; 4) гастрономічні фестивалі; 5) фестивалі та виставки квітів; 6) модні покази; 7) аукціони творів мистецтва та антикваріату; 8) спортивні події; 9) фестивалі музики і музичні конкурси.
2. В Україні щороку проводять понад 300 фестивалів. Географія фестивального туризму здебільшого пов’язана зі збереженням етнокультурної мозаїчності етносів України, територіально локалізується в межах окремих етнографічних регіонів, адміністративно-політичних одиниць. Так у 2018 році найбільша кількість фестивалів була проведена у Київській, Житомирській, Волинській та Херсонській областях. У 2020 році найбільше державних коштів на проведення фестивалів отримав південний регіон України, а найменше – північний, за вийнятком Києва.
3. Найпопулярнішим видом спорту в Україні є футбол, саме з цього виду спорту у нашій країні відбулася найпопулярніша спортивна подія Європи а саме «Євро – 2012» разом з Польщею Україна приймала фінальну стадію турніру. Матчі проходили на стадіонах чотирьох міст: Київ, Харків, Львів, Донецьк.
4. На території Чернігівщини проводиться велика кількість спортивних подій, проте не всі з них можуть залучити туристів з інших регіонів та із-за кордону. Особливий інтерес становлять ті спортивні події, які проводяться в обласному центрі особливості зокрема це футбольні матчі місцевого клубу.
5. На відміну від країн Західної Європи в Україні подієвий туризм поки не отримав великого розвитку.

# ВИСНОВКИ

1. **Подієвий туризм - це вид туризму орієнтований на відвідування місцевості у певний час, пов'язаний з якоюсь подією. У світі безліч країн, і в кожній з них відбуваються події в галузі культури, спорту, мистецтва, що може бути історичною, культурною чи спортивною цінністю.**
2. Подієвий туризм є відносно молодим та цікавим напрямком. Ексклюзивні тури, що поєднують у собі традиційний відпочинок та участь у найвидовищніших подіях планети, серед яких: гонки Формула-1 та футбол, чемпіонати з різних видів спорту та Олімпіади, яскраві шоу та концерти зірок зі світовим ім'ям, барвисті карнавали та фестивалі, конкурси краси та покази мод, художні та ділові виставки – все це стосується подієвого туризму.
3. Дослідження географічних аспектів розвитку подієвого туризму проводилося у чотири етапи: теоретичному (формуванню концепції дослідження); оціночному (аналізі географічних особливостей туризму, чинників впливу і формуванню фестивального туризму); аналітичному (дослідженню подієвих об’єктів); конструктивному (концепції розвитку подієвого туризму та написанні рекомендацій щодо використання подієвих ресурсів).
4. Подієвий туризм є одним з найбільш давніх видів туризму. Спочатку за своїми формами організаці він не був звичним туризмом у сучасному розумінні, представлений як комерційна діяльність взаємопов'язаних підприємств і організацій туристичної діяльності та пов'язаних з нею економічних галузей. Скоріше, це був масовий самодіяльний туризм, коли тисячі людей відправлялися в подорожі, зацікавлені різними значними подіями або заходами. Вже у стародавні часи переміщення великого числа людей відкривало можливості для підприємницької діяльності в сфері транспорту, розміщення і організації громадського харчування.
5. В Україні виділяють такі тематичні види подієвого туризму: 1) національні фестивалі і свята; 2) театралізовані шоу; 3) фестивалі кіно і театру; 4) гастрономічні фестивалі; 5) фестивалі та виставки квітів; 6) модні покази; 7) аукціони творів мистецтва та антикваріату; 8) спортивні події; 9) фестивалі музики і музичні конкурси.
6. В Україні щороку проводять понад 300 фестивалів. Географія фестивального туризму здебільшого пов’язана зі збереженням етнокультурної мозаїчності етносів України, територіально локалізується в межах окремих етнографічних регіонів, адміністративно-політичних одиниць. Так у 2018 році найбільша кількість фестивалів була проведена у Київській, Житомирській, Волинській та Херсонській областях. У 2020 році найбільше державних коштів на проведення фестивалів отримав південний регіон України, а найменше – північний, за вийнятком Києва.
7. Столиця була і залишається центром наймасштабніших заходів. Яскравими прикладами стали: «Фестиваль писанки», «Don't take fake», «Новий рік між двома дзвінами», «The New Old Baraholka», «ГогольФест», «Made in Ukraine» та багато інших. З останніх успішно реалізованих стали музичні фестивалі U-park та Atlas weekend, які за 4 дні проведення зібрали на своїх майданчиках понад 100 тис. меломанів.
8. Найпопулярнішим видом спорту в Україні є футбол, саме з цього виду спорту у нашій країні відбулася найпопулярніша спортивна подія Європи а саме «Євро – 2012» разом з Польщею Україна приймала фінальну стадію турніру. Матчі проходили на стадіонах чотирьох міст: Київ, Харків, Львів, Донецьк.
9. На території Чернігівщини проводиться велика кількість спортивних подій, проте не всі з них можуть залучити туристів з інших регіонів та із-за кордону. Особливий інтерес становлять ті спортивні події, які проводяться в обласному центрі особливості зокрема це футбольні матчі місцевого клубу.
10. На відміну від країн Західної Європи в Україні подієвий туризм поки не отримав великого розвитку.
11. Через обмеження можливості пересування населення під час пандемії COVID-19 ринок туристичних послуг зазнав великих збитків. Серед усіх напрямків туристичної діяльності подієвий туризм зазнав найбільших втрат, оскільки у минулому році на нього вплинули режим обмежень на поїздки та заборона проведення масових зборів.
12. З послабленням карантинних обмежень кількість туристів почала зростати. Це дає впевненість, що у разі закінчення пандемії, подієвий туризм швидко поверне минулу популярність.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артюх Д.В. Событийный туризм в России и за рубежом. URL: http://edu.secna.ru/media.pdf. (дата звернення 15.11.2021).
2. Бабакін О.В. Спеціальні види туризму. URL:http://infotour.in. ua /babkin.htm (дата звернення 20.11.2021).
3. Бабкін А.В. Специальные виды туризма : Навчально-методичний посібник. Ростов-на-Дону: 2013. 252 с.
4. Бизимова І.Н. Событийный туризм как особый вид туризма: Вістник Іркутського університету. Іркутськ: 2016. 177-178 с.
5. Біржаков М.Б. Событийный туризм: карнавалы в истории и со- временном туризме: Навчально-методичний посібник: 2014. 111 с.
6. Булганина. С.В. Событийный туризм: история и перспективы раз- вития: Наукознавство. Нижній Новгород: 2015. 17-21 с.
7. Ляпіна Ксенія. Коли Івана Купала 2021: традиції і цікаві прекмети. URL: https://1plus1.ua/novyny/ivana-kupala-2021-data-tradicii-i-viruvanna (дата звернення 20.11.2021).
8. Мельпомена Таврії. URL: https://melpomena.ks.ua/ (дата звернення 20.11.2021).
9. Найкращі гастрономічні фестивалі україни. URL: https://ukrprokat.com/blog/najkrashhi\_gastronomichni\_festivali\_uk rajini.html (дата звернення 20.11.2021).
10. Одеський міжнародний кінофестиваль. URL: https://oiff.com.ua/oiff/about.html (дата звернення 20.11.2021).
11. Паньків Н.Є. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні на прикладі розробленого івент-туру «Відкрий для себе Покуття»: Науковий вісник. Львів: НЛТУ, 2018. 78-82 с.
12. Рампа. URL: https:// rampa-festival.html (дата звернення 20.11.2021).
13. Семенов В.Ф., Балджи М.Д., Мозгальова В.М. Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності: Монографія. Одеса: Видавництво «Optimum». 2008. 201 с.
14. Сондер.М. Івент-менеджмент: 2015. 506 с.
15. Українська Радянська Енциклопедія. URL: https://leksika.com.ua /11941218/ure/novgorod-siverskiy\_rayon (дата звернення 22.11.2021).
16. Ушакова Е.О. Определение туристической привлекательности региона по величине потенциала ресурсов развития туризма. URL : www.science-education.ru/115-12214 (дата звернення 20.11.2021).
17. Фестиваль молодого вина «Закарпатське божоле – 2016» . URL: https://vv-hotel.com/ua/121/ (дата звернення 24.11.2021).
18. Фролов Д.П. Еталонна маркетингова стратегія регіону: синтез найкращих світових практик. Регіональна економіка: теорія та практика: 2016. 18-32 с.
19. Хамініч С.Ю. Ефективність методів управління маркетингом у сфері туризму: Південноукраїнський правничий часопис: 2007. 210-218 с.
20. Харічков С.К. Проблемні питання сталого розвитку рекреаціях та туризму в Україні: Туристично-краєзнавчі дослідження. 2009. 68 с.
21. Ходаківська В.П. Ринок фінансових послуг: Ірпінь: Академія ДПС України. 2015. 501 с.
22. ХолловейДж. К., Тейлор Н. Туристический бизнес: Пер.с 7-го англ. изд. К.: Знання. 2007. 798 с.
23. Хухлиндіна Л.М., Гайдукевич Л.М. Культурное наследие в туризме: Навчально-методичний посібник. Мінск : БГЄУ, 2015. 126 с.
24. Цьохла С.Ю. Активізація та розвиток інвестиційної діяльності в сфері курортно-рекреаційного господарства: Практика та досвіт. 2016. 6-10 с.
25. Чайка Ю.Б. Особливості подієвого туризму в Україні. Тернопіль: ТНЕУ, 2019. 54 c.
26. Шепелюк С. І. Особливості становлення та розвитку туристичної індустрії в Україні: Вісник ДІТБ: 2013. 262–268 c.
27. Що таке Prozzoro?. URL: http://tender.uub.com.ua/tender/shcho-take-prozorro (дата звернення 20.11.2021).
28. Юрченко С. А. Інфраструктура Світу: Харьків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 20017. 328 с.
29. Ярослав Пилипенко. Фесливалі за бюджетні і не тільки кошти. URL: https://dozorro.org/blog/festivali-za-byudzhetni-i-ne-tilki-koshti (дата звернення 20.11.2021).
30. Flower Expo Ukraine. URL: https://www.flowerexpo-ukraine.com/uk/ (дата звернення 20.11.2021).