

УДК 338.48.6:7/8(477.8)

Гугул О. Я.

Тернопільський національний економічний університет

КУЛЬТУРНО-ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА АНІМАЦІЙНОЇ АТРАКТИВНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Розкрито особливості культурно-подієвого туризму як інструменту популяризації туристичної дестинації на вітчизняному та світовому ринках туристичних послуг. Розглянуто сучасні тенденції розвитку культурно-подієвого туризму на Тернопільщині та виявлений його вплив на розвиток туризму регіону. Доведено, що формування якісної та унікальної культурно-подієвої анімації в туристичному бізнесі дозволить значно підвищити привабливість комплексного регіонального туристичного продукту та слугуватиме мотивом для збереження та розвитку національної культури, народних промислів, традицій та звичаїв регіону. **Ключові слова:** туристична анімація, туристична дестинація, культурно-подієвий туризм, туристичні заходи, імідж регіону.

Постановка проблеми. Туристична індустрія гнучко реагує на запити сучасного туриста, який став більш вибірковий та вимогливий до пропозицій, а головне – орієнтований на самостійну побудову програми своєї подорожі. У сучасному світі на зміну масовому «контейнерному» туризму приходить нова форма індивідуалізації туристичного обслуговування, що базується на «тотальній автономізації особистості» та передбачає апробацію соціальних, культурних та особистісних ролей під час подорожі. Прагнучи відійти від стандартного уявлення про відпочинок типу «Три S» (Sea – Sun – Sand – море – сонце – пляж), турист проявляє підвищений інтерес до унікальності нових туристичних дестинацій, їх місцевого колориту, особливостей побуту, звичаїв та традицій. Разом із трансформацією мотивації туриста відбуваються й еволюційні зміни усєї туріндустрії, яка у сучасних умовах розглядається як форма само-реалізації людини.

Вагомим напрямком розвитку регіонального внутрішнього туризму Тернопільської області є культурно-подієвий туризм, який сприяє інтеграції соціокультурного простору регіону, розвитку комунікативних процесів, формуванню принципів національної толерантності. Становлення туристичної індустрії вимагає пошуку та впровадження нових методів та форм використання туристичного потенціалу в процесі організації дозвілля туристів. Відповідно до вимог сучасного туриста, соціально-культурне забезпечення туристичної діяльності у формі анімаційного супроводу набуває все більшого значення. На сьогодні анімація як система організації дозвілля та відпочинку туристів відіграє значну роль в розвитку туризму регіону, оскільки дозволяє підвищити рівень освітніх, розвиваючих та виховних можливостей туризму. Анімаційний потенціал туристичної дестинації знаходиться на перетині гуманітарної сфери і сфери бізнесу і є одним з найбільш перспективних секторів соціально-культурного та економічного розвитку регіонів. Істотним чинником інтенсифікації туристичного попиту є синергетичний взаємозв'язок туристичних підприємств та установ культури та мистецтва, що має своє відображення в інноваційній формі анімаційно-культурного супроводу туристичної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці розвитку туристичної галузі Тернопільської області присвячено праці багатьох науковців, зокрема, Андрушківа Б.М. [5], Турла Н.П. [6], Городиського Ю. [7], Романківа І.Я. [10] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте потребують ґрунтовнішого

аналізу сучасні тенденції розвитку культурно-подієвого туризму як чинника соціокультурного розвитку області та розкриття значення культурно-подієвих заходів у процесі популяризації регіонального турпродукту на вітчизняному та світовому ринку туристичних послуг.

Мета статті полягає у розкритті особливостей розвитку культурно-подієвого туризму Тернопільщини як активізатора туристичних потоків та інструмента маркетингового просування області як привабливої і унікальної туристичної дестинації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні тенденції розвитку туристичної індустрії характеризуються підвищеним попитом на культурно-розважальні та анімаційні послуги, що безпосередньо пов'язано з глобальними інтеграційними процесами, що охоплюють усі сфери життя суспільства. У свідомості туристів культурно-розважальний туризм виходить за межі культурно-історичної його складової. Сучасного споживача цікавить не лише безпосереднє екскурсійне обслуговування, але й спектр додаткових послуг у вигляді анімаційно-розважальних культурних заходів, зокрема:

- відвідування масових та тематичних виставок, ярмарків, фестивалів та участь у них;
- відвідування місць паломництва, тематичних лекцій з релігії, знайомство з релігійними звичаями, традиціями, ритуалами і обрядами;
- відвідування місць розкопок, участь в археологічних експедиціях;
- відвідування культурно-етнічних об'єктів, участь в етнічних святах, знайомство зі звичаями і стилем життя корінного населення;
- знайомство з ремісничим мистецтвом, участь у майстер-класах;
- відвідування природно-культурних ансамблів, участь у культурно-екологічних програмах;
- відвідування культурно-дозвілєвих об'єктів, об'єктів рекреації.

На сьогодні культурні подорожі принципово відрізняються від звичного формату культурно-пізнавального туризму, який здебільшого базується на відвідуванні пам'яток з метою отримання нового знання. Сучасні «культурні подорожі» доцільніше розглядати, як процес отримання задоволення від пізнавання себе в нових обставинах, проживання себе в інших культурних контекстах. Туристів приваблює занурення в атмосферу тієї чи іншої культури, не інтелектуальне її вивчення, а швидше емоційно-чуттєве проживання її звуків, ритмів, запахів і смаків.

З метою реалізації інноваційних підходів у використанні туристичного потенціалу Тернопільщини

розробляються соціально-культурні програми туристичної анімації, які впливають на привабливість регіону та слугують мотивом для подорожі. Ресурсною базою для цього є образотворче мистецтво, музика і танці, народні промисли і ремесла, історичні події, література, релігія, індустрія і бізнес, агрокультура, освіта і наука.

Останнім часом у Тернопільській області значна увага приділяється формуванню туристичного іміджу та просуванню регіонального туристичного регіону на вітчизняному та світовому ринках туристичних послуг. Для цього щороку Тернопільщина приймає участь у найбільших туристичних ярмарках та виставках. Окрім того, велике значення надається розвитку подієвого туризму, оскільки саме цей вид туризму дозволяє максимально ефективно використати туристичні можливості регіону, об'єднуючи в комплексний туристичний продукт постійні (музеї, пам'ятники, культові спорудження, визначні пам'ятки природи, історичні місця) та тимчасові (події культурного, спортивного та музичного життя) туристичні атракції.

Серед заходів, які приваблюють безліч туристів у Тернопільську область, слід виділити наступні:

1. Фестиваль-конкурс козацької пісні «Байда» (Тернопіль та інші міста області).

2. Бібліотечний фестиваль «БібліоФест» (Тернопіль).

3. Мистецько-краєзнавчий фестиваль «Братина» (Шумський район).

4. Фестиваль української вишивки «В Борщівському краї цвітуть вишиванки» (Борщів).

5. Гастрономічний фестиваль «Галицька дефіляда» (Тернопіль).

6. Всеукраїнський книжковий фестиваль української книжки «ДжураФест» (Тернопіль).

7. Всеукраїнський традиційний фестиваль лемківської культури «Дзвони Лемківщини» (урочище «Бичова» поблизу м. Монастириська Тернопільська область).

8. «КоропФест» (м. Коропець Тернопільська область).

9. Фестиваль колядок та щедрівок «Кременецькі передзвони» (Кременець).

10. «Фестиваль Маланок» (Горошова).

11. Міський фестиваль дітей з особливими потребами «Повір у себе» (Тернопіль).

12. Обласний конкурс-фестиваль молодих талантів «Ранкові роси» (Бучач).

13. Обласний фестиваль-конкурс вокально-хорового мистецтва серед загальноосвітніх та позашкільних навчальних закладів «Свою Україну любіть» (Тернопіль).

14. Фестиваль українського художнього слова «Словія» (Чортків).

15. Фестиваль молоді режисури «Тернопільські театральні вечори Дебют» (Тернопіль).

16. Міський фестиваль вертепів «Українське Різдво» та «Фестиваль вертепів» (Тернопіль).

17. Фестиваль рок-пісні «Файне місто» (Тернопіль).

18. Фестиваль духовної музики «Фанфари Бучача» (Бучач).

19. Місцевий фестиваль колядок «Фестиваль колядок» (Язловець).

20. Мистецький фестиваль постмодерної літератури «Фестиваль «І» (Тернопіль).

21. Перший в Україні «Фестиваль ляльок» (Тернопіль).

22. Міський фестиваль декоративно-вжиткового мистецтва «Яйце-райце» (Тернопіль).

23. Фестиваль духовної пісні «Я там, де є благословення» (Тернопіль).

Найвагомішими інститутами соціокультурної сфери Тернопільської області є музеї, театри та концертні організації, які завдяки своїй природі і впливу комунікаційних уявлень виступають як інформаційно-комунікативні системи, виконуючи свої споконвічні обов'язки збереження досягнень матеріальної і духовної культури та репрезентації культурних цінностей.

У Тернопільській області функціонує 29 музеїв, шість відділів музейного показу, що працюють як музеї, а також по одній філії при Почаївському історико-художньому музеї та при Денисівському краєзнавчому музеї. Із загальної кількості музеїв, відповідно до їх профілю, 14 – комплексні, п'ять – літературні, по три – історичні та мистецькі, по два – художні та ін. Основний фонд музеїв – це 456,6 тис. експонатів. Усі експонати належать до державної частини Музейного фонду України, переважна більшість яких (79,3%) розміщена в комплексних музеях.

За 2014 р. музеї відвідали 457,0 тис. осіб (у 2013 р. – 466,7 тис.). У 2014 р. 27 музеїв провели 6,1 тис. екскурсій, під час яких було обслуговано 135,3 тис. осіб.

З 1980 р. в обласному центрі працюють два театри: Тернопільський академічний обласний театр актора і ляльки та Тернопільський академічний обласний український драматичний театр ім. Т.Г. Шевченка. У 2014 р. колективами театрів проведено 628 театральних вистав, з яких 550 (87,6%) – на власній сцені, у т. ч. 393 – у ранковий час. Театри відвідали 108,7 тис. осіб, що на 3,1% більше, ніж у 2013 р.

З 2010 р., окрім Тернопільської обласної філармонії, в області здійснюють свою діяльність Тернопільський муніципальний духовий оркестр «Оркестр Волі» та Муніципальний Галицький камерний оркестр.

У Тернопільській області налічується 110 демонстраторів фільмів, у яких зали для демонстрування фільмів розраховані на 12,2 тис. місць. Упродовж 2014 р. кіносеанси відвідали 294,3 тис. глядачів.

В області на сьогодні чи не єдиним місцем спілкування, творчого розвитку та відпочинку для населення в сільській місцевості залишилися клубні заклади та бібліотеки. На кінець 2014 р. в області налічувалось 923 клубні заклади, якими було проведено 44,1 тис. культурно-масових заходів. У розважальних, культурно-освітніх, спортивно-масових заходах, вечорах відпочинку, виставах, театралізованих святах, концертах тощо взяли участь 3,7 млн. осіб, з них 0,9 млн. (25,3%) – діти.

Культурний туризм Тернопільської області, поєднуючи в собі традиційний відпочинок та участь в цікавих тематичних заходах, поступово викликає все більший інтерес у вітчизняних та іноземних туристів. Події вбудовуються в існуючий соціально-культурний ландшафт і є каталізаторами процесу інтеграції, популяризації цінностей, важливим інструментом досягнення взаєморозуміння і співпраці, збагачення культур різних народів. Розвиток культурно-подієвого туризму розглядається експертами як дієвий механізм створення та просування позитивного іміджу області, підтримки малого та середнього бізнесу, і найголовніше – збереження культурно-етнічної спадщини.

Культурно-подієвий туризм є надзвичайно перспективним для Тернопільської області, проте

існують стримуючі фактори розвитку цього туристичного продукту, зокрема:

- недостатньо розвинена туристична інфраструктура для організації подієвого туризму;
- недостатнє усвідомлення потенціалу подієвого туризму, його впливу на регіональну економіку;
- недостатня увага місцевих та регіональних органів влади до подієвого туризму, зокрема, при розробці стратегій та програм розвитку сфери туризму;
- низька інвестиційна та ділова активність місцевого населення при організації подієвих заходів;
- дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері туризму;
- неефективність рекламних кампаній щодо подієвих заходів, які проводяться в області;
- низька ефективність системи просування продукту подієвого туризму на ринок.

Для розвитку культурного туризму необхідно мати багату культурну спадщину, важливою умовою його розвитку є активна участь місцевого населення в культурному житті регіону. У цьому контексті розвиток культурного та подієвого туризму повинен вплинути не лише на зростання турпотоку в область, але й на підвищення якості життя громади. Оскільки рівень активності місцевого населення в споживанні культурних благ є важливим чинником, що визначає туристичну привабливість області, заходи по залученню місцевого населення в якості активного учасника культурного ринку (причому не лише як споживачів культурних послуг, але й як виробників, посередників, експертів) актуальні для всіх туристичних дестинацій, що мають за мету стати відомими культурними центрами. Зростання зацікавленості місцевого населення в споживанні культурних благ є необхідною умовою розвитку всієї інфраструктури культурного туризму.

З метою формування зацікавленості громади у розвитку туристичної індустрії доцільно організувати та провести регіональний конкурс «Terнопil Event Awards» як інструменту виявлення найбільш успішних та оригінальних проектів у сфері подієвого туризму. Серед номінацій конкурсу слід виділити наступні:

- краща подія у сфері культури (фестивалі, конкурси, концерти, карнавали, вистави);
- краща спортивна подія (змагання, спортивні зльоти, фестивалі екстремальних видів спорту);
- краща подія історичної спрямованості (історичні реконструкції та фестивалі, присвячені історичним датам і подіям);
- краща подія з популяризації народних традицій і промислів (виставки декоративно-прикладної творчості, концерти, фестивалі етнокультурні та фольклорні);
- краща подія ділової спрямованості (конференції, форуми, виставки тощо спрямовані на популяризацію і розвиток ділового туризму);
- краща подія студентського життя (студентські конференції, концерти, форуми тощо);
- краща подія у сфері гастрономічного туризму (гастрономічні та кулінарні шоу, фестивалі, виставки, дегустації);
- краща молодіжна подія (форуми, виставки, фестивалі для молоді);
- краща дитяча подія (фестивалі, конкурси, свята для дітей);
- краща подія, спрямована на популяризацію подієвого туризму (спеціалізовані заходи (форуми, конференції, круглі столи, дискусійні майдан-

чики, спрямовані на розвиток подієвого туризму як індустрії);

- краща ідея для розвитку подієвого туризму (розглядаються проекти, що перебувають на стадії проектування);
- кращий майданчик для розвитку подієвого туризму (музейно-виставкові комплекси; природно-рекреаційні зони; засіб розміщення);
- кращий туристсько-інформаційний центр;
- персона (премія за особисті досягнення у сфері розвитку подієвого туризму).

Ефективність розвитку культурного туризму залежить від існуючої системи стратегічного планування подієвих заходів. Процес організації та планування подієвого туризму є дуже складним, оскільки в нього залучено безліч учасників, кожен з яких виконує певні функції у відповідності зі своїми інтересами. Кожна подія вимагає ефективної організації та проведення, де оригінальність творчого рішення повинна узгоджуватися із загальним напрямком розвитку бренду, точним попаданням в цільову аудиторію і ретельною підготовчою роботою. [2]. Важливим завданням є пошук ефективних форм взаємодії різних суб'єктів ринку з метою створення привабливих туристичних продуктів з урахуванням специфічних особливостей і потенціалу території. Для реалізації цього важливим є встановлення прямих комунікацій з професійними об'єднаннями у сфері event, маркетингу, брендингу, туризму, регіональними департаментами розвитку туризму, регіональними туристськими інформаційними центрами з метою інформування про проект якомога більшої кількості учасників сфери подієвого туризму і залучення їх у реалізацію проекту в якості партнерів.

Методика розробки соціально-культурних програм туристичного розвитку Тернопільської області повинна передбачати підготовку переліку туристських ресурсів на основі класифікації культурної, історичної, природної спадщини і визначення найбільш важливих об'єктів для розвитку туризму; визначення основних місць туристичного призначення, а також забезпечення відповідних заходів з охорони місцевих культурних, історичних та природних пам'яток; використання в цілях туризму національного надбання, що включає антропогенні та природні, матеріальні та нематеріальні об'єкти, а також творчість місцевого населення (мистецтво, ремесла, фольклор); проведення заходів, спрямованих на виховання місцевого населення і туристів у дусі поваги до культурних цінностей регіону.

Висновки. Отож, розуміючи важливу роль культурно-подієвих заходів у моделюванні іміджу регіонів з метою реалізації туристичної політики, координації та підвищення ефективності роботи по просуванню сприятливого образу Тернопільської області на внутрішньому і зовнішньому ринку, необхідно консолідувати зусилля фахівців сфери суспільних комунікацій та органів регіональної влади для вирішення актуальних завдань формування позитивного іміджу. Результатом цієї взаємодії повинні стати нові туристичні напрямки та інноваційні турпродукти. Упровадження соціально-культурних анімаційних програм у практику туристичного обслуговування дозволить більш ефективно використовувати наявний туристично-рекреаційний потенціал Тернопільської області та сприятиме розвитку внутрішнього туризму за рахунок зростання в'їзного турпотоку, що, у свою чергу, підвищить прибутковість та конкурентоспроможність туристичного бізнесу та активізує

надходження фінансових ресурсів у соціально-економічну та культурну сферу регіону. Окрім того, формування якісної та унікальної анімації в туристичному бізнесі дозволить значно підвищити прива-

бливість комплексного регіонального туристичного продукту та слугуватиме мотивом для збереження та розвитку національної культури, народних промыслів, традицій та звичаїв регіону.

Список літератури:

1. Веретнова Н.Ф. Социально-культурное обеспечение туристической анимации региона (на примере Кемеровской области) : автореф. дис. ... к.п.н. : спец. 13.00.05 / Н.Ф. Веретнова. – Кемерово, 2011. – 24 с.
2. Давыденко И.В. Доминаты рынка событийного туризма / И.В. Давыденко // Вестник. Наука и практика [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://xn--e1aajfpcds8ay4h.com.ua/pages/view/445>.
3. Веретнова Н.Ф. Анимационный потенциал культурного туризма / Н.Ф. Веретнова // Мир науки, культуры, образования. – 2011. – № 2(27). – С. 164–166.
4. Ляшко А.В. Музейный туризм в России. Эволюция формата / А.В. Ляшко // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Вып. 3. – СПб. : Изд. Санкт-Петербургского университета, 2012. – С. 21–27.
5. Андрушків Б.М. Перспективи та механізми активізації розвитку туризму Тернопільщини (методи програмування туристичної діяльності як засіб її активізації) / Б.М. Андрушків, І.І. Стойко, Л.М. Мельник // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». – 2009. – Т. 22(61). – № 2. – С. 9–16.
6. Турло Н.П. Рекреаційно-туристичний потенціал Подільського регіону та його вплив на розвиток туристичної сфери / Н.П. Турло // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 6. – С. 579–583.
7. Городиський Ю. Проблеми і перспективи розвитку туризму у Тернопільській області / Ю. Городиський, А. Манько // Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». – 2012. – Вип. 29. – Ч. 1. – С. 36–47.
8. Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм у області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.te.ukrstat.gov.ua.
9. Парфіненко А. Культурний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територій / А. Парфіненко // Вісник Львівського університету. Серія географічна. – 2013. – Вип. 43. – Ч. 1. – С. 233–242.
10. Романків І.Я. Перспективи розвитку туристичної галузі в економіці Тернопільської області / І.Я. Романків // Наукові праці НДФІ. – 2008. – № 1(42). – С. 118–122.

Гугул О. Я.

Тернопольский национальный экономический университет

КУЛЬТУРНО-СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ АНИМАЦИОННОЙ АТРАКТИВНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ТЕРНОПОЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ)

Резюме

Раскрыты особенности культурно-событийного туризма как инструмента популяризации туристической дестинации на отечественном и мировом рынках туристических услуг. Рассмотрены современные тенденции развития культурно-событийного туризма на Тернопольщине и выявлено его воздействие на развитие туризма региона. Доказано, что формирование качественной и уникальной культурно-событийной анимации в туристическом бизнесе позволит значительно повысить привлекательность комплексного регионального туристического продукта и будет служить мотивом для сохранения и развития национальной культуры, народных промыслов, традиций и обычаев региона.

Ключевые слова: туристическая анимация, туристическая дестинация, культурно-событийный туризм, туристические мероприятия, имидж региона.

Huhul O. Ya.

Ternopil National University of Economy

CULTURAL AND EVENT TOURISM AS A PART OF ANIMATION ATTRACTIVENESS OF THE TOURIST DESTINATION (ON EXAMPLE OF TERNOPIL REGION)

Summary

In the article it's shown the features of cultural and event tourism as a tool for popularizing tourist destination on domestic and international tourism market. It's considered the modern trends of cultural and event tourism in Ternopil region and discovered its impact on tourism development in the region. It is proved that the formation of high-quality and unique cultural event animations in the tourism business will significantly increase the attractiveness of an integrated regional tourism product and serve as a motive for the preservation and development of national culture, folk traditions and customs of the region.

Keywords: tourist animation, tourist destinations, cultural and event tourism, tourist activities, the image of the region.