

«ІВЕНТ»

**«Обґрунтування перспектив розвитку івент-туризму у сучасному
середовищі міста Луцька»**

2020

АНОТАЦІЯ

Актуальність: За даними Всесвітньої Туристичної організації (ВТО) у теперішній час туристська індустрія є одним з найдинамічніших секторів як української, так і світової економіки. За рівнем прибутковості туризм поступається лише індустрії видобутку нафти і автобудування. Масовий розвиток туризму дозволяє мільйонам людей розширити свій кругозір, познайомитися з визначними пам'ятками, культурою, традиціями тієї чи іншої країни. Луцьк також всіляко просувається на туристичному ринку, щороку стає дедалі визнаванішим в Україні та поза його межами. Особливо великого розвитку досяг івент-туризм, так як дедалі більше людей цікавляться не тільки звичайним культурно-пізнавальним відпочинком, а й розвагами, які відбуваються на тій чи іншій місцевості. Адже кожен з нас хоче побачити щось видовишне, що буде згадувати все життя, та ділитися враженнями з іншими. Саме тому розвиток івент-туризму в Україні суттєво впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, і є одним із найбільш перспективних напрямків структурної перебудови економіки

Метою наукової роботи є: розширення знань щодо популяризації івент-туризму на прикладі міста Луцька.

Завдання наукової роботи:

- ознайомлення з поняттям івент-туризму;
- виявлення взаємодії івент-туризму на розвиток туризму в цілому;
- вдосконалення планів щодо можливого покращення івент-туризму.

Мною була використана теоретична, статистична та дослідницька методика дослідження.

Наукова робота містить: вступ, 4 розділи та висновок, загальний обсяг – 28 сторінка, у ній присутні: 1 таблиця, 12 рисунків та 1 додаток.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1. EVENT-TOURISM ОДИН З САМИХ ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	5
2. СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ІВЕНТ-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	9
3. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ М.ЛУЦЬКА	13
4. ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ІВЕНТ-ТУРИЗМУ ДЕКІЛЬКОХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	20
ВИСНОВКИ	24
ДОДАТОК	26
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	28

ВСТУП

З 80-х років ХХ ст. масові заходи – івенти – розглядаються багатьма країнами, регіонами і містами світу як ключовий компонент їх туристичних стратегій, а івентивний, або подієвий, туризм стає одним з найшвидше зростаючих сегментів міжнародного туризму. Подієвий (івентивний) туризм – порівняно новий, динамічний напрям розвитку туристичної індустрії, який демонструє стійку тенденцію до зростання. Згідно даних Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), в структурі світового туризму його частка щороку зростає на 1,5 % [1, с.3].

Подія, видовище із давніх часів є потужним спонукальним чинником до подорожі. Туристична індустрія здавна навчилася використовувати людську діяльність і перетворювати її на прибуток. Подієвий туризм – молодий надзвичайно цікавий напрям. Унікальні тури, які поєднують в собі традиційний відпочинок та участь у видовищних заходах планети або в середині країни, поступово набирають популярність серед різних груп населення.

З року в рік кількість відвідувачів подієвих турів зростає, що викликає необхідність у створенні модернізованої інфраструктури, вивченні туристичного попиту на подієвий туризм та факторів, що впливають на нього, підготовці спеціалістів для взаємодії зі споживачами під час проведення заходів та залученні грошових коштів для просування, реалізації та розвитку event-турів.

Подієвий туризм має важливу просвітницьку, пізнавальну, виховну, естетичну, розважальну та економічну функції, так як проведення будь-якої події передбачає залучення різних галузей туристичної індустрії й забезпечує відродження місцевих культурних традицій та звичаїв. В умовах недостатнього розвитку природного, історико-культурного, інфраструктурного потенціалів подієвий туризм може стати альтернативою туристичного розвитку регіону.

1. Event-tourism один з самих перспективних напрямів розвитку туризму

Одним із перспективних напрямів у сфері туризму за оцінками Всесвітньої Туристичної Організації є подієвий або івент-туризм. Івент (від англ. “event” – подія) – це запланована соціально-суспільна подія чи захід, який відбувається в певний час і з певною метою, і має певний резонанс для суспільства. У сучасному світі сформувалася ціла індустрія щодо організації подій, яка поділяється за характером події та кінцевою метою. Значення подієвого туризму зводиться до відвідин подій, які відбуваються в інших країнах, тобто основна ціль подорожі присвячена події, в якій турист братиме пасивну та активну участь. Під подією слід розуміти сукупність явищ, що виділяються своєю неоднозначністю, значимістю для даного суспільства чи людства в цілому, для малих груп або індивідумів. Вона може мати вид разового неповторного явища або періодичного, який спостерігається щорічно або в певні періоди часу. Туристичний бізнес завжди активно використовує події для формування туристичного продукту і залучення туристів саме на подію. Якщо в житті туристичного об’єкта немає події сформованої історично як традиції, її придумують навмисно.

Унікальні тури, які поєднують традиційний відпочинок та участь у найбільш видовищних заходах, поступово завойовують все більшу популярність. Подієвий туризм — це постійна атмосфера свята, індивідуальні умови відпочинку й незабутні враження. Головна особливість подієвого туризму – безліч яскравих неповторних моментів.

Також під подієвим туризмом розуміється туристська діяльність, пов’язана з різноманітними значущими суспільними подіями чи рідкісними природними явищами, що приваблюють своєю унікальністю, екзотичністю, неповторністю туристів з усього світу. Подія є важливим мотиватором в туризмі. Подієвий туризм спирається на залучення великої кількості туристів на який-небудь захід, цікавий для туристів. Виникнення і розвиток різновидів подієвого туризму проходило в різний період часу. Міські свята

Середньовіччя, з їх яскравими видовищами, розвагами та маскарадами, сходили ще до язичницьких культів і обрядів. Чудові спектаклі, що влаштувалися бродячими театрами, причому абсолютно безкоштовно, фарси, комедії і водевілі, жартівливі хоругви, з якими ряджені виходили на вулицю, приваблювали погляди приїжджих. Олімпійські ігри у Греції, гладіаторські бої у Римській імперії, рицарські турніри у Середньовічній Європі. Слід відзначити, що розвитку певним видам сучасного подієвого туризму сприяли масові гуляння, які влаштувалися в честь зустрічі воїнів-переможців.

Визначення «подієвий туризм» вперше з'явилося в 80-х роках минулого століття в Європі. Тоді подієвий туризм не виділявся як окремий напрямок в туризмі, а був частиною таких видів туризму, як пригодницький, екологічний, гастрономічний та інших. Пізніше він виділився і утвердився як окрема галузь туризму. Однак саме явище подієвого туризму має досить глибоке коріння. В основі більшості сучасних фестивалів лежать історичні події, свята і традиції.

Один з найвідоміших івент-менеджерів світу, Джо Голдблатт стверджує: «З формальної точки зору індустрія свята народилася в 1800-х роках, коли почався продаж квитків на професійні спортивні заходи, і пізніше вона поступово трансформувалася. Вважається, що сама професія організатора сформувалася в 1950-х роках, а почалося все з відкриття в 1955 році Діснейленду» [3].

Подієвий туризм включає в себе ряд заходів культурного, спортивного, етнографічного та виставкового видів туризму. Виставки техніки, спортивні заходи, концерти відомих виконавців, шоу і мюзикли, фестивалі і ярмарки – все це є центром і основою подієвого туризму. Головна особливість подієвого туризму – безліч яскравих неповторних моментів. Подія, як туристичний ресурс, має яскраво виражений мультиплікаційний ефект – вона “змушує” розвиватися різні сектори туристичної індустрії для ефективнішого використання власного потенціалу. У випадках, коли йдеться про масштабну

подію, вона стимулює розвиток інфраструктури регіону та надходження прибутку від туризму, тож регіон отримує вигоди завдяки певній події.

Подієвий туризм часто передбачає певну пізнавальну складову, долучення туристів до місцевої культури. Часто подієвий туризм називають фестивалним або тематичним, віднедавна його популяризували як івент-туризм (від англ. «event» – подія). В Україні івент-індустрія бере початок з 90-х років ХХ століття. Історично склалося так, що в самостійну сферу івент-туризму виділилися лише за останні двадцять років. Цей підйом викликаний відповідністю потребам людей, які у всі часи хотіли отримати нові враження, стати частиною подій, впливати на їх хід і отримати радісне відчуття причетності до чогось більшого [4].

Подієві ресурси належать до динамічних чинників формування туристичних потоків, оскільки включають мотиваційні передумови подорожі до місця, де відбувається подія чи явище. Спортивні змагання, культурно-мистецькі заходи, політичні акції, унікальні природні явища – далеко не повний перелік подій, які спонукають людину до мандрівки. Подієві ресурси охоплюють найбільш суттєві прояви сучасного суспільного буття із його модою на глобалізацію, екологію, активний і здоровий спосіб життя, переконаннями й уявленнями про стиль і стереотип поведінки людини у соціумі, включають його пропаганду та механізми реалізації. Необхідно зазначити, що дана теза найбільшою мірою стосується частини світової спільноти, яку прийнято називати Західним світом. Даний вид ресурсів не підлягає традиційному кількісному виміру. Можна говорити лише про міру впливу подієвих ресурсів на створення туристичної інфраструктури, формування туристичних потоків, яка у нинішньому світі, насамперед, залежить від реклами події та піаракцій навколо неї. Це вказує на те, що “подія”, яка використовується у туризмі величезною мірою залежить від суспільних вподобань, від моди й уяви про престижність заходу. Велике значення має постійність і періодичність проведення заходів. Подієвий туризм має велике економічне значення. Проведення певних заходів

спонукає усіх суб'єктів туристичної індустрії до активізації діяльності. В цей період розвивається найбільш динамічний і активний елемент продуктивних сил міста(регіону чи країни) і це дає поштовх підвищенню ресурсного потенціалу даної території [2].

Отже, розваги - це головний мотив туризму і без них не обходиться практично жодна поїздка. Люди відправляються в дорогу за новими незабутніми враженнями, позитивними емоціями і гострими відчуттями.

2. Сучасний розвиток івент-туризму в Україні

Значного визнання й популярності у світі за останні десятиліття набуває розвиток такого перспективного напрямку туризму як івентивний (event-туризм). Згідно з останніми дослідженнями до 2020-го року кількість учасників подієвих турів може перевищити число учасників екскурсійних турів та скласти більше 35% від загального попиту на всі тури.

Подорожі до місць, де відзначаються свята та події зародились ще задовго до появи туризму. З часів стародавньої Римської імперії до нас дійшов вислів «хліба та видовищ». Давні правителі добре розуміли, що ситий та задоволений люд не думатиме, не чинитиме опору. Потреби людини у святі, у набутті добрих емоцій науково підтверджує психологія.

Характерною ознакою івентивного туризму є приурочення туристичної подорожі до певної події, свята чи видовища. Особливостями подієвого туризму є: відсутність сезонності, можливість прогнозування, масовість, інтерактивність, інноваційність, регулярність подій, стимулювання повторного відвідування дестинацій, видовищність.

Івентивний туризм включає в себе ряд заходів культурного, спортивного, етнографічного та виставкового видів туризму. У своїй праці «Спеціальні види туризму» О. Бабкін виокремив у івентивному туризмі певні тематичні види: паради; ярмарки та виставки; карнавали; музичні фестивалі;

освітні заходи; аукціони; кінофестивалі; модні покази; театралізовані шоу; національні свята; спортивні події; конференції, симпозиуми.

Сьогодні різноманітні заходи влаштовуються у всіх країнах світу. Коли спробували порахувати всі великі фестивалі, карнавали та паради, то дійшли висновку, що їх приблизно 2-3 тисячі. Тобто в середньому близько 30 великих свят щодня. Загальна класифікаційна характеристика фестивальних заходів представлена у таблиці 1.

Таблиця 1

Класифікація фестивальних заходів за масштабом проведення		
Назва класу	Характерні риси	Назви фестивалів
Міжнародні фестивалі	Приїзд туристів із 3 і більше країн. Значна реклама. Масштаби охоплення туристів	Карнавал у Ріо-де-Жанейро, Венеціанський Карнавал, Олімпійські ігри, Корида, Томатні бої, Новий рік у Китаї та Таїланді тощо
Національні фестивалі	Фестивалі проводяться в межах однієї країни. Реклама в національних засобах масової інформації. Залучення туристів своєї країни	Октоберфест (Німеччина), Станфордський фестиваль (Велика Британія), Сорочинський ярмарок (Україна) тощо
Регіональні фестивалі	Свята, що проводяться в межах кількох сіл, або в одному місті. Оголошення лише в районній або в обласній газеті. Маловивчені і мало розрекламовані події серед туристів інших регіонів та інших країн	«Храмові свята» у селах, Маланка, Дні міста, ярмарки тощо

- сформовано авторами

Щорічно на планеті відбувається близько 500 великих і 800 менш масштабних музичних фестивалів, понад 300 етнографічних, близько 100 різдвяних та ін. На офіційному сайті Асоціації карнавальних міст Європи представлені 348 найвідоміших карнавалів і фестивалів планети. Більшість фестивалів мають свою історію, пов'язану з минулим країн, подвигами героїв, традиціями, що склалися на основі національного способу життя, ідеологічних, релігійних принципів [5].

Подія, як туристичний ресурс, має яскраво виражений мультиплікаційний ефект – вона «змушує» розвиватися різні сектори туристичної індустрії для ефективнішого використання власного потенціалу. У випадках, коли йдеться про масштабну подію, вона стимулює розвиток інфраструктури регіону та надходження прибутку від туризму, тож регіон отримує вигоди завдяки певній події. Виразним прикладом цього є проведення в Україні фінальної частини Чемпіонату Європи з футболу у 2012 році, Євробачення у 2005 та 2017 роках.

Розвиток івентивного туризму принесе соціально-економічну користь усім його суб'єктам (рис. 1).

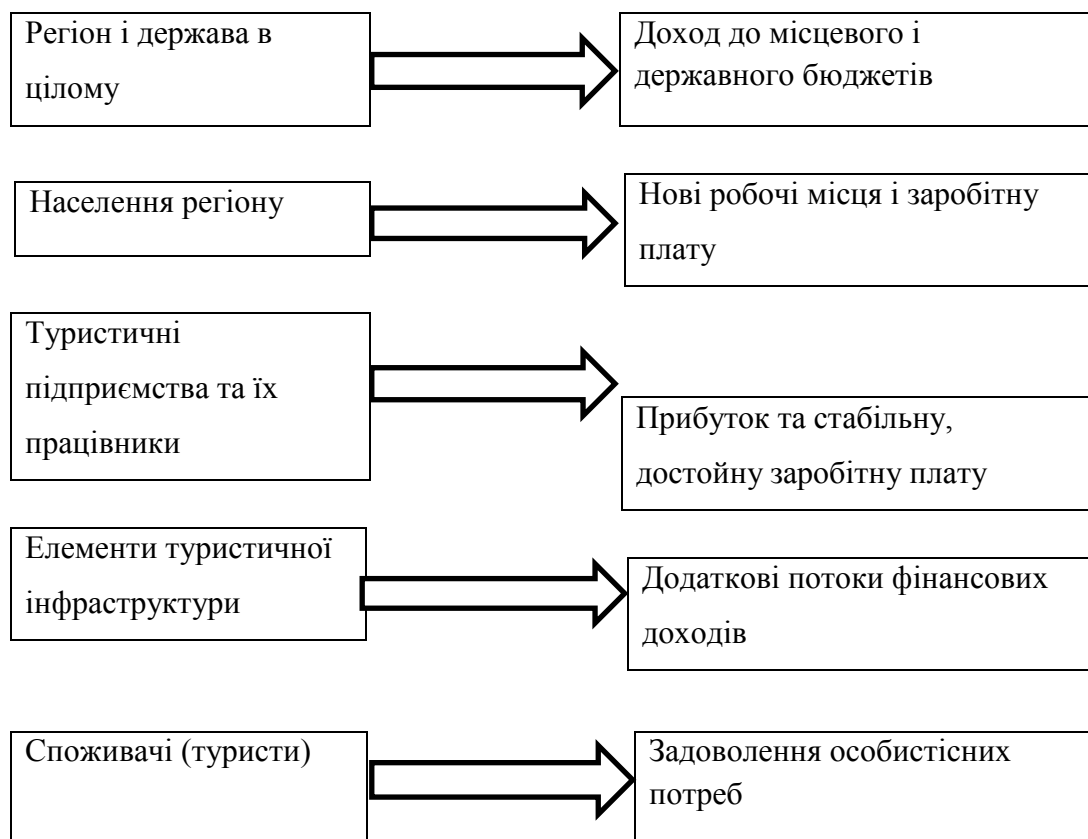


Рис. 1. Соціально-економічні ефекти від розвитку івентивного туризму

Івентивний туризм сприятиме розвитку усієї туристичній галузі в Україні завдяки наступним факторам:

1. Цікавість для молоді (неординарні свята);
2. Розвиток і поширення культурних традицій України;
3. Освітнє значення;

4. Інформаційне значення (поширення позитивного іміджу про Україну);
5. Презентація України для іноземних туристів;
6. Розвиток малого бізнесу;
7. Залучення інвестицій з боку українського бізнесу і іноземних компаній;
8. Кооперація органів державної влади з суб'єктами туристичної діяльності.

Активне розповсюдження івентивного туризму зумовило появу професій, пов'язаних з цим напрямом: «менеджер фестивалю», «дизайнер виставок та експозицій», «управління та контроль подій» тощо, які почали стимулювати розвиток та спеціалізацію навчальних закладів з підготовки висококваліфікованих кадрів по всьому світі.

На даний момент івентивний туризм є перспективним видом туризму на міжнародному рівні, який сприяє залученню споживачів туристичних послуг незалежно від сезону. На жаль, цьому виду туризму в Україні не приділяється належна увага, і ми не використовуємо всі потенціальні ресурси для економічного розвитку пріоритетних регіонів. Усі заходи позиціонуються лише як культурна, спортивна чи розважальна подія та не асоціюються з базою для івентивного туризму.

3. Аналіз розвитку івентивного туризму на прикладі м. Луцька

Згідно статистичних даних в 2018 році Луцьк відвідало близько 285 тис. осіб (рис. 3.1). Завдяки цим даним детально розглянуто вік туристів, що свідчить про те, що Луцьк цікавий для молоді і вони з радістю відвідують це місто. Також доведено, що у 2019 році Луцьк відвідало понад 300 тис. відвідувачів, хоча це не до кінця достовірна інформація, так як дані збираються зі всіх джерел і відслідкувати їх повторюваність, або точність

неможливо. Дехто навіть говорить, що ці цифри можуть доходити до 400-500 тис. осіб, проте з впевненістю говорити це важко.

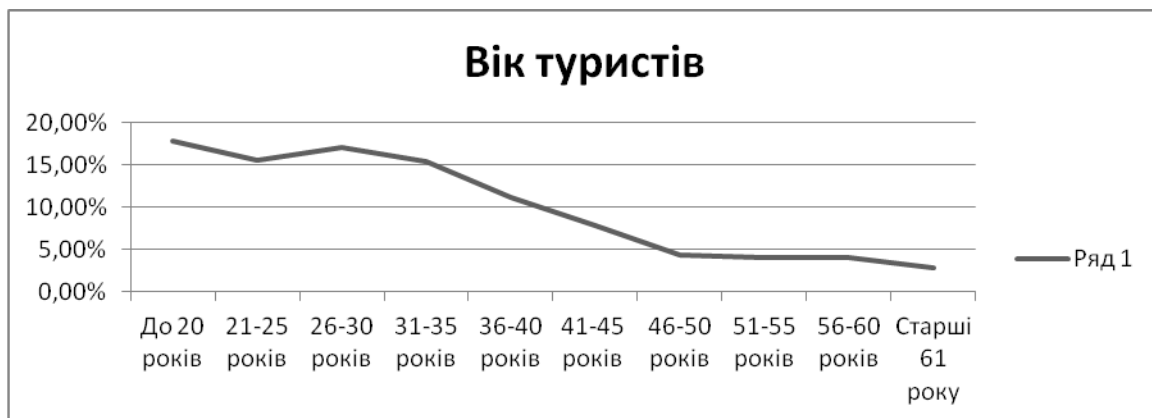


Рис. 2. Статистичні дані відвідуваності Луцька 2018 року

Маркетингова кампанія та іміджева політика міста Луцька наведені на рис. 3. [6,7]

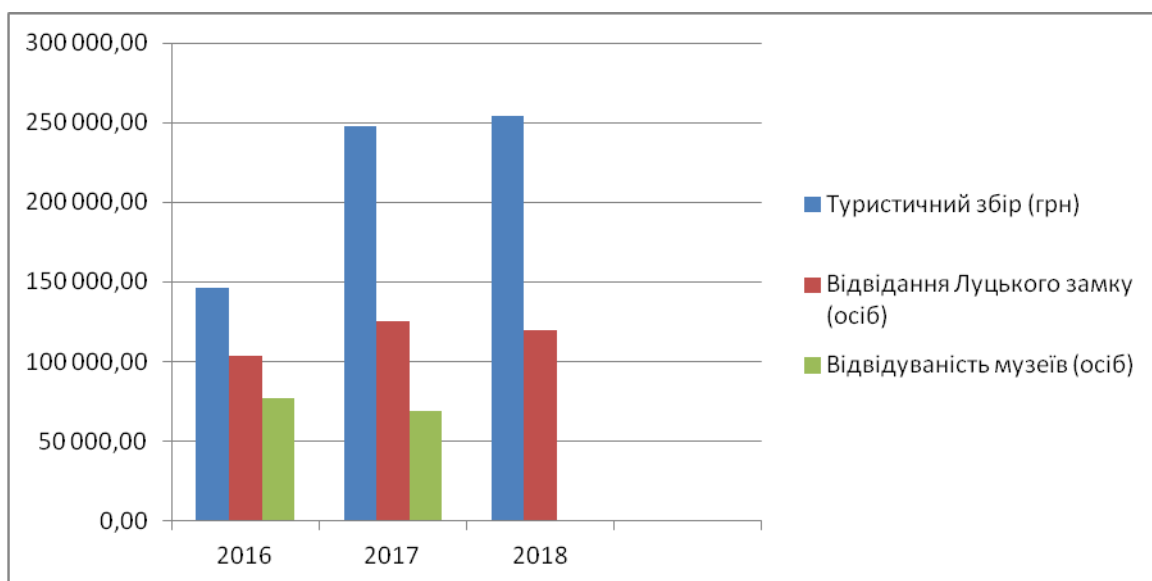


Рис. 3. Основні статистичні дані щодо іміджевої політики м.Луцька

2018 рік став одним з найфестивальніших років Луцька. Нові фестивалі та ті, що відбуваються вже не вперше, стали цікавинками для лучан й привели у місто туристів з України та інших країн.

Перелік найцікавіших фестивалів, що відбувались на теренах Луцька [8]:

1) Фестиваль середньовічного духу «Князівський бенкет» (рис. 4). Уже другий рік поспіль на цілісінький день Луцьк поринув у часи величних монархів, відважних лицарів, прекрасних дам та менестрелів.



Рис. 4 Фестиваль середньовічного духу «Князівський бенкет»

Захід був покликаний познайомити лучан та гостей міста із тогочасною культурою, побутом; до його підготовки залучили істориків та краєзнавців.

2) Фестиваль «Ніч у Луцькому замку» (рис 5.). Арт-шоу відбувалося в рамках 933-ї річниці міста, було надзвичайним, наповненим не тільки гарною музикою, розвагами та перформансами, а й особливим змістом. Організатори дійства зробили головний акцент на історичну спадщину та майбутнє нашого міста.



Рис. 5. Фестиваль «Ніч у Луцькому замку»

У святковій програмі - церемоніал «Вогонь Луцького замку», виступи королівського оркестру «Harmonia Nobile», квартет тенорів «Tenors Belcanto», симфонія балету «Raquita», оркестр «Lumos Orchestra», «ОНУКА», безліч арт-інсталяцій та 3D-мапінг «Вартові часу».

3) Фестиваль середньовічного бою «Середньовічний Лучеськ. Доблесть віків» (рис. 3.5), який також відбувся у Луцькому замку, спортсмени із різних

міст України мали змогу взяти участь у другому етапі відбору до Національної збірної..



Рис. 6. Фестиваль середньовічного бою «Середньовічний Лучеськ. Доблесть віків»

Минулого року у змаганнях брало участь близько 80-ти бійців, серед яких: асоціація клубів середньовічного бою “Айна-Бера”, представники клубу “Путивль”, “Роца” та інші.

4) Фестиваль «Поліське літо з фольклором» (рис.7.), що стартував ще 1994 року, відбувся у Луцьку вже в'ятнадцяте. Він дає можливість представити місто за межами України, формує його престиж, є одним з найдавніших за часів незалежності в історії міста. До Луцька завітали творчі колективи таких країн, як Італія, Індія, Єгипет, Мексика, Туреччина та Литва. Фестивальна програма була наповнена неймовірно прекрасними та колоритними виступами учасників, котрі, незважаючи на численні відмінності, спромоглися знайти спільне у їх культурах. Фестиваль відбувся під гаслом «За мир в усьому світі».



Рис. 7. Фестиваль «Поліське літо з фольклором»

5) фестиваль українського духу «Бандерштат-2019» (рис. 8.), що відбувся у селі Рованці.



Рис. 8.Бандерштат-2019

Об'єднавши українську музику, лекції відомих політиків, громадських активістів та діячів культури, спортивні розваги, патріотичні флеш-моби та багато іншого, він на кілька днів вирвав наше місто із буденності. Аби послухати наживо понад 60 українських та закордонних гуртів і взяти участь у інших фестивальних заходах, на «Бандерштат» завітали близько 14 тисяч відвідувачів.

6) Карнавал повітряних куль «Aerosfera» (рис. 9.) - справжнє свято авіаційного спорту. Захід подарував неймовірне шоу лучанам, а всі охочі мали змогу політати на повітряній кулі, насолодитись виглядом аеростатів у луцькому небі. Супроводжувала фестиваль насичена музична програма, хедлайнерами якої став гурт Le cœur (Ле кер) та співачка RIYA (Рія).

7) Змагання другого етапу Професійної Української драг-рейсинг серії PROUDRS, а також Чемпіонатом України із мото-дрегрейсингу (рис. 10). Змагання відбулися на військовому аеродромі відповідно до усіх вимог щодо безпеки глядачів. У заході взяли участь близько 50 пілотів із України та з-за кордону, влаштувавши неймовірно насичене адреналіном шоу.

У замку Любарта відбувся перший в світі міжнародний турнір з велотріалу «Lutsk Castle Trial – 2018» (рис 10.).



Рис 9.Карнавал повітряних куль «Aerosfera»



Рис. 10 PROUDRS, мото-дрегрейсінг

Учасниками змагань стали близько 50 велосипедистів із різних міст України, а також гості з Франції та Білорусі. «Проведення таких змагань у Луцьку - це престиж нашого міста в Україні та за кордоном, заохочення молоді до занять спортом», - вважає Ігор Поліщук. Окрім екстремальних велозмагань у категоріях «кадети», «любителі», «експерти» та «еліта», глядачі насолоджувались виступами брейк-данс колективу «Iron City».



Рис. 11. «Lutsk Castle Trial – 2018»

8) Західний гастрономічний фестиваль у Луцьку Lutsk Food Fest (рис. 12), котрий збирає в стінах замку представників різних кулінарних напрямків України, вже став традиційним, і минулого року проводився двічі. Протягом двох днів кожен з учасників представляв лучанам та гостям міста новинки меню



Рис. 12. Західний гастрономічний фестиваль у Луцьку Lutsk Food Fest
Фестиваль порадував гостей смачною кухнею та насиченою розважальною програмою, що включала різноманітні майстер-класи, сімейні та молодіжні конкурси, виступи творчих колективів.

4. Порівняльна характеристика стратегій розвитку івент-туризму декілької регіонів України

Львівська область – одна з найбільш економічно розвинених областей України, яка має низку конкурентних переваг: освічений і креативний людський капітал, традиції ефективного господарювання та використання.

економічного потенціалу, багаті природні та рекреаційні ресурси, наближеність до кордонів ЄС. Раціональне використання усіх цих переваг є запорукою прискореного розвитку економіки області і гарантією стабільного покращення якості життя мешканців у майбутньому.

Сучасні глобальні виклики та складнощі реформування національної економіки зумовлюють потребу пошуку нових можливостей для розвитку регіону. Часи сподівання винятково на зовнішні фінансові ресурси відходять в минуле, а визначального значення набуває ефективність використання власного соціально-економічного потенціалу, посилення згуртованості, як в межах регіону, так держави загалом.

Нове бачення вирішення проблем регіонального розвитку обумовлює необхідність посилення ролі органів місцевого самоврядування у власному стратегічному плануванні та розвитку. Основні заходи, які спрямовані на розвиток івент-туризму Львова: [9]

1. Участь у туристичних міжнародних заходах (виставках, конференціях, форумах, семінарах тощо) на цільових та перспективних ринках, організація їх проведення у м. Львові.

2. Організація, проведення і координація подій і презентацій міста в Україні і за кордоном, спрямованих на поширення знань про м. Львів, його історико-культурну спадщину, туристичний потенціал тощо.

3. Розробка та впровадження промоційних кампаній для ключових сегментів, просування Львова в каналах поширення інформації і продажів, які використовуються туристами - ЗМІ, авіакомпанії, туроператори, блогери, представництва України за кордоном, міжнародні організації, міста-партнери тощо.

4. Заходи з вирівнювання кривої туристичної сезонності ("Дні європейської спадщини у Львові" тощо).

5. Сприяння створенню і популяризації нових конкурентоспроможних туристичних продуктів, туристичних тем.

туристичних продуктів, туристичних тем.

6. Підвищення привабливості громадського простору м. Львова для львів'ян та гостей міста, розведення туристичних потоків, розширення меж туристичного центру (район Підзамче, Високого Замку, вул. Лесі Українки, пл. Митної, пл. Старий Ринок тощо).

7. Підвищення рівня інформування мешканців та туристів про туристичні послуги і заходи через розміщення інформації у засобах масової інформації (друкованих виданнях, Інтернет-ресурсах, бортових журналах транспортних компаній, розсилка регулярних інформаційних бюлетенів тощо).

8. Сприяння проведенню конкурсу соціально-культурних проектів громадських організацій у галузі туризму та підтримка інших ініціатив представників туристичного кластеру.

9. Сприяння обміну соціальною рекламою з іншими містами, населеними пунктами, регіонами в Україні та за кордоном

Місто Луцьк традиційно вважається промисловим містом. Місто Луцьк вже досить довгий час називається туристичним. Проте іміджу туристичного осередку навіть в межах країни місто досі не отримало, не дивлячись на те, що місто є одним з найстаріших в Україні і одним з найпривабливіших з точки зору туризму на західній Україні. Навіть зі статусом обласного центру Луцьк в уявленні мешканців України та за кордоном стійко тримає авторитет «провінційного» містечка.

В останні роки, завдяки активній співпраці з регіонами в Україні та за її межами, а також через запровадження ряду інноваційних для країни практик управлінського характеру, місто поступово досягає іміджу сучасного, прогресивного, європейського міста.

Сьогодні місцева влада розробила таку подальшу програму розвитку туризму у місті Луцьку на 2019-2020 роки [10]

Програма покликана реалізовувати такі завдання:

- популяризація бренду міста Луцька;

- розвиток туристичної інфраструктури;
- створення конкурентоспроможних туристичних продуктів;
- поглиблення зв'язків з містами-партнерами у галузі туризму, зокрема промоції міста;
- забезпечення участі у міжнародних програмах і проектах з розвитку туризму, організація міжнародної співпраці у сфері туризму;
- проведення інформаційно-промоційної кампанії у Луцьку, регіоні, Україні та сусідніх країнах, спрямованої на популяризацію міста як туристичної дестинації;
- розвиток та поглиблення співпраці місцевої влади, громадськості та туристичного бізнесу;
- презентація туристичного продукту міста Луцька на виставках, форумах, конференціях та ярмарках, в тому числі за кордоном;
- поліпшення іміджу м. Луцька як туристичного центру та центру для проведення бізнес-подій;
- підвищення якості обслуговування туристів;
- збагачення туристичної привабливості міста;
- просування Луцька на нових туристичних ринках;
- розвиток історико-пізнавального, подієвого та паломницького, а також ділового та корпоративного туризму в місті;
- підтримка клубів історичної реконструкції та середньовічного бою;
- співпраця та підтримка ініціатив громадських організацій та інших членів туристичного кластеру щодо розвитку туристичної галузі.

Порівняльний аналіз по реалізації стратегій по туризму Луцька і Львова за 2019 рік представлений у додатку 1.

Отже, обидва міста є головними центрами України, кожен з яких намагається робити усе для розвитку туризму в їхньому регіоні. Порівнювати їх звичайно важко, так як Львів уже давно є одним з основних міст для відвідування іноземними туристами, та спрямував свою політику для привернення уваги туристів, проте Луцьк також стрімко набирає

популярність на туристичній арені і з кожним роком цей прогрес видно все більше і більше.

Дані стратегії дозволяють перетворити міста в активних провідників євроінтеграційного курсу України, регіони гармонійного людського розвитку, зробити комфортним для місцевих жителів та відвідувачів.

Виконання передбачених програмою заходів дасть змогу: забезпечити зростання туристичних потоків і надходжень від туристичної діяльності; збільшити зайнятість населення у туризмі та суміжних галузях; популяризувати регіони як туристичну дестинацію ще більше, щоб розвивати економіку України.

ВИСНОВКИ

Подієвий туризм – це напрям туризму, де основною мотивацією поїздки є відвідання певної події, зокрема економічні, громадські, мистецькі, спортивні заходи, культурно-історичні театралізовані шоу. Все це сприяє розвитку туризму в певному регіоні. Щиро майже ніхто не намагається зробити всі ці події масовими не тільки для здорових людей, але й для неповносправних.

Адже багато з нас мріяли з дитинства і ще досі мають нездійненні бажання, а про тих хто втратив щось важливе і говорити нічого. Тому пропоную всі ці дієства пропагувати всім верствам населення незалежно від їхнього статусу і розвитку. У кожному маленькому, чи великому населеному пункті є волонтери, які можуть розповсюджувати інформацію про дієства і намагатися задіяти кожного бажаючого у ньому, як у виставі, музиці чи співах, так просто у прослуховуванні або перегляді, чи просто появі на даному заході.

У нашому сучасному світі всі мають рівноправні права, цей вислів давно уже засів у свідомості людей, але не кожен усвідомлює, що своєю поведінкою робить боляче людям з якимось дефектами (відхиленнями) їх зараз називають неповносправними. Кожного року для неповносправних людей намагаються покращити місцевість для їхнього комфортного просування та пересування, проте у цікавих заходах вони майже не приймають участь, зазвичай бо бояться насмішок натовпу і очікують допоки такі ж як вони самі організують щось, а таких заходів дуже мало.

Тому чому б не розпочати з малого і довести це до свідомостей великих верств населення, що розваг потребують усі і не потрібно боятись експериментувати, і незалежно від віку, статі, матеріальних можливостей і здоров'я, кожен має право веселитись і втілювати свої бажання у життя. Дані заходи не повинні укомплектовуватись на певну верству населення, щоб не принижувати їхню гідність і права, а навпаки робити все, так як було завжди,

просто трішки у відозміненому форматі, щоб люди єднались і стали ближчими один до одного.

Заходи, які були проведені для розвитку туризму у містах	Назва міста	
	Луцьк	Львів
Кількість туристів	Близько 300 тис.	Близько 2,5 млн.
Презентація міст на міжнародних, національних виставках та форумах	«NA STYKU KULTUR» (Польща), UITM'2019 (м. Київ), «ТурЕКСПО» (м. Львів), міжнародній конференції «Місце України у світі: територіальний маркетинг та брендинг» у м. Київ, «Харків: партнерство у туризмі» у м. Харків, «Забезпечення культурної спадщини для людини та держави – досвід Литви та України» у м. Тракай (Литовська Республіка), «Збереження культурної спадщини та створення умов для посилення туристичної привабливості як чинник економічного розвитку міста» (м. Чернігів), «ТТ Warsaw 2019» (м. Варшава, Республіка Польща), «Перемагай з Левом!» (м. Львів). «Туристичні ініціативи українських міст» у м. Київ	UIПТ (м. Київ) Туризм як інструмент міжкультурної взаємодії (Одеса) Харківський туристичний форум Буковинська ярмарка (Чернівці) UIПТ Міжнародний туристичний салон «Україна» (Київ) Міжнародний тур. Форум «Трансформація економіки індустріальних міст через розвиток туризму» (Кривий Ріг) Муніципальний форум (Кропивницький) Міжнародна виставка-ярмарок «ТурЕКСПО» (Львів) Київський туристичний форум (Київ) Конкурентоспроможний туристичний сектор України – шлях уперед (Київ) 11 виставок у Казахстані, США, Великобританії, Польщі, Китаї, Німеччині та ін. містах.
Проведення прес-турів для реклами міст	З Україною (селище Олика та санаторій «Пролісок»), Литвою, Польщею та Білорусією	З Нідерландами, США, Канадою, Латвією, Італією та Україною
Розробка новий туристичних продуктів	з нагоди 590-ї річниці З'їзду європейських монахів управлінням було розроблено та презентовано бренд-бук та офіційний логотип події, створено сувенірну продукцію (ювілейну медаль, значки, листівки, календар подій). Започатковано просвітницький проєкт «1429: З'їзд європейських монахів»	«Pinsel.Audio Reality» (ЛМО Мистецька рада «Діалог») Маршрут «Дім, який збудував Іван» (БФ музей Івана левицького) «Навколо Простору Синагог: прогулянки спільною спадщиною Львова» (ГО «Центр міської історії Центрально-східної Європи»)
Наявність туристичних кластерів	У Луцьку відсутні туристичні кластери	Львівський туристичний кластер з досліджень медичного туризму
Кількість відвідувачів ЦТІ за 2019 рік:		
Іноземці:	4574	72580
Українці:	1132	53710
	3442	18870
Надходження коштів від туризму	Понад 755 тис. грн.	Понад 150 млн. грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Коновалов А. В. «Формирование условий развития спортивно-событийного туризма в регионе» - автореферат дис. ...кандидата экономических наук : 08.00.05. – «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – сфера услуг)» А.В. Коновалов ; Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики. – Санкт-Петербург, 2007. – 24 с.
2. Event-tourism [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://eventzakarpatty.wordpress.com/event-tourism/>
3. Костюк О. Історія івенту «Теорія і практика організації спеціальних заходів». - 2008. - №3. - С.17-21.
4. Шаповалова В. Майбутнє event-маркетингу // eventmarket.ru: on-line журнал «Теорія і практика організації спеціальних заходів». - 2008 - Режим доступа: http://www.eventmarket.ru/?menu=articles&article_id=258
5. Сучасний стан та перспективи розвитку event-туризму в Україні [Електронний ресурс]. - Режим доступа: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/25681/2/FMZKP_2018v2_Goncharuk_N-Modern_state_and_development_12-14.pdf
6. Сайт Луцької міської ради [Електронний ресурс]. - Режим доступа: <https://www.lutskrada.gov.ua>
7. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступа: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua/>
8. Луцьк фестивальний: цікаві події у 2018-ому [Електронний ресурс]. - Режим доступа: <https://www.volynnews.com/news/all/lutsk-festyvalnyy-tsikavi-podiyi-u-2018-omu/>
9. Програма [Електронний ресурс]. - Режим доступа: [https://www8.cityadm.lviv.ua/inteam/uhvaly.nsf/\(SearchForWeb\)/0D1D528CFBA5349AC2257F5400535D89?OpenDocument](https://www8.cityadm.lviv.ua/inteam/uhvaly.nsf/(SearchForWeb)/0D1D528CFBA5349AC2257F5400535D89?OpenDocument)

10. [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
<https://www.lutskrada.gov.ua/documents/pro-prohramu-rozvytku-turyzmu-u-misti-lutsku-na-2019-2020-roky>

