

УДК 338.488.2-611:640.4:392.72

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/46-1-4>**Роман КОРСАК,***orcid.org/0000-0001-9245-252X**доктор історичних наук, професор,**завідувач кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства
Державного вищого навчального закладу «Ужгородський національний університет»
(Ужгород, Україна) korsakr@i.ua***Іван ГОДЯ,***orcid.org/0000-0001-4027-8811**кандидат економічних наук, доцент,**доцент кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства
Державного вищого навчального закладу «Ужгородський національний університет»
(Ужгород, Україна) dz2352@gmail.com*

РОЛЬ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДІЄВИХ ЗАХОДІВ НА ЗАКАРПАТТІ

Статтю присвячено дослідженню ролі індустрії гостинності в організації подієвих заходів. Авторами наголошено на тому, що подієвий (фестивальний) туризм – це значна частина історико-культурного туризму, орієнтована на відвідування зони відпочинку у певний час, пов'язана з якою-небудь подією у житті спільноти чи суспільства.

На думку авторів, проведення фестивалів формує позитивний імідж Закарпаття як для громадян України, так і для іноземних туристів. Сьогодні у світі зростає інтерес до фестивального туризму, що поєднує відвідування фестивалю та екскурсійні програми з оглядом пам'яток. Особливості географічного положення Закарпаття, сприятливий клімат, багатство природно-ресурсного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалу створюють можливості для інтенсивного розвитку зазначеного виду подієвого туризму.

Автори відзначають, що фестивальний туризм є унікальним видом туризму, оскільки він є невичерпним за своїм змістом, та вважають, що у недалекому майбутньому число учасників фестивальних турів перевищить число учасників екскурсійних турів.

У регіоні Українських Карпат історично сформувалася значна кількість подієвих заходів. Можна відзначити такі, як фестиваль різдвяних вертепів, Масляна, фестиваль «Луцька ріпа». Аналіз часових періодів залучення готельно-ресторанних закладів в організацію проведення фестивалів в Українських Карпатах підтверджує значний вплив проблем, пов'язаних із сезонним фактором під час їх організації. Розроблення плану конкретних шляхів залучення готельно-ресторанного господарства в організацію фестивалів на Закарпатті може відбуватися у напрямках формування і розвитку готельно-ресторанної інфраструктури області та підвищення професійних знань і навичок готельно-ресторанного персоналу через освітньо-просвітницьку діяльність.

Для вирішення наукових завдань, що стосуються дослідження ролі готельно-ресторанної індустрії в організації подієвих заходів на Закарпатті, застосовано загальнонаукові методи, зокрема логічний та аналітичний, метод узагальнення, метод систематизації та класифікації, метод дедукції та індукції, метод синтезу й аналізу, метод порівняння.

Ключові слова: *гостинність, готельно-ресторанна індустрія, фестивалі, історико-культурний туризм, подієві заходи, Закарпаття.*

Roman KORSAK,*orcid.org/0000-0001-9245-252X**Doctor of Historical Sciences, Professor;**Head of the Department of Tourism Infrastructure and Hotel and Restaurant Industry**Uzhhorod National University**(Uzhgorod, Ukraine) korsakr@i.ua***Ivan GODYA,***orcid.org/0000-0001-4027-8811**PhD in Economics, Associate Professor;**Associate Professor at the Department of Tourism Infrastructure and Hotel and Restaurant Industry**Uzhhorod National University**(Uzhhorod, Ukraine) dz2352@gmail.com*

THE ROLE OF THE HOTEL AND RESTAURANT INDUSTRY IN THE ORGANIZATION OF EVENTS IN TRANSCARPATHTIA

The article is devoted to the study of the role of the hospitality industry in the organization of rhodium events. The authors emphasize that event (festival) tourism is a significant part of cultural tourism, focused on visiting the recreation area at a certain time, associated with any event in the life of the community or society.

According to the authors, holding festivals forms a positive image of Transcarpathia for both citizens of Ukraine and foreign tourists. Today, there is a growing interest in festival tourism in the world, which combines festival visits and excursion programs with sightseeing. Peculiarities of the geographical position of Transcarpathia, favorable climate, richness of natural resources, historical and cultural and tourist and recreational potential create opportunities for intensive development of this type of event tourism.

The authors note that festival tourism is a unique type of tourism, as it is inexhaustible in its content and believe that in the near future the number of participants in festival tours will exceed the number of participants in sightseeing tours.

A significant number of events have historically been formed in the region of the Ukrainian Carpathians. We can note the following: the festival of Christmas nativity scenes, Shrovetide, the festival "Hutsul turnip". The analysis of the time periods of involvement of hotel and restaurant establishments in the organization of festivals in the Ukrainian Carpathians confirms the significant impact of problems related to the seasonal factor in their organization. The development of a plan of specific ways to involve the hotel and restaurant industry in the organization of festivals in Transcarpathia can take place in the formation and development of hotel and restaurant infrastructure and increase professional knowledge and skills of hotel and restaurant staff through educational activities.

To solve scientific problems related to the study of the role of the hotel and restaurant industry in organizing events in Transcarpathia, general scientific methods were used, including: logical and analytical, generalization method, systematization and classification method, deduction and induction method, synthesis and analysis method, comparison method, etc.

Key words: *hospitality, hotel and restaurant industry, festivals, historical and cultural tourism, events, Transcarpathia.*

Постановка проблеми. У сучасному світі величезне економічне значення мають заходи подієвого туризму, оскільки у період їх проведення діяльність усього сектору готельно-ресторанної індустрії активізується. Під час підготовки до заходу можна спостерігати відродження місцевих культурних, історичних традицій та звичаїв, підвищення патріотизму, розвиток народної творчості. Таким чином, події є найважливішим мотивуючим фактором в індустрії гостинності, оскільки вони впливають на розвиток територій, її маркетингові плани і конкурентоспроможність. Для регіональних органів влади організація і проведення фестивалів повинні виступати стимулом для розвитку готельно-ресторанної інфраструктури, залучення інвесторів і можливість підняти сферу гостинності на якісно новий рівень.

Аналіз дослідження. Проблематику дослідження перспективних шляхів залучення готельно-ресторанного господарства в організацію фестивалів комплексно розглянуто у працях вітчизняних дослідників П. Тищенка (Тищенко, 2011), Ю. Грицьку-Андрієша, Ж. Бучко (Грицьку-Андрієша, Бучко, 2010; Бучко, 2006). Окрім названих авторів, ця тема опосередковано висвітлена у вітчизняних підручниках і посібниках із готельно-ресторанного бізнесу та туризму. Водночас необхідно відзначити, що сучасні проблеми залучення індустрії гостинності в організацію подієвих заходів на прикладі Закарпатської області висвітлені недостатньо широко.

Мета статті. У дослідженні на основі вивчення досвіду розвитку фестивального туризму за кордоном і в Україні розглядаються перспективні шляхи залучення готельно-ресторанного бізнесу до організації подієвого туризму. Успішність розвитку фестивального туризму залежить від наявної системи організації, планування подієвих заходів та ефективності взаємодії учасників поді-

євого туризму. Створення двосторонніх зв'язків між готельно-ресторанними комплексами і зацікавленими групами дає змогу досягати мети стратегічного планування соціально-економічного розвитку Закарпатської області.

Виклад основного матеріалу. Досліджуючи теоретичні аспекти залучення готельно-ресторанного господарства в організацію фестивалів, маємо розглянути визначення, які стосуються предмета дослідження. Подієвий (фестивальний) туризм – це значна частина історико-культурного туризму, орієнтована на відвідування зони відпочинку у певний час, пов'язана з якою-небудь подією у житті спільноти чи суспільства (рідко спостерігаються події, обумовлені природними явищами, наприклад місячним або сонячним затемненням). Головна особливість подієвого туризму полягає у безлічі яскравих неповторних моментів. Це перспективний і динамічний вид туризму, що активно розвивається у сучасному світі. Подієвий туризм багатогранний і різноплановий, а також невичерпний за змістом (Тищенко, 2011: 125–128).

За масштабом події можна розділити на такі:

- події регіонального (місцевого) рівня;
- події національного рівня;
- події міжнародного рівня;
- події всесвітнього (глобального) рівня.

Однак цей поділ несталий, оскільки дрібні, незначні події можуть поступово розвиватися і переходити на більш високий рівень. Події на місцевому рівні – це події, що мають значення для певного мікрорегіону (міста, адміністративного району). До подій національного рівня належать події, які мають значення для всієї держави. Події всесвітнього або глобального рівня – це події, відомі і популярні в усьому світі, які залучають найбільше число туристів. До них належать спортивні події зокрема Олімпіада (Молодецький, Пташнік, 2012: 113–118).

Одним із видів подієвого туризму є фестивальний туризм. Фестиваль – це свято особливого виду, яке відрізняється особливим розмахом, динамізмом і масовістю. Сьогодні фестиваль – це широка громадська, святкова зустріч, супроводжувана оглядом досягнень будь-яких видів мистецтв. При цьому, зрештою, фестивалі заходи популяризують країну, регіон, місто, конкретне місце (дестинацію), залучаючи значні туристські потоки (Грицку-Андрієш, Бучко, 2010: 56–60).

Сучасні PR-менеджери все частіше влаштовують фестивалі, котрі переслідують іміджеві та комерційні цілі. У принципі, якщо порівняти фестивалі, що увійшли в історію як частина культурного життя, із сучасними, у них також можна виявити PR-складові частини. Наприклад, який-небудь міжнародний фестиваль народних ремесел, танців, пісень – це перш за все залучення інтересу до країни представника, а вже потім залучення уваги до її культури та історії. Це явище зберіглося до наших днів, тільки цілей стало більше, і, відповідно, збільшився арсенал засобів, інструментів, технологій, тому нині можна виділяти безліч різновидів фестивалів, і кількість їх продовжує зростати. Основна цільова аудиторія фестивального туризму – це забезпечені туристи з доходами вище середнього. Фестивальний туризм – складне явище, у якому переплітаються потреби і реальна діяльність людей, природні, технічні та економічні процеси (Білоцерківська, 2006: 224–228; Грицку-Андрієш, Бучко, 2010: 56–60).

Можна припустити, що сучасний фестивальний рух бере свій початок ще у Стародавній Греції. Саме тут зародилися Олімпійські ігри – найдавніші і найбільш популярні загальногрецькі святкування і змагання, які влаштовувалися на честь бога Зевса в Олімпії один раз на чотири роки, згідно з традицією з 776 р. до н.е. Олімпійські ігри привертали велику кількість учасників і глядачів. Сьогодні фестивальний туризм як напрям світового туризму є відносно молодим і вельми перспективним напрямом в індустрії гостинності (Тищенко, 2011: 125–128).

У регіоні Українських Карпат історично сформувалася значна кількість подієвих заходів. Можна відзначити такі, як фестиваль різдвяних вертепів, Масляна, фестиваль «Гуцульська ріпа» (Лесик, 2007: 174–177).

Аналіз подієвих заходів на території Закарпатської області засвідчує їхню різноманітність, тому актуально для місцевих готельно-ресторанних закладів розробити успішну концепцію активного залучення в організацію фестивального туризму. Проведення фестивалів формує позитивний імідж

Закарпаття як туристського напрямку не тільки для громадян України, але й для іноземних туристів. Сьогодні у світі зростає інтерес до фестивального туризму, що поєднує відвідування фестивалю та екскурсійні програми з оглядом пам'яток. Особливості географічного положення Закарпаття, сприятливий клімат, багатство природно-ресурсного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалу створюють можливості для інтенсивного розвитку зазначеного виду подієвого туризму. Слід відзначити, що фестивальний туризм є унікальним видом туризму, оскільки він є невичерпним за своїм змістом. Низка експертів вважає, що у недалекому майбутньому число учасників фестивалів перевищить число учасників екскурсійних турів (Марченко, 2010–2011: 42–46).

Аналіз часових періодів залучення готельно-ресторанних закладів в організацію проведення фестивалів в Українських Карпатах підтверджує значний вплив проблем, пов'язаних із сезонним фактором під час їх організації. Ми можемо виділити такі етапи за ступенем інтенсивності і пори року.

1) Сезон пік – період, найбільш сприятливий для залучення готельно-ресторанної інфраструктури в організацію рекреаційної діяльності Закарпатської області, що характеризується максимальною щільністю туристів і найбільш комфортними умовами для рекреації. До нього належать такі два періоди:

- традиційний (з липня по серпень);
- січень, пов'язаний з новорічними канікулами.

2) Сезон високий – період найбільшої ділової активності на туристичному ринку, час дії найбільш високих тарифів на туристський продукт і послуги гостинності. За термінами це травень, червень, а також вересень.

3) Сезон низький – сезон зниження ділової активності на ринку готельно-ресторанних послуг, для якого характерні найнижчі ціни на туристський продукт і послуги гостинності. Це періоди жовтня і квітня.

4) Сезон «мертвий» – період, максимально несприятливий для організації рекреаційної діяльності. До нього можна віднести листопад, грудень і лютий. Мета організаторів фестивалів полягає у мінімізації цього періоду.

Таким чином, можна дійти висновку, що найбільша кількість фестивалів на Закарпатті проходить у період із початку травня по кінець вересня (Бучко, 2006: 231–234; Грицку-Андрієш, Бучко, 2010: 56–60; Лесик, 2007: 174–177).

Аналіз тенденцій та проблем розвитку фестивального туризму на Закарпатті виявив певні про-

блеми, що перешкоджають розвитку цього виду подієвого туризму. Серед найбільш важливих слід назвати такі.

1) Відсутність єдиного громадського центру фестивального руху, асоціації з координації діяльності фестивального руху на території Закарпатської області. У функції подібного органу необхідно включити питання просторового планування проведення фестивалів на Закарпатті, щоб уникнути територіальної концентрації подібних заходів в одному регіоні.

2) Недостатня кількість якісних майданчиків для проведення фестивалів. Досі на Закарпатті відсутня стаціонарна універсальна площадка, яка була б максимально підготовлена для проведення фестивалів. Це б дало змогу підвищити рівень проведення фестивалів і залучити більш дохідний споживчий сегмент ринку, зокрема готельно-ресторанний бізнес.

3) Політичні та економічні причини. Зниження активності фестивального туризму на Закарпатті викликано, у тому числі, проблемами, пов'язаними з епідемією COVID-19.

4) Цільова аудиторія фестивального туризму – це, як правило, забезпечені туристи з доходом вище середнього, а також компанії, що складаються з декількох добре забезпечених пар.

5) Учасники фестивальних турів традиційно висувають високі вимоги до закладів гостинності на території області.

Висновки. Отже, Закарпатська область багата на різні напрями подієвого туризму. Багато з них проводяться вже більше сорока років. Переважно це музейні, музичні, наукові та етнічні заходи, а також фестивалі, присвячені історичним традиціям місцевості. Саме ці напрями сприяють розвитку на території краю готельно-ресторанної інфраструктури і є ключовими у розвитку фестивального туризму.

Розроблення плану конкретних шляхів залучення готельно-ресторанного господарства в організацію фестивалів на Закарпатті може відбуватися у таких напрямках:

- формування і розвиток готельно-ресторанної інфраструктури області;
- підвищення професійних знань та навичок готельно-ресторанного персоналу через освітньо-просвітницьку діяльність;
- зростання якості готельно-ресторанних послуг, що надаються під час проведення фестивалів;
- організація спеціальних заходів щодо контролю якості готельно-ресторанних послуг;
- встановлення чітких норм якості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білоцерківська Т. Значення народних звичаїв та традицій для розвитку фестивального туризму в Україні. *Сфера розваг – важлива складова у підвищенні ефективності туристичного бізнесу*. Донецьк, 2006. С. 224–228.
2. Бучко Ж. Народні традиції в туристичній індустрії Карпатського регіону. *Сфера розваг – важлива складова у підвищенні ефективності туристичного бізнесу*. Донецьк, 2006. С. 231–234.
3. Бучко Ж. Народні звичаї та традиції населення Українських Карпат у контексті фестивального туризму. *Вісник наукових досліджень. Серія: Туризм*. 2006. Вип. 2. С. 183–185.
4. Грицьку-Андрієш Ю., Бучко Ж. Фестивальний туризм у системі рекреаційно-туристської діяльності. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2010. Вип. 519–520. С. 56–60.
5. Лесик А. Фестивалі Карпатського регіону як чинник туристичної привабливості. *Проблеми розвитку депресивних регіонів* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Ніжин : Аспект-Поліграф, 2007. С. 174–177.
6. Марченко О. Інтеграція регіонального туристичного продукту в національний загальноукраїнський туристичний продукт та європейську туристичну індустрію. *Закарпаття: науково-популярне видання про історію, сучасність, перспективи краю*. 2010–2011. № 3. С. 42–46.
7. Молодецький А., Пташнік А. Значення фестивального туризму у розвитку міст та регіонів. *Історія української географії*. 2012. Вип. 26. С. 113–118.
8. Тищенко П. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: економіка*. 2011. Спецвип. 33. Ч. 4. С. 125–128.

REFERENCES

1. Bilotserkivska T. Znachennia narodnykh zvychaiv ta tradytsii dlia rozvytku festyvalnoho turyzmu v Ukraini. [The importance of folk customs and traditions for the development of festival tourism in Ukraine]. The field of entertainment is an important component in improving the efficiency of the tourism business. Donetsk, 2006. S. 224–228. [in Ukrainian]
2. Buchko Zh. Narodni tradytsii v turystychnii industrii Karpatskoho. Sfera rozvah – vazhlyva skladova u pidvyshchenni efektyvnosti turystychnoho biznesu. [Folk traditions in the Carpathian tourism industry. The field of entertainment is an important component in improving the efficiency of the tourism business]. Donetsk, 2006. S. 231–234. [in Ukrainian]
3. Buchko Zh. Narodni zvychai ta tradytsii naseleння Ukrainykh Karpat u konteksti festyvalnoho turyzmu. [Folk customs and traditions of the population of the Ukrainian Carpathians in the context of festival tourism]. Bulletin of Scientific Research. Series: Tourism. 2006. Issue 2. S. 183–185. [in Ukrainian]

-
4. Hrytsku-Andriiesh Yu., Buchko Zh. Festyvalnyi turyzm u systemi rekreatsiino-turystskoi diialnosti. [Festival tourism in the system of recreational and tourist activities]. Scientific Bulletin of Chernivtsi University. 2010. Vip. 519–520. S. 56–60. [in Ukrainian]
 5. Lesyk A. Festyvali Karpatskoho rehionu yak chynnyk turystychnoi pryvablyvosti. [Festivals of the Carpathian region as a factor of tourist attraction]. Problems of development of depressed regions: Materials of international scientific-practical. conf. Nizhyn: Aspect-Polygraph, 2007. S. 174–177. [in Ukrainian]
 6. Marchenko O. Intehratsiia rehionalnoho turystychnoho produktu v natsionalnyi zahalnoukrainskyi turystychnyi produkt ta yevropeisku turystychnu industriiu. [Integration of the regional tourist product into the national all-Ukrainian tourist product and the European tourist industry]. Transcarpathia: popular science publication about the history, modernity, prospects of the region. 2010–2011. № 3. S. 42–46. [in Ukrainian]
 7. Molodetskyi A., Ptashnik A. Znachennia festyvalnoho turyzmu u rozvytku mist ta rehioniv. [The importance of festival tourism in the development of cities and regions]. History of Ukrainian geography. 2012. Issue 26. [in Ukrainian]
 8. Tyshchenko P. Teoretychni aspekty ta rozvytok podiiivoho turyzmu rehionu. [Theoretical aspects and development of event tourism in the region]. Scientific Bulletin of Uzhgorod University. Economics series. Special Issue 33. Part 4, 2011. S. 125–128. [in Ukrainian]