

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет бізнесу і права

Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

**КАЙТ-ТУРИЗМ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ В ІНДУСТРІЇ
ДОЗВІЛЛЯ**

**Кваліфікаційна робота (проект)
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»**

**Виконала: студентка ІІ курсу 261-М групи
спеціальності: 242. Туризм
освітньо-професійної
програми «Туризм»
Компанієць Альона Андріївна**

Керівник: доц. Макієнко О.А.

Рецензент: доц. Ушкаренко Ю. В.

Херсон – 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Теоретико-методологічні основи дослідження кайт-туризму.....	6
1.1. Сутність кайт-туризму та інноваційні особливості кайт-флаїнгу.....	6
1.2. Фестиваль як явище в індустрії дозвілля.....	10
1.3. Визначення та уточнення категоріального апарату поняття "кайт-туризм".....	14
РОЗДІЛ 2. Аналіз місця міжнародних фестивалів повітряних зміїв в сучасній індустрії дозвілля.....	20
2.1. Дослідження стану розвитку кайт-туризму.....	20
2.2. Міжнародний фестиваль повітряних зміїв як туристична подія.....	23
2.3. Економічні засади організації міжнародного фестивалю повітряних зміїв.....	29
РОЗДІЛ 3. Моделювання міжнародного кайт-фестивалю як інноваційної регіональної туристичної події на півдні України.....	34
3.1. Визначення ролі кайт-туризму у повоєнній відбудові України.....	34
3.2. Оцінка територіальних громад півдня України як регіональних дестинацій кайт-туризму.....	37
3.3. Моделювання інноваційного міжнародного фестивалю повітряних зміїв в Україні.....	41
ВИСНОВКИ.....	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	47
ДОДАТКИ.....	51
Додаток А. Авторський термінологічний словник кайт-туризму.....	51
Додаток Б. Оцінка проблем інноваційного розвитку туристичної галузі в територіальних громадах півдня України.....	52

ВСТУП

Туризм як явище є одним з найбільш багатогранних об'єктів дослідження науковців із різних сфер. Актуальність тематики туризму полягає у величезному туристично-рекреаційному потенціалі України взагалі й зокрема, її Півдня. При цьому є недостатньо вивченими особливості подієвого туризму як каталізатора процесів в'їзного туризму (inbound tourism) та внутрішнього туризму (domestic tourism), зокрема, в територіальних громадах нашої країни. Особливу увагу слід приділити даному явищу також на перспективу – у зв'язку із фактичною зупинкою галузі через війну в Україні, бойові дії на туристично привабливих у минулому територіях та поточну пандемію. Опосередковано, зазначені фактори негативно впливатимуть на інтенсивність туристичних потоків ще багато років після перемоги, а тому актуальною є необхідність заздалегідь визначити ефективні та швидкі інструменти повоєнного відновлення туристичної галузі.

Подієвий туризм тісно пов'язаний із індустрією дозвілля в цілому та є однією із найперспективніших і наймобільніших підгалузей світового туризму. Хоча у період пандемії цей вид туризму значно постраждав і залишається уразливим через очевидні обмеження, втім його особливістю є здатність до швидкої трансформації, організаційно-економічна гнучкість. Зарубіжні дослідження економічних та організаційних засад подієвого туризму вказують на його мотиваційну роль, важливість у формуванні туристичних дестинацій та загалом значущість у процесі консолідації суспільного простору в територіальних громадах і регіонах [1]. Одним із інноваційних видів подієвого туризму є кайт-туризм, що формується навколо міжнародних фестивалів повітряних зміїв та дестинацій, за певними факторами найбільш придатних для професійного запуску та управління повітряними зміями.

Метою роботи є комплексне вивчення явища кайт-туризму як виду подієвого туризму та інноваційного напрямку в індустрії дозвілля з позицій туризмології, економіки туризму та інших наукових дисциплін.

Завданнями дослідження є:

- визначити та обґрунтувати теоретико-методологічні основи дослідження кайт-туризму,
- проаналізувати місце міжнародних фестивалів повітряних зміїв в сучасній індустрії дозвілля,
- змоделювати міжнародний кайт-фестиваль на півдні України як інноваційну регіональну туристичну подію.

Об'єктом дослідження є явище кайт-туризму в цілому.

Предметом дослідження є міжнародний фестиваль повітряних зміїв з його географічними, економічними, дозвіллевими, брендовими та іншими характеристиками.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значним є науковий доробок у сфері управління регіональним туризмом таких іноземних вчених: D. Getz, N. Leiper, J. Andraz, T. Andersson, L. Zhu, S. Flora, Y. Wang, S. Katricioglu, S. Balogu, S. Tanford, K. Arts, M. Islam, A. Fleischer та інші. Великий внесок у дослідження цих проблем зробили українські вчені: Я. Олійник, О. Бейдик, А. Голюков, Л. Мельник, О. Сущенко, М. Мальська, Ю. Гуменюк, О. Музиченко-Козловська, Л. Немець, П. Шмулевич та інші. Водночас інноваційна діяльність у подієвому туризмі на вертикальному рівні регіону та горизонтальному рівні індустрії дозвілля здебільшого залишається поза увагою науковців і потребує нових дієвих підходів.

Для досягнення мети та завдань роботи було використано наступні *методи дослідження*: метод термінологічного аналізу (для визначення та уточнення категоріального апарату поняття «кайт-туризм»), метод логічного узагальнення (для визначення сутті та ідентифікації сутнісних

характеристик понять «кайт-туризм» та «міжнародний фестиваль повітряних зміїв»), метод контент-аналізу (для дослідження сучасного стану кайт-туризму), структурно-логічний метод (для визначення засад організації міжнародного фестивалю повітряних зміїв), метод інтерв'ювання (для визначення перспектив попиту на туристичні послуги у повоєнний період), метод імітаційного моделювання (для моделювання інноваційного повоєнного кайт-фестивалю на півдні України).

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх безпосереднього застосування для повоєнного відновлення туристичної галузі на рівні регіонів півдня України через організацію інноваційного міжнародного фестивалю повітряних зміїв. Результати роботи можна рекомендувати використати при визначенні конкретної громади-дестинації проведення такого фестивалю.

Окремі висновки роботи пройшли успішну апробацію на міжнародних науково-практичних конференціях (м. Херсон, м. Хмельницький, м. Боровець (Болгарія) та інші), а окремі результати опубліковані, зокрема, у періодичному науковому виданні країни-членкині ЄС (*Industry 4.0*. 2022, Vol. 7, issue 4. Republic of Bulgaria).

РОЗДІЛ 1. Теоретико-методологічні основи дослідження кайт-туризму

1.1. Сутність кайт-туризму та інноваційні особливості кайт-флаїнгу

Поточною тенденцією світового туризму є «устародавнення»: туристичні потоки формуються до країн, які у свідомості туристів представляють зв'язок із стародавніми цивілізаціями. Багато регіональних інноваційних туристичних продуктів формується саме на основі переосмислення історичної спадщини, оскільки, наприклад, дослідження профілю китайського туриста вказують на його інтерес до інших стародавніх цивілізацій [2]. Тобто наявна свідомо чи підсвідомо повага до «рівних» за «стародавністю» націй і культур. Південь України пов'язаний, зокрема, спільним скіфським минулим. На наш погляд, скіфське минуле (Півдня) України слабо розкрито як для іноземних, так і для внутрішніх туристів у вигляді доступних туристичних продуктів. Формування таких продуктів можливе лише із залученням як стейкхолдерів саме музеїв, у яких зберігаються колекції експонатів відповідної стародавньої культури, зокрема, скіфське золото. Загалом цей напрямок туризму є дуже перспективним для України на міжнародному рівні.

З іншого боку, формування інноваційних туристичних продуктів важко здійснити лише на основі культурно-історичної спадщини, без масштабних проєктів національного рівня, як наприклад, реконструкція Цитаделі у Шимкенті в Казахстані. З огляду на поточну ситуацію в Україні і світі, необхідно шукати більш реальні та практичні інструменти прискореного інноваційного розвитку туризму в громадах Півдня України.

Все більшої популярності у світі набирає культура повітряних зміїв. Місцем її зародження вважають стародавній Китай [3, с. 12; 4, с.

2]. Поряд з Піднебесною це явище стрімко розвивається в Індії, Південно-Східній Азії, США, Німеччині, Франції, Латинській Америці. Повітряні змії – це і спорт, і мистецтво, і фестивальний рух, і науково-технічна творчість, і розвага. В Україні промоцією культури повітряних зміїв займається Всеукраїнська молодіжна громадська організація «Українська Асоціація Повітряних Зміїв», член Міжнародної федерації повітряних зміїв. Так, Асоціація поставила перед собою стратегічне завдання визнання на рівні держави повітряних зміїв як неолімпійського виду спорту в Україні. Це потребує організаційно-методичного та документального супроводу, відповідної україномовної термінологічної бази і лексичного мінімуму, придатного як для маркетингу нового спорту серед української молоді, так і для крос-культурної комунікації.

Проблематика перекладу інтернаціональної лексики на сьогодні є однією з найактуальніших, але, на нашу думку, вона недостатньо вивчена. Запозичення інтернаціонального походження проникають в українську мову, починаючи з XIX століття, переважно через російську мову [6]. Загалом це стосується термінів науково-технічної сфери, культури і спорту, політики та економіки. При цьому на сьогодні майже повністю відсутні відповідники українською мовою для позначення термінів, які використовуються на міжнародному рівні для повітряних зміїв як виду спорту, або англійською – "kite-flying".

Формування науково-методичного підходу щодо перекладання українською мовою лексики спорту "kite-flying" є основою і для визначення українського лексичного забезпечення кайт-туризму в цілому. Це у свою чергу є передумовою успішного брендингу даного інноваційного виду індустрії дозвілля.

Отже, для визначення суті кайт-туризму необхідно:

- 1) дослідити поняття "kite-flying";
- 2) класифікувати лексику "kite-flying" за тематичними групами;
- 3) визначити спосіб перекладу для кожної тематичної групи.

При цьому для кращого сприйняття інноваційних особливостей кайт-туризму важливі специфіка перекладу лексики "kite-flying" українською мовою і загалом міжнародна лексика "kite-flying".

Матеріалом дослідження можуть слугувати: англomовна нормативна документація спорту "kite-flying", затверджена такими організаціями, як International Kite Federation (КНР) та American Kitefliers Association (США); публікації іноземних асоціацій повітряних зміїв; інструкції до спортивних кайтів.

Отже, нами досліджено поняття "kite-flying". Визначено, що нині не існує усталеного перекладу українською саме поняття "kite-flying" як виду спорту і дозвілля. Обґрунтовано спосіб перекладу і введення в українську мову відповідника «кайт-флаїнг». Запропоновано науково-методичний підхід щодо перекладання українською мовою лексики кайт-флаїнгу. Так, нами було виділено п'ять тематичних груп, а саме: 1) види кайтів; 2) трюки з кайтами; 3) конструкція кайтів; 4) супутнє обладнання спорту; 5) суспільні комунікації. За цими групами пропонується класифікувати всю лексику кайт-флаїнгу.

Для перекладання лексики кожної групи використовуються різні лексико-граматичні, лексичні і граматичні трансформації. Лексику першої групи слід перекладати способом транслітерації. Друга група лексики перекладатиметься транскодуванням, переважно змішаним. До третьої групи слів належать терміни, відповідники яких можна знайти у нашій мові. При цьому лексику цієї групи, яка не має прямих відповідників, доцільно перекладати транслітерацією, з огляду на доступність сприйняття українським спортсменом. Лексика четвертої тематичної групи може перекладатися кількома способами, оскільки її відповідники вже є в українській мові, але вони переважно невдалі для розвитку спорту. П'ята тематична група, яка охоплює лексичні засоби вираження широкого кола явищ, може перекладатися різними

способами: додавання, транскодування, калькування, експлікація, перmutація, транскрибування, повне лексичне перетворення.

Одержані результати можуть бути практично використанні у формуванні лексичного мінімуму українською мовою для використання в процесі розвитку кайт-флаїнгу як нового виду спорту в Україні. Слід зазначити, що окремі результати даної роботи вже почали застосовуватися в діяльності Української Асоціації Повітряних Зміїв під час організації та проведення спортивних змагань та фестивалів повітряних зміїв в нашій країні.

Аналіз праць українських дослідників у сфері перекладознавства свідчить, що сучасні науково-методичні підходи до перекладу англійських запозичень різняться в залежності від сфери застосування. Так, К.М. Скиба розглядає особливості перекладу в процесі локалізації товарів і послуг [5]. На нашу думку, процес локалізації є суміжним тим процесам, які нами досліджуються. Важливою особливістю перекладу при цьому процесі є орієнтація на маркетинг, крім суто філологічних міркувань, що відповідає контексту нашого дослідження. Автор доводить можливість узгодження орієнтації на клієнтів і дотримання норм лінгвістики в процесі локалізованого перекладу [5, с. 72], що доводить можливість широкого застосування різних способів перекладу в рамках нашого дослідження.

Т.М. Андреева, спираючись на напрацювання комунікативної граматики, обґрунтовує важливість підходу групування мовних засобів та фактично доводить можливість переваги значення (змісту поняття) над його формою (граматичним оформленням) при застосуванні ономазіологічного підходу [6]. Хоча дана робота Т.М. Андреевої і не стосується безпосередньо перекладознавства, втім, як розуміємо із контексту нашого дослідження, формування термінології та лексичного мінімуму нового виду спорту в Україні не є проблемою виключно перекладацькою, а стосується процесів опису дійсності і відбору

релевантних мовних засобів. Тому ми спираємося на висновки автора зазначеної наукової праці при обґрунтуванні різних способів перекладу в рамках науково-методичного підходу, який нами розробляється.

О.В. Бабенко досліджує синергетичні аспекти перекладу і також наголошує на принципах функціональності перекладу, зокрема, ставить вибір моделі перекладу у залежність від концептуального аналізу [7]. Це також доводить можливість надати перевагу необхідності дотримання єдиної концепції над суворим дотриманням граматичних норм під час перекладу. Слід зазначити, що мається на увазі не однозначне порушення норм української мови при запропонованому перекладі певної лексеми чи підборі українського відповідника, а лише можливість не зважати на сумнівність граматичного оформлення.

Таким чином, суттю кайт-туризму є туристична (естетична, культурна, науково-технічна тощо) привабливість процесу кайт-флаїнгу.

1.2. Фестиваль як явище в індустрії дозвілля

Особливою та найбільш поширеною формою організації подієвого туризму є фестивалі [8]. Українські реалії свідчать, що термін «фестиваль» вживається досить широко. Сьогодні в Україні будь-який організатор може назвати свій захід фестивалем, незалежно від кількості учасників, тематики тощо. Проаналізувавши українські практики фестивального туризму з позицій саме туризмології, ми пропонуємо в цілях нашого дослідження поділити фестивалі на два види: туристичні і не-туристичні (рис. 1.1). Іншими словами, певний захід, іменованій фестивалем, може бути або не бути туристичною подією [9].

В останньому випадку здебільшого йдеться про фестивалі, цільовою аудиторією яких є місцеві мешканці територіальної громади, в якій вони проводяться. А найбільш популярні формати таких подій, іменованих фестивалем, наведено на рисунку 1.1. Наприклад, щорічний

фестиваль «Український кавун – солодке диво» у Голопристанській міській громаді Херсонської області. Він розрахований насамперед на задоволення культурних потреб мешканців цієї громади, тому його слід віднести до культурних подій, але не туристичних. При цьому подібні фестивалі можуть мати і туристичний потенціал та в процесі розвитку ставати туристичними подіями [10].

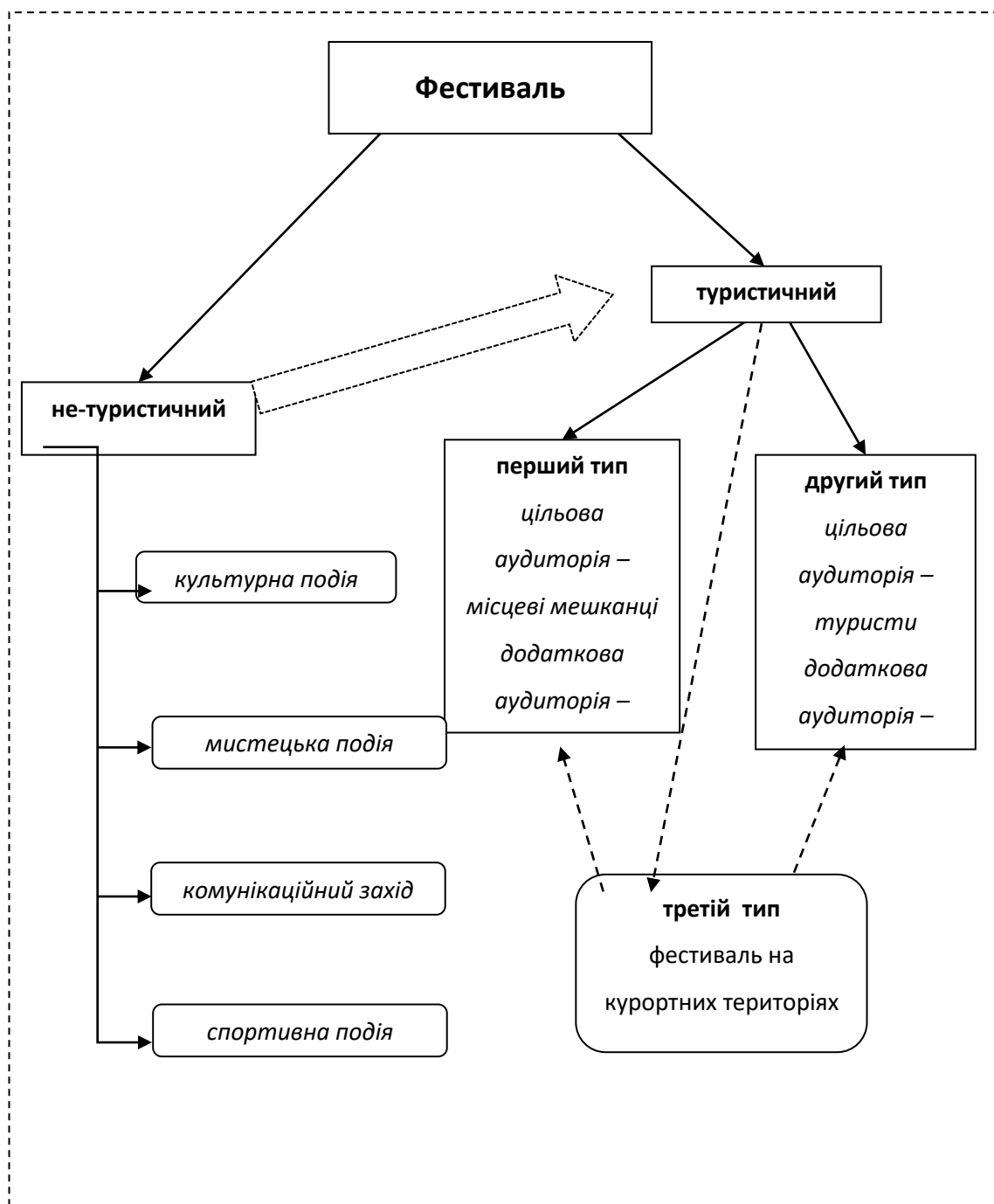


Рис. 1.1. Авторська категоризація фестивалів

Дане дослідження стосується саме другого виду фестивалів, які є туристичною подією і можуть сприяти розвитку туристичної діяльності в територіальних громадах. На наш погляд, їх також умовно можна поділити на два типи:

1. Фестиваль, основною цільовою аудиторією якого є місцеві мешканці, а туристи (гості територіальної громади) є додатковою цільовою аудиторією.

2. Фестиваль, головною цільовою аудиторією якого є туристи.

Тут вважаємо важливим зазначити, що термін «турист» вживаємо у значенні, наведеному в чинному Законі України «Про туризм» [11].

До першого типу можна віднести фестивалі, які проводяться у/біля великих міст. Наприклад, щорічний музичний фестиваль Atlas Weekend у м. Києві. Економічна модель таких фестивалів враховує можливість отримання достатніх доходів від відвідувань заходу місцевими жителями, а успішність залучення туристів обумовлюватиме суму додаткового прибутку. З іншого боку, подібні фестивалі організовуються досвідченими командами, які за потреби можуть змінити географічну прив'язку події. Тож розвиток такого типу фестивалів не підходить для більшості територіальних громад країни, особливо сільських.

Подієвий туризм здебільшого має важливий не-туристичний вимір, він стає культурною подією для місцевого населення і для впізнаваності територіальних громад [12, с. 102]. Водночас територіальні громади отримують дохід від проживання туристів. Так, подія проходить у межах певної дестинації, що є водночас місцем проживання громадян – кінцевих бенефіціарів такої події. Адже при сталому розвитку туризму будь-яка туристична подія має проводитися саме з урахуванням сталого розвитку громади і її території. Тому, якщо питання «диверсифікувати чи спеціалізувати» постає для окремої події, то для дестинації загалом, а точніше для громади, або сукупності

громад, або регіону, які формуються як дестинація, що має певне портфоліо різноманітних подій, є системно важливим [12, с. 102]. При цьому портфоліо івентів має спрямовуватися на різні сегменти місцевого населення [13, с.232].

До другого типу можна віднести фестивалі, які проводяться у невеликих громадах, на сільських територіях, на віддалених об'єктах природно-заповідного фонду [14]. Наприклад, заснований командою Української Асоціації Повітряних Зміїв Міжнародний фестиваль повітряних зміїв Tryhuty International Kite Festival 2017, який проводився у низці громад та територій: м. Херсон, Біосферний заповідник «Асканія-Нова», Національний природний парк «Олешківські піски», м. Миколаїв, с. Трихати Ольшанської ОТГ Миколаївської області (головна подія фестивалю), узбережжя Дніпро-Бузького лиману (т.зв. Херсонські гори у Станіславській ОТГ Херсонської області). У наступні роки цей фестиваль став щорічним і закріпився саме на території Ольшанської селищної громади. Особливістю такого типу фестивалів є значна кількість туристів (відносно місцевих жителів), які відвідують громаду саме заради фестивалю і саме протягом його проведення [1]. Наприклад, фестивальну подію в с. Трихати у 2017 році відвідало близько 5-6 тис. гостей, при цьому власне населення села складає близько 1 тис. осіб.

Цікавим є віднесення до першого чи другого типів – а можливо виокремлення в окремий тип – фестивалів, які проводяться на курортних територіях під час курортного сезону. Наприклад, щорічний дитячий фестиваль «Чорноморські Ігри» у Скадовській міській громаді Херсонської області. З одного боку, кількість відпочиваючих (рекреантів/туристів) в сезон значно перевищує кількість місцевих мешканців курорту (як, скажімо, у відомому с. Залізний Порт) або ж ці показники співмірні (як у м. Скадовську). Успішним закордонним прикладом такого фестивалю у сфері кайт-туризму є Міжнародний

фестиваль повітряних зміїв Artevento, який проводиться більше 40 років в італійському курортному містечку Червія на березі Адріатичного моря (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Artevento International Kite Festival 2022, м. Червія, Італія

Метою рекреантів є приїзд на курорт (рекреаційний туризм), а відвідання фестивалю є видом розваги або ж додатковим стимулом для вибору дат відпочинку саме на період фестивалю. З цих позицій такі фестивалі можна віднести до першого типу. З іншого боку, на подібні фестивалі можуть приїхати туристи саме заради фестивалю, а кілька ночей розміщення на курорті є необхідністю для участі у події. Тож можливо виокремити подібні фестивалі як третій тип, який має одночасно риси першого і другого.

1.3. Визначення та уточнення категоріального апарату поняття "кайт-туризм"

Процес запуску і керування повітряним змієм називають в

англійській мові сталим словосполученням "kite flying". Так само називається й вид спорту, визнаний у багатьох вищезгаданих країнах. При цьому існують й інші види спорту, які використовують повітряний змій (кайт) для створення сили тяжіння: kitesurfing, kiteboarding, powerkiting, snowkiting тощо.

Коли за кордоном говорять про "kite flying" як спорт, то мають на увазі цілком конкретне, вузьке визначення цього явища, при якому: спортсмен (kite flyer або kiteflier) стоїть на землі, керує запущеним повітряним змієм; його рухи досить обмежені, зокрема, зоною, спеціально відведеною для таких запусків; додаткове спеціальне спортивне спорядження, окрім власне кайта (повітряного змія), не використовується. Варто зазначити, що в азіатських країнах, зокрема, Індії, спортсмена називають "kitist".

"Kite flying" – це інтернаціональний термін. На практиці зустрічаються варіанти написання "kiteflying" та "kite-flying", залежно від британського, американського, австралійського, індійського та інших варіантів англійської мови. Словосполучення "kite flying" складається з двох частин, "kite" і "flying". Визначення терміну «повітряний змій» мовою оригіналу [15, с. 307]: "Kite – a light frame with fabric stretched over it, flown in the wind at the end of a long string" (Повітряний змій - легкий каркас з натягнутою поверх нього тканиною, що летить на вітрі з довгою стрічкою). "Flying – able to fly", тобто «спроможний літати» [16].

Існують різні способи перекладу інтернаціоналізмів, серед яких найбільш релевантними є: транскодування; калькуванням (буквальний переклад); експлікація (описовий переклад); пермутація; повне лексичне перетворення [17].

Формування науково-методичного підходу до перекладу українською мовою міжнародної термінології спорту "kite-flying" передбачає розуміння самого спортивного процесу, його організаційного забезпечення та PR-супроводження, що здійснюється, наприклад,

вищезгаденою Українською Асоціацією Повітряних Зміїв. Отже, на основі практичних спостережень спортивного процесу нами пропонується такий науково-методичний підхід як виокремлення 5 тематичних груп слів (рис.1.3) з подальшою пропозицією конкретного способу перекладу лексики кожної групи.

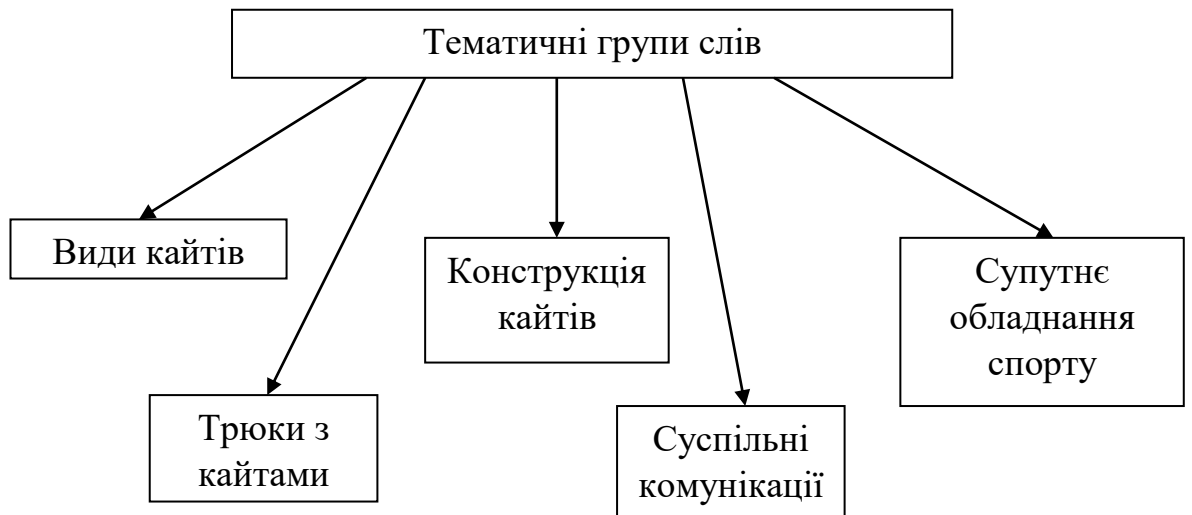


Рис. 1.3. Тематичні групи лексики "kite-flying"

На нашу думку, перші чотири групи слід вважати термінологією спорту "kite-flying", а до п'ятої групи (суспільні комунікації) ми відносимо лексику, яка фактично використовується в діяльності міжнародного кайт-руху, при організації фестивалів повітряних зміїв, змагань та заходів. Втім, це питання потребуватиме уточнень в подальших дослідженнях.

Розгляньмо групу слів «Суспільні комунікації», яка найбільшою мірою відповідає категоріальному апарату кайт-туризму. Відносимо до неї і, власне, назву спорту – kite-flying. Отже, необхідно визначити український відповідник.

Розгляньмо приклад: *Kite-flying is probably the most popular sport during this time in Thailand [18].* – Пропонований нами переклад: *“Саме кайт-флаїнт – це, скоріш за все, найбільш популярний вид спорту цього*

року в Тайланді” (транскодування).

Процес отримання нами відповідника «кайт-флаїнг» представлений структурно-логічною схемою (рис. 1.4). Відповідно до запропонованого нами підходу, декомпозиція назви спорту на дві значущі частини має наслідком і можливість застосування неоднакових способів перекладу цих частин, з подальшим об’єднанням в один термін українською.

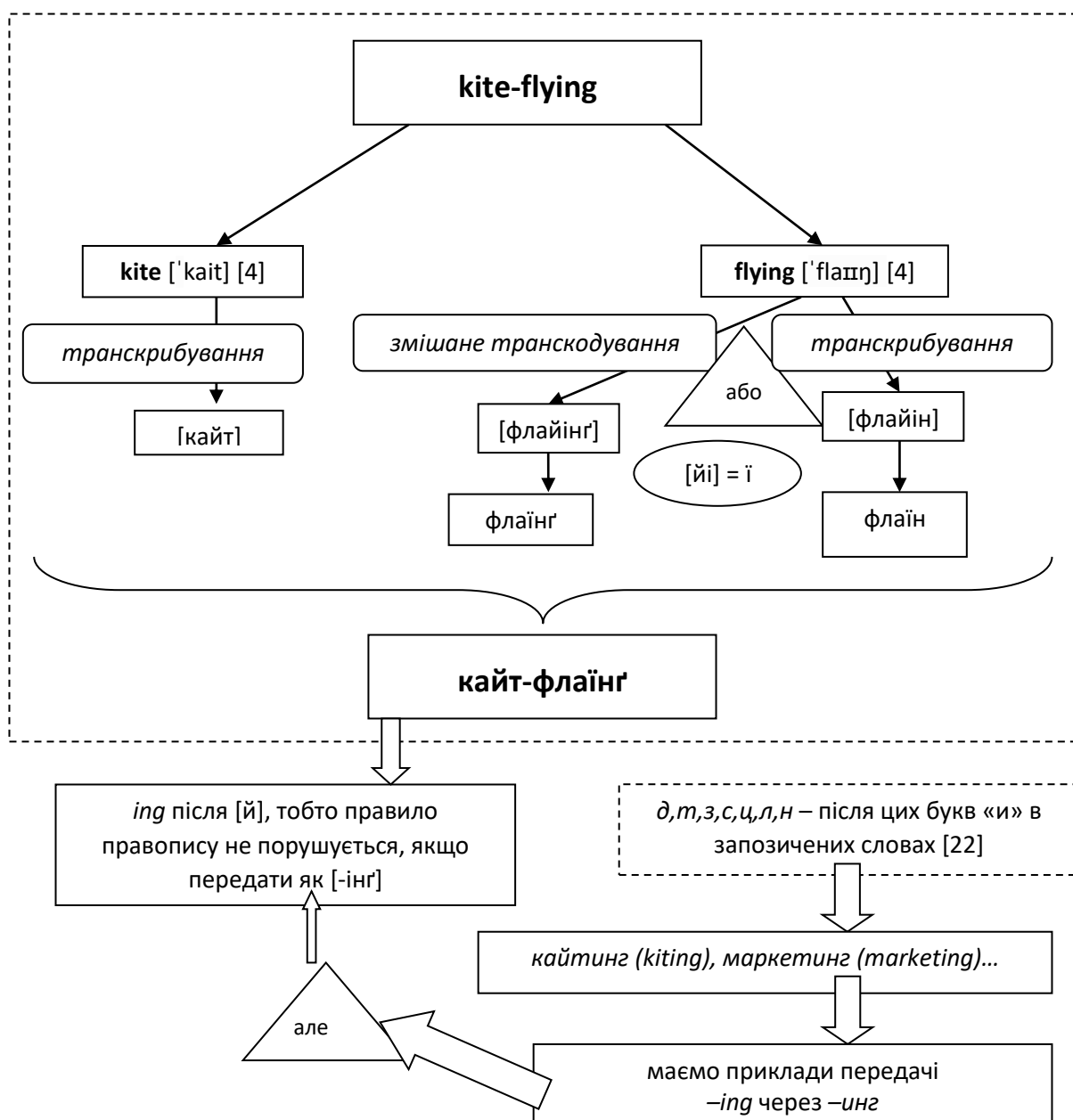


Рис. 1.4. Структурно-логічна схема перекладу назви спорту "kite-flying" як основи кайт-туризму

Так, перша частина терміну – це самостійна лексема «кайт». Це слово вже вживається в українській та російській мовах, але має вузьке значення специфічного типу повітряних зміїв (англійський відповідник – power kite), який використовується для створення сили тяжіння у кайтингу всіх типів – кайтсерфінгу, кайтбордингу тощо (рис. 1.5).

З цих видів спорту це слово і потрапило до української мови. Водночас необхідно зазначити, що огляд словників останніх 15 років свідчить, що вони слово «кайт» в українській мові поки не фіксують [19–21]. В цілях розвитку кайт-флаїнгу як спорту нами пропонується вживання слова «кайт» в його повному значенні англійською – повітряний змій будь-якого типу. У такому значенні слово «кайт» активно використовується останні три роки Українською Асоціацією Повітряних Зміїв у своїй діяльності. Наприклад, з 2019 року ця організація проводить всеукраїнський конкурс під назвою «Зоряний Кайт».



Рис. 1.5. Ілюстрація “power kite”

Отже, при перекладі словосполучення *"kite-flying"* використано варіант *"кайт-флаїнг"*. Ми використали саме такий переклад для того, щоб позначити в українській мові однією лексемою спортивний процес запускання у небо й керування повітряним змієм. Також ми можемо перекласти словосполучення *"kite-flying"* як *«кайт-флаїн»*, використавши спосіб перекладу транскрибування.

Використання нами дефісу при формі перекладу *«кайт-флаїнг»* спирається на кілька міркувань:

1. В іноземній практиці кайт-туризму використовується англійський відповідник *"kite-flying"*.

2. В цілях маркетингу цього спорту серед молоді розумним є уникнення нагромадження багатьох літер в одному незнайомому слові. Візуальне виокремлення слова *«кайт»* має сприяти швидшому розумінню і кращому сприйняттю й очевидній вимові – з наголосом на *«кайт-»*.

3. Відмінність кайт-флаїнгу від інших вищезгаданих видів спорту, які використовують кайт лише як допоміжне обладнання, і його політ/керування ним не є ціллю спортивного змагання. На відміну від цього, у кайт-флаїнгу саме політ кайта з досягненням необхідних характеристик є метою спортивної активності.

4. Аналіз норм сучасного українського правопису [22] свідчить про відсутність однозначного порушення будь-якого його правила при використанні форми *«кайт-флаїнг»* саме з дефісом.

Вочевидь друге та третє міркування не належать до суто філологічних і наукових, але вони враховуються нами з огляду на сучасні умови розвитку спорту, прикладне значення нашого дослідження та вище проаналізовані висновки дослідників Т.М. Андрєєвої та К.М. Скиби. Четверте міркування виправдане з огляду на висновки дослідниці О.В. Бабенко, які також аналізувалися вище.

За прикладом запропонованого нами перекладу «кайт-флаїнг» вважаємо за доцільне перекладання інших прикладів лексики групи «суспільні комінукації» у такий же спосіб: кайт-флаєр, кайт-подія (або кайт-івент), кайт-поле. Термін «кайт-туризм» отримано і запропоновано нами таким же чином. Авторський термінологічний словник кайт-туризму представлено в додатку А.

РОЗДІЛ 2. Аналіз місця міжнародних фестивалів повітряних зміїв в сучасній індустрії дозвілля

2.1. Дослідження стану розвитку кайт-туризму

Однією із форм туристичної діяльності, зокрема, в територіальних громадах є організація фестивалю. Наша категоризація фестивалів дозволяє стверджувати, що для більшості територіальних громад України найбільш перспективним і взагалі можливим є організація туристичних фестивалів другого типу. Для розвитку не тільки внутрішнього, але і в'їзного туризму фестивалю варто надавати статус міжнародного, тобто передбачати участь іноземців [8]. Особливим тематичним видом міжнародних фестивалів є фестивалі повітряних зміїв.



Рис. 2.1. Міжнародний фестиваль повітряних зміїв у м. Берк-сюр-Мер, Франція

Міжнародні фестивалі повітряних зміїв є багатограним світовим явищем, яке базується на переважно азіатській культурі повітряних зміїв [3]. При цьому такі фестивалі різняться за домінуючою спрямованістю – спортивною, мистецькою, розважальною, національно-патріотичною тощо. У таблиці 2.1 наведено найбільш відомі та значущі міжнародні фестивалі повітряних зміїв із характеристиками, які відповідають часу до пандемії COVID-19.

Таблиця 2.1

Найбільші міжнародні фестивалі повітряних зміїв

Назва фестивалю	Країна	Період проведення	Тривалість
Gujarat IKF	Індія	січень	10 днів
Weifang IKF	Китай	квітень	3 дні
Berck IKF	Франція	квітень	8 днів
Fano IKF	Данія	червень	12 днів
Artevento IKF	Італія	вересень-жовтень	8 днів
Dierpe IKF	Франція	вересень	7 днів
Satun IKF	Таїланд	лютий	2 дні
El Dia - Muertos	Гватемала	листопад	2 дні
Pasir Gudang IKF	Малайзія	лютий-березень	6 днів
Cape Town Kite Festival	ПАР	жовтень	2 дні

* укладено автором на основі аналізу відкритих джерел та власного туристичного досвіду

Для кращої «візуалізації» теми і розкриття особливостей досліджуваного виду туристичних подій візьмемо як приклад відомий міжнародний фестиваль повітряних зміїв, що проводиться на острові Фаньо у Данії. Цікавим є те, що він буквально називається не міжнародним фестивалем, а міжнародною зустріччю кайт-флаєрів (фахівців у галузі повітряних зміїв) у Фаньо. Щороку в червні на Фаньо збирається близько 5000 професіоналів і любителів повітряних зміїв з усього світу [23]. Багато учасників проєктують і виготовляють власних повітряних зміїв, часто у вигляді людей, мультиплікаційних героїв, тварин, тощо. Саме змагання не проводяться. Загалом острів є тихим. Тільки коли відбувається підготовка до фестивалю, то мешканці острова об'єднуються для підготовки майбутнього фестивалю. Природа та культура Фаньо сприяють активному та корисному сімейному дозвіллю. На фестивалі на фоні основного видовищного шоу кайтів (повітряних зміїв) є дуже багато видів додаткових атракцій, як-от: музикальні виступи, грязьові ванни, гольф тощо.

Розглянемо міжнародні фестивалі повітряних зміїв як особливу форму організації подієвого туризму в територіальних громадах на основі українського досвіду – на прикладі вищезгаданого Tryhutti IKF. У травні 2017 р. на півдні України, вперше в її історії, було організовано Міжнародний фестиваль повітряних зміїв Tryhutti International Kite Festival 2017. Як зазначалося, головна подія фестивалю відбувалася у с. Трихати Ольшанської ОТГ Миколаївського району Миколаївської області, саме тому фестиваль отримав відповідну назву. Для організації заходу була обрана типова для подібних фестивалів міжнародна модель. Вона, серед іншого, передбачає запрошення іноземних кайт-флаєрів з різних країн світу. При цьому запрошення таких учасників з якомога більшої кількості країн і континентів взагалі (так звана diversity) вважається для фестивалю мірою солідності й авторитетності.

Так, на фестиваль, що розглядається, було запрошено 9 іноземних учасників – кайт-флаєрів – з країн Європи та Азії: Німеччина, Франція, Італія, Польща, Туреччина, В'єтнам, Об'єднані Арабські Емірати. Україну представляли професіонали з Української Асоціації Повітряних Зміїв, яка й була головним організатором заходу. В рамках фестивалю проводилися численні заходи, а самі іноземні гості відвідали багато важливих з культурної точки зору локацій. Комунікація іноземців і місцевих жителів не була формалізованою.

Важливість такого фестивалю для територіальної громади є безумовною. Як зазначають вітчизняні науковці [24], туризм – це не просто організована подорож, а й розширення світогляду, утвердження відчуття співприсутності людини у різноманітному та складному світі; за умов глобалізації важливою є його функція формування здатності до розуміння інших культур, набуття комунікативної культури. Отже, сам факт присутності на фестивалі іноземних учасників принаймні політично утверджує позитивні глобалізаційні, інтеграційні процеси в Україні. Іноземні гості, які є учасниками вузьких міжнародних професіональних спільнот, набувають уявлення про нашу країну і відповідно до самоорганізаційних принципів, надзвичайно швидко поширюють по всьому світу своє бачення стосовно нашої держави. Ідеї миру, толерантності, дружби, євроінтеграційні наміри – все це не декларативно, а в реальності втілювалося в життя в рамках досліджуваного міжнародного фестивалю.

2.2. Міжнародний фестиваль повітряних зміїв як туристична подія

Організація комплексного туристичного продукту для невеликої кількості професіоналів (трансфер, готелі, харчування, екскурсійна програма) є необхідною умовою для попиту на туристичні продукти в рамках фестивалю [1]. Сам факт перебування видатних іноземців на

фестивалі стає основою для перебування на ньому в рази більшої кількості глядачів, які споживають такі ж послуги – їм треба доїхати, поїсти, переночувати, розважитися тощо. Тобто, з іншого боку, бюджет фестивалю є певною інвестицією, яка може окупитися завдяки приїзду глядачів.

Розглянемо наш приклад. Бюджет міжнародного фестивалю повітряних зміїв включає:

- витрати на запрошення і перебування іноземних учасників;
- витрати на облаштування локації фестивалю (підготовка поля для запусків повітряних зміїв, сцена, звук, світло, декоративне оформлення тощо);
- витрати на промоцію (реклама й робота зі ЗМІ, розробка логотипів, символіки, презентацій тощо);
- інші супутні витрати.

Такі витрати є необхідними для створення певної основи для додаткової зацікавленості туристів. У випадку міжнародного фестивалю повітряних зміїв це видовищність привезених повітряних зміїв, унікальність такої події для України. Отже, опосередковано фестиваль як явище й об'єкт інтересу переносить свою вартість на вартість супутніх послуг, що надаються поряд і під час фестивалю: їжа і напої, сувенірна продукція, додаткові розваги тощо [25]. Перенесення вартості, з економічної точки зору, дає підґрунтя для формування економічного інтересу, що у свою чергу стимулює надходження капіталу [8]. Так, наприклад, організатори фестивалю, дії яких в першу чергу спрямовані на забезпечення тематичної складової фестивалю, надають певні права або просто створюють можливості на продаж тих чи інших товарів і послуг на локації фестивалю, що є певним видом аутсорсингу [10]. При цьому громада, на території якої проводиться фестиваль, має забезпечувати власний соціально-економічний, виставляти відповідні умови перед організаторами фестивалю.

Досліджений досвід міжнародних фестивалів повітряних зміїв як особливої форми подієвого туризму дозволяє резюмувати певні особливості фестивалів як туристичних подій (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Особливості фестивалю як туристичної події

№	Аспект	Особливості
1	Економічний	Обладнання, устаткування здебільшого орендується. Тобто відсутні капітальні інвестиції / інвестиції в основні фонди підприємств на користь фінансування оборотних фондів.
2	Юридичний	У законодавстві України відсутнє визначення термінів «подієвий туризм» і «фестиваль». Практичний досвід автора свідчить про неможливість захистити авторське та інші права на фестиваль.
3	Соціальний	Залучаються мешканці відповідної громади, підвищується їх добробут.
4	Географічний та екологічний	«Міцність» географічної прив'язки – чи можлива зміна територіальної громади для проведення конкретного фестивалю без втрат аудиторії. Фестиваль проводиться на території громади, на об'єктах природно-заповідного фонду тощо. Це потребує аналізу впливу події на довкілля і можливості окремо взятої території витримати екологічне навантаження від фестивалю.

Визначені аспекти й особливості доводять складність таких явищ, як туристична подія, фестивальна подія, комплексність їх підготовки та проведення, активну взаємодію із соціально-економічними процесами на відповідній території.

Розглянемо наступну групу слів – «Види кайтів». Візьмемо з цієї групи кілька слів, наприклад, “*stunt kite*” і “*show kite*”. “**Stunt**” – трюк, звідси “*stunt kite*” – кайт для виконання трюків, трюковий кайт. Пропонуємо перекладати цей вид кайтів способом транскрибування «**стант**». Оскільки дані види кайтів є визнаними у всьому світі, то найголовніше – це відтворити вимову, щоб український та закордонний спортсмени зрозуміли одне одного під час комунікації. “**Show kite**” – з англ. “show” – «шоу», “kite” – «повітряний змій». Їх основна функція це вразити глядачів пf інших кайт-флаєрів своєю формою, конструкцією (рис. 2.2). На міжнародних змаганнях та фестивалях повітряних зміїв вони є пріоритетними, оскільки фестиваль це, перш за все, яскраве дійство, яке повинно створювати свято, шоу навкруги. Ми вважаємо, що доцільно використовувати такий спосіб перекладу як транскрибування, аби відтворити правильну вимову «шоу-кайт». Можна зробити висновок, що у цій тематичній групі доцільно використовувати такий спосіб перекладу як транскрибування.



Рис. 2.2. Ілюстрація “show kite”

Наступна тематична група – «Трюки з кайтами». Всі назви перекладатимуться способом транскодування, оскільки це вже стали міжнародні поняття у світі спорту. Візьмемо приклад «axel». Це реберний стрибок у фігурному катанні. Трюк названий на честь норвезького фігуриста Акселя Паульсена. Але у кайт-флаїнгу ми також зустрічаємо таке поняття. Фокус починається з того, що повітряний змії летить горизонтально в будь-якому напрямку, потім падає на живіт, відвертає ніс від пілота і обертається на 360°. Потім повітряний змії повертається назад у політ носом, спрямованим точно проти початкового напрямку, і повинен вийти прямолінійно. Для кращого балу Axel повинен бути низьким і рівним. Пропонуємо перекладати способом змішаного транскодування, адже трюк названий на честь відомого фігуриста і нам важливо відтворити його ім'я.

Наступна із виокремлених нами груп – «Конструкція кайтів». Наприклад, слово «*ripstop*». Цей термін уже введений в українську мову. Рипстоп (англ. *ripstop* < *rip* — «рвись» + *stop* — «стій», «стоп») — тип тканини зі спеціальним зміцнюючим плетінням [36]. Як правило, нитки підсилення кайта виготовляються з поліестеру або нейлону. Перекладено способом транслітерації. Ми вважаємо, що для перекладу цієї групи слів доцільно використовувати саме транслітерацію, а не транскрибування. Для українського спортсмена, який може не володіти англійською мовою, буде важко зрозуміти, що за слово йому зустрілось в інструкції до кайта, оскільки він може не знати його вимови. Спортсменові необхідно сприймати всі слова візуально, тому найкращим способом буде транслітерація.

Наступна група – «Супутнє обладнання спорту». Візьмемо для прикладу поняття «*lines*». «*Lines*» – у перекладі з англ. означає «з'єднання», тобто сенс залишається зрозумілим навіть для іноземця. Це основний із супутніх елементів кайт-флаїнгу. У перекладі з англійської

означає «лінії» [37]. Тобто, «лінії» за допомогою яких здійснюється управління кайтом.

Таблиця 2.3

Розподіл складових організації та проведення міжнародного кайт-фестивалю за групами

№	Група	Значення	Приклад
1	Види кайтів	Класифікація кайтів	Inflatable, Parafoil, Delta, Rokkaku, Dual line, Quad line, Kite-trains, Eddy, Sled, Traditional, Stunt, Show kites, Powerkite
2	Трюки з кайтами	Акробатичні комбінації, які виконує спортсмен з кайтами	Axel, Fade, Side Slide, Tip Stab, Backspin, Coin Toss, Flap Jack
3	Конструкція кайтів	З чого складається кайт	fiberglass rods, ripstop, tails, tedlar tape, bridles, rubber elbow, spreader
4	Супутнє обладнання спорту	Допоміжне обладнання, яке використовує спортсмен, окрім самого кайта	Lines, handles, ball bearings
5	Суспільні комунікації	Загальна лексика, яка описує дійсність кайт-флаїнгу як культури і спорту	kite-flying, kite-flyer, kite-flier, kitist, international kite festival, kite event, kite field

Пропонуємо розглянути синоніми цього слова: стропи, леєр, нитка, шнур, канат, трос. Але, на наш погляд, такий переклад буде недоречним, тому пропонуємо свій власний, а саме «лінки». Спосіб перекладу: повне лексичне перетворення. Слово «лінк» у сьогоdnішньому українському молодіжному сленгу означає посилання на ресурс в Інтернеті, тобто підсвідомо вказує на «зв'язок», «поєднання». Отже, на даному етапі дослідження переклад лексики групи «супутнє обладнання спорту» може відбуватися за принципом кожне слово окремо, залежно від доцільності та потенційного сприйняття спортивною спільнотою, яка формується в Україні навколо кайт-флаїнгу та кайт-туризму.

2.3. Економічні засади організації міжнародного фестивалю повітряних зміїв

Найважливішим типом ресурсів для розвитку в сучасних умовах слід визнати природний. Географічне розташування громади грає найбільшу роль у формуванні атрактивності великої кількості сучасних туристичних продуктів у багатьох країнах світу, адже відображає середовище формування культурної спадщини певного народу чи окремого регіону.

Комплексна оцінка природного капіталу громади є складним завданням, особливо коли на меті є розвиток екологічного туризму в громаді. Іноземна практика щодо визначення екологічного або зеленого туризму є різноманітною. Практично з самого початку свого розвитку екотуризм швидко став у певній мірі саморегульованою галуззю. Принципи екологічного туризму та нові ідеї пропагують створені за останні десятиліття установи та організації. На початку 90-х років у США було створено Міжнародне Товариство Екотуризму (International Ecotourism Society – TIES), яке відіграло важливу роль у розвитку цієї

галузі туризму. Організація Об'єднаних Націй оголосила 2002 рік «Міжнародним роком екотуризму», що стало ще одним кроком до визнання екотуризму одним з ключових напрямків туристичної галузі у світі [26].

Міжнародне Товариство Екотуризму надає таке визначення екологічного туризму: «Відповідальна подорож до природних територій, що забезпечує збереження довкілля, підтримує добробут місцевого населення і передбачає тлумачення (власного туристичного досвіду) та освіти» [27]. Отже, оцінка природних ресурсів є необхідною передумовою розвитку кайт-туризму в екологічно чистому форматі. Слід зазначити, що на міжнародному рівні використовується низка понять: екологічний туризм, сталий туризм, зелений туризм, сільський туризм (агротуризм), агроекотуризм [12]. Хоча ці терміни часто є синонімами, втім кожний з них має в різних країнах свою специфіку. Тож законодавче визначення та практична вживаність термінології екотуризму в різних країнах світу потребує подальших ґрунтовних досліджень. Регулювання та відбір проектів екологічного/зеленого туризму здійснюється в більшості країн світу за принципом глокалізації – локальної відповідності Глобальним цілям сталого розвитку [12], тобто прийняття рішень проходить на рівні громад і регіонів.

Практика виокремлення зеленого або екологічного туризму як окремих видів туризму на законодавчому рівні різниться за країнами. Втім головними критеріями, які застосовуються більшістю країн для ідентифікації екологічного туризму, слід вважати: відповідність принципам сталого розвитку, зведене до мінімуму навантаження на довкілля, підвищення добробуту місцевого населення внаслідок туристичної діяльності.

До 2020 року туристична галузь швидко зростала через високий попит на дестинації в країнах, що розвиваються, здебільшого в Азії, Африці, Океанії та Латинській Америці [28]. Хоча пандемія COVID-19

привела до значного зменшення туристичних прибуттів до цих країн, втім стратегічно ці країни продовжують зосереджуватися на екологічному туризмі, використовуючи свої природні ресурси. Практика цих країн дозволяє визначити екологічний туризм як туризм, який передбачає осмислення природного середовища, освітній компонент та управління на засадах сталого розвитку (що здебільшого відповідає визначенню TIES). У зазначених країнах задекларовано розвиток сталого екологічного туризму із забезпеченням двох складових: належної вигоди для відповідної територіальної громади і довгострокового збереження природних багатств, задіяних в такій туристичній діяльності.

За запропонованим підходом нами досліджено й порівняно три громади різних областей Півдня України, придатних як дестинації для кайт-туризму (табл. 2.4). Метою даного аналізу є формування нового підходу до визначення найбільш інноваційної форми організації кайт-туризму та супутніх видів туризму, розвиток яких не порушуватиме принципів сталого розвитку та сприятиме формуванню внутрішніх й іноземних туристичних потоків до громади, регіону, країни.

На наш погляд, окрім європейського та загалом західного досвіду, необхідно враховувати і досвід колишніх радянських республік у розвитку нових дестинацій. З позицій економіки розвитку, спільний досвід управління, укорінені підходи до прийняття рішень, спадкові аспекти системи підготовки кадрів – все це системні характеристики, які потребують часовий лаг навіть при наявності бажання керівного елемента системи. Часовий лаг в процесах впровадження змін – т.зв. реформах – та інертність складних соціально-економічних систем – риса, яка практично не враховується у сучасних практиках розвитку туризму в Україні ані з боку органів влади, ані з боку туристичного бізнесу.

Це обумовлює мало досліджену потенційно сильну сторону сільських громад України в розвитку туризму на своїх територіях. У таких громадах сильніші традиції, а циклічність і сезонність сільськогосподарського виробництва забезпечує певну фундаментальність середовища розвитку. Це дозволяє сільським громадам використати системні переваги, що неможливо для багатьох великих міських громад. Зокрема, досвід туристичного розвитку Казахстану вказує на успішне задоволення потреб іноземних туристів у пізнанні звичаїв і традицій кочового народу, дикої природи навколо, пріоритетним є етнографічний туризм, проживання в етноаулах [29]. При цьому казахські експерти вказують на успішність залучення туристів через культурні події та інтерактивні шоу, які більшою мірою дають змогу туристам отримати певний унікальний досвід знайомства із стародавньою цивілізацією.

Таблиця 2.4

Досліджувані територіальні громади Півдня України

№	Назва населеного пункту	Код за КОАТУУ	Категорія	Належність до територіальної громади	Код за КАТОТТГ	Район	Область
1	Трихати	4824284201	село	Ольшанська селищна ТГ	UA4806023000098265	Миколаївський	Миколаївська
2	Роздольне	6523285501	селище	Каланчацька селищна ТГ	UA6508007000011930	Скадовський	Херсонська

3	Мелітополь	2310700000	місто	Мелітопольська міська ТГ	UA23080070000068953	Мелітопольський	Запорізька
---	------------	------------	-------	--------------------------	---------------------	-----------------	------------

У цілому закордонний досвід свідчить про особливу цікавість туристів до водних ресурсів дестинацій кайт-туризму під час проведення фестивалів, тому нами оцінені такі ресурси, які можуть бути осмислені туристично та рекреаційно (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Наявність водойм з можливістю туристичного застосування

Назва територіальної громади	Наявність водойм з можливістю туристичного застосування в громаді	Назва водойми
Трихати	наявне	р. Південний Буг
Роздольне	наявне	Чорне море
Мелітополь	наявне	р. Молочна

Аналіз сучасних досліджень подієвого туризму доводить пріоритетність трьох головних підходів, за якими слід формувати інноваційні туристичні потоки на основі подій (фестивалів, івентів) [1]:

- ретроспективне дослідження профілів учасників попередніх ітерацій туристичної події;
- феноменологія, тобто певний бенчмаркінг у туристичній галузі;
- семплінг малих поведінкових моделей і кліше дозвілля.

Як бачимо, ці підходи дозволяють порівнювати досвід подієвого туризму в інших громадах як українських, так й іноземних з метою розробки нових туристичних подій. Таким чином, закордонний досвід може бути адаптований до українських реалій, зокрема, й у сфері подієвого туризму на основі культурної спадщини та природних багатств певного регіону і громади.

РОЗДІЛ 3. Моделювання міжнародного кайт-фестивалю як інноваційної регіональної туристичної події на півдні України

3.1. Визначення ролі кайт-туризму у повоєнній відбудові України

В умовах повномасштабної війни на території України вітчизняна туристична галузь також зазнає катастрофічних збитків. Супутні галузі переорієнтувалися на вирішення гуманітарних завдань. Колективні засоби розміщення використовуються для розселення вимушених переселенців, заклади громадського харчування масово зачиняються в районах бойових дій або працюють у посиленому режимі – в місцях приїзду біженців. Непоправних втрат зазнають в цілому довкілля та конкретні рекреаційні ресурси, втрачаються й унікальні історико-культурні ресурси. В таких умовах потенціал цілої галузі стрімко скорочується, що обумовлює і неотримані вигоди в майбутньому. Водночас Президентом України чітко проголошений курс на відбудову України, над планом якої влада починає працювати вже під час війни [30].

Туристична галузь залишається перспективною для повоєнної, мирної України. Роль туризму як ефективної форми крос-культурної взаємодії не викликає заперечень й особливо важлива для країни, яка потребує відбудови та зокрема, інвестицій. З позицій економіки туризму нами пропонується розглянути потенціал відновлення галузі зі сторони попиту і зі сторони пропозиції. Це дозволить почати більш чітко окреслення ролі туризму саме у структурі повоєнної економіки.

Зі сторони попиту цікавим є розуміння змін у туристичній привабливості України до та після війни. Відома вчена-туризмолог О. Любіцева зазначає, що «...для туристського споживання визначальним є реалізація мети подорожування і саме вона визначає ціннісні орієнтири туриста» [31, с. 386]. З таких позицій, у рамках

«польових досліджень» в період з березня по квітень 2022 року нами проведено серію експрес-опитувань та глибинних інтерв'ю з громадянами іноземних країн для визначення ставлення до України в цілому та виявлення змін у такому ставленні через оцінку туристичної привабливості на повоєнне майбутнє. Дослідження проводилось дистанційно у березні–квітні засобами аудіовізуального та текстового зв'язку та очно серед учасників Міжнародного фестивалю повітряних зміїв Artevento–2022 у м. Червія, Італія (з 22 по 27 квітня 2022 р.). Аналіз отриманих даних свідчить про формування таких тенденцій у ставленні до України після початку війни:

- захоплення українським народом, який відчайдушно боронить Батьківщину;
- співчуття через загибель і страждання людей, знищення матеріальних і нематеріальних цінностей;
- бажання в майбутньому обов'язково відвідати таку дивовижну країну, де живе такий дивовижний народ.

Отже, туристична привабливість повоєнної України значно підвищилась. На наш погляд, важливо не втратити таку конкурентну перевагу, хоч й отриману жахливою ціною. У контексті великої за обсягом та різноманітної за формами міжнародної допомоги на відновлення України необхідно визначити та запропонувати закордонним партнерам і формат підтримки туризму в нашій країні, перш за все в'їзного. Можливою пропозицією є розробка міжнародної програми заохочення іноземних туристів приїжджати до України на спеціальні тури, які частково фінансуватимуться країнами-донорами. В рамках турів, які нестимуть місію поширення миру, необхідно розробити тематичні напрями. За кожним напрямом сегментуватиметься відповідний попит туристів. Наприклад, бізнес-туризм: тематичні тури для підприємців щодо інвестицій у розвиток Індустрії 4.0 в Україні з відвіданням конкретних об'єктів, територій, громад та регіонів у цілому.

Комбінування внутрішніх туристичних потоків з іноземними потоками зазначеного типу можливе через проведення туристичних подій, зокрема фестивалів. У цьому форматі фестиваль матиме значний синергетичний потенціал, оскільки буде точкою об'єднання туристичних потоків і в часі, і у просторі.

Важливим фактором швидкого відновлення туристичної галузі зі сторони пропозиції (діяльність туристичних операторів та агентств, екскурсійний супровід, готельно-ресторанний сектор тощо) є податкове регулювання з боку держави. Податкове регулювання туристичної діяльності в різних країнах враховує в тій чи іншій мірі необхідність розвитку екологічного туризму. Важливою є практика Європейського Союзу [32]. Податкові стимули стосовно туризму, які застосовуються в ЄС, можна поділити на три групи (причому третя група стосується конкретно екологічного туризму):

1. Туристичні податки для вдосконалення галузі. Ці податки спрямовані на вдосконалення сектору та/або туристичної дестинації, наприклад: рекламна діяльність, проекти та плани розвитку туризму, заходи та плани щодо вдосконалення інфраструктури та туристичних послуг, вдосконалення та впровадження державних послуг, що впливають на дестинацію (прибирання території, поводження з відходами тощо).

2. Туристичні збори, призначені для конкретних цілей. Ці податки призначені для конкретних районів або ресурсів у туристичній дестинації, як-от: навколишнє середовище, культурна спадщина, соціальні цілі.

3. Зелені податки – податки для екологічних цілей – запроваджуються через бажання зберегти ресурси та компенсувати можливі негативні наслідки туризму. Вони створюють стимул для захисту та відновлення довкілля та його ресурсів, компенсуючи вплив туристичної діяльності у кожному районі.

Ці податки допомагають:

- створити фонди для інвестицій в охорону навколишнього середовища або відновлення ресурсів;
- заохочувати екологічну обізнаність серед туристів щодо використання ними ресурсів дестинації;
- просувати позитивний імідж дестинації та компаній, що базуються там, демонструючи свою екологічну турботу.

Отже, роль туризму в повоєнній відбудові України може стати значною. Державі, регіонам та стейкхолдерам галузі необхідно вже зараз розробляти план повоєнного розвитку в'їзного і внутрішнього туризму, зокрема подієвого та екологічного, задля реалізації того потенціалу, який природньо виник через захоплення Україною та її народом. Подальші дослідження можливі у напрямку конкретизації науково обґрунтованих методів відновлення туристичної галузі після війни.

3.2. Оцінка територіальних громад півдня України як регіональних дестинацій кайт-туризму

Порівняння територіальних громад або населених пунктів різних розмірів може відбуватися за різними принципами, залежно від мети порівняння. Застосована нами методика дозволяє порівнювати різні за своїми характеристиками громади, оскільки враховує експертні оцінки. Зокрема, реальні і потенційно можливі туристичні потоки формуються завдяки різним атракторам. Вони не завжди залежать від таких абсолютних характеристик громад як кількість населення, площа території, річний бюджет тощо. Особливо це стосується атракторів, які утворюються в процесі подієвого туризму. Так, для великих міст подієвий туризм може бути представлений спортивними подіями, які проходять у великих спортивних комплексах, а для невеликих громад подібний за масштабом подієвий туризм часто представлений сезонними

фестивалями типу «open-air». У всіх цих випадках кількість туристів, які відвідують подію, може бути співмірною.

Порівняння географічно несуміжних, але регіонально споріднених територіальних громад дозволить визначити:

- який напрямок туризму в Україні має найбільший інноваційний потенціал, а тому потребує переважної підтримки з боку державних інституцій (держуправлінський аспект)

- чи можлива і буде ефективною взаємодія таких громад у туристичній сфері, наприклад, у рамках міжрегіонального туристичного простору (синергетичний аспект).

Оцінка відбувається у динамічному вимірі, тобто при моделюванні процесу перетворення відповідного капіталу в ресурс для розвитку туризму. Дослідження доводять перспективність в цілому для українських громад Півдня України й найбільший інноваційний потенціал двох видів туризму – подієвого та екологічного.

Мелітополь активно розвиває бренд мелітопольської черешні. Вбачається потенціал успішного поєднання і гастрономічного, і подієвого, і зеленого, й інших видів туризму навколо бренду [38]. Цікавим й унікальним є аспект того, що ефективно брендуються місто, хоча зазвичай аграрна продукція асоціюється із селом. Це може стати прикладом для інших громад-учасниць майбутнього міжрегіонального туристичного простору, наприклад, для Херсона («херсонський кавун»).

Туристичним атрактором Мелітополя має стати «Кам'яна Могила», яка охороняється державою у формі національного історико-археологічного заповідника. Об'єкт за стародавністю не поступається Стоунхенджу, Єгипетським пірамідам та іншим всесвітньовідомим [33]. Контент-аналіз друкованих та інтернет-джерел, оцінки методом порівняння доводять, що об'єкт великою мірою недооцінений туристично, хоча має потенціал позиціонування навіть на світовому ринку туризму. На нашу думку, поточна організаційна форма

заповідника не сприяє розвитку туризму на основі атрактивності Кам'яної Могили. Глибинне інтерв'ю із представником заповідника підтверджує відсутність у його колективу розуміння та компетенцій розвитку саме туристичного напрямку на основі об'єкту. Це не означає кадрову проблему колективу, адже сама організаційна форма спрямована на дослідження з археології місцевості, а не на розвиток туризму.

Зазначене доводить необхідність формування міжрегіонального туристичного простору. Агенти розвитку такого простору мають бути здатні оцінити туристичний потенціал Кам'яної Могили. При цьому слід зазначити, що при брендуванні зазначеного об'єкту недоцільно вживати порівняння із подібними світовими об'єктами. Так, на офіційному туристичному сайті Мелітополя [34] представлений туристичний маршрут до Кам'яної Могили під назвою "Український Стоунхендж". Подібний тренд порівняльного туристичного брендування спостерігаємо, наприклад, і в Херсоні: "херсонська Венеція" (про плавні Дніпра), "херсонський Гранд-каньйон" (про кручі під Станіславом) тощо. Втім це питання є досить дискусійним і невирішеним в українській туризмології. Адже порівняння українських туристичних локацій із всесвітньо відомими є ризикованим, перш за все, в контексті розвитку в'їзного туризму. Можливе формування іміджу певної «сурогатності» нашої туристичної пропозиції в очах іноземного туриста, зважаючи, що наш потенціал подекуди значно вищий за іноземні дестинації-конкуренти, якщо представляти його системно. Наприклад, наші плавні концептуально абсолютно не схожі на Венецію. В них маємо концентруватися на екологічному туризмі і спогляданні природи, а канали у Венеції – це фон для культурно-архітектурного споглядання. Ця проблематика безпосередньо стосується маркетингу дестинацій як етапу стратегізації регіонального туризму, але і важлива при виході на

туристичні ринки із інноваційними продуктами. Це зрозуміло з тих причин, що інновація не має повторювати назви традиційного продукту.

Селище Роздольне тільки планує власний туристичний розвиток, але «польові» дослідження доводять величезний потенціал у сфері зеленого, екологічного, аграрного туризму на його території. Глибинні інтерв'ю із представниками місцевого самоврядування, активістами і підприємцями селища вказують на готовність вкладати порівняно значні ресурси в розвиток туризму. При цьому наявне нерозуміння механізмів туристичного осмислення території громади та відсутність громаді носіїв компетенцій для відповідного розвитку. У маркетинговому вимірі Роздольне поступається сусіднім Хорлам. Селище навіть не відображене як об'єкт інтересу на туристичній мапі Херсонської області, хоча має кілька унікальних для регіону природних об'єктів [35].

Село Трихати вже кілька років орієнтується. Заснований представниками громадськості – Українською Асоціацією Повітряних Зміїв – Міжнародний фестиваль повітряних зміїв Tryhutti IKF 2017 через різні причини з роками трансформувався та закріпився як культурна подія широкого профілю регіонального рівня. Отже, громада певною мірою реалізувала, але стикнулася із кризами. Глибинні інтерв'ю із представниками громади, громадськими активістами та організаторами першого фестивалю дозволяють стверджувати про необхідність громаді переосмислити свій бренд, масштабувати його. При цьому постає проблема слабкості саме місцевого туристичного активу, адже фестиваль протягом років організовується не мешканцями громади.

З вихідних позицій нашого дослідження спільною для даних громад є туристична орієнтованість, тобто закріплення у власних стратегіях розвитку туризму як однієї із пріоритетних галузей. Зрозуміло, що туристичний потенціал проаналізованих громад є різним. Втім, як доводилося вище, важливим є визначення, який інноваційний

вид туризму є найбільш перспективним для розвитку в кожній із цих громад в рамках формування міжрегіонального туристичного простору.

3.3. Моделювання інноваційного міжнародного фестивалю повітряних змій в Україні

Проведений аналіз дозволяє виокремити такі ресурси територіальних громад, які найбільше впливають на інноваційну природу майбутніх туристичних продуктів у галузі кайт-туризму: інфраструктурний, культурний, природний.

Інфраструктурний ресурс громад формується сукупністю різних чинників, його оцінка в цілях туризму передбачає оцінку відстаней між громадами й економічними ядрами їх регіону або району, а також швидкісний режим на шляхах сполучення (табл. 3.1)

Таблиця 3.1

Шляхи автомобільного сполучення громад з економічними ядрами відповідних регіонів

Назва громади	Назва економічного центру регіону	Відстань до центру, км	Міжнародний аеропорт (код IATA)	Відстань до аеропорту, км	Районний центр	Відстань до районного центру, км
Трихати	м. Миколаїв	35	Миколаїв (NLV)	49	м. Миколаїв	35
Роздольне	м. Херсон	102	Херсон (KHE)	116	м. Скадовськ	16
Мелітопол	м.	125	Запоріж	129	м.	0

ь	Запоріжж я		жя (OZH)		Мелітопол ь	
---	---------------	--	-------------	--	----------------	--

Неавтомобільне сполучення між громадами та їх регіональними центрами найчастіше представлено залізничним сполученням, тому нами пропонується саме його оцінка як коригуючої величини в індексі інфраструктурного капіталу. Вихідні дані для розрахунку представлені в табл. 3.2. Коригуюча величина розраховується як добуток значень усіх полів матриці, при якому множник набуває значення 0,9 – в разі значення поля як «відсутнє» – і 1,1 – в разі значення поля як «наявне».

Таблиця 3.2

Потенціал неавтомобільного сполучення територіальних громад

Назва територіальної громади	Наявність залізничного сполучення безпосередньо в громаді	Наявність залізничного сполучення в (О)ТГ	Наявність виходу до водних шляхів сполучення безпосередньо громади	Наявність виходу до водних шляхів сполучення (О)ТГ
Трихати	наявне	наявне	наявне	наявне
Роздольне	відсутнє	наявне	наявне	наявне
Мелітополь	наявне	наявне	відсутнє	відсутнє

Розрахунок індексів інфраструктурного капіталу громад включено у розрахунок підсумкових інтегральних коефіцієнтів за громадами.

Наступним типом капіталів громад з найбільшим інноваційним потенціалом є культурний капітал. Оскільки нами оцінюється динамічність процесу перетворення капіталів в туристичні ресурси, то

слід враховувати насамперед потенційні можливості наявних культурних і туристичних подій. Вихідні дані розрахунку індексів культурного капіталу наведено в табл. 3.3.

Наведений перелік ідентифікованих проблем не є вичерпним, кожна громада потребує додаткового вивчення з подальшим групуванням та оптимізацією способів вирішення в рамках планування діяльності органів влади та агентів розвитку туристичної діяльності.

Таблиця 3.3

Туристичні прояви культурного капіталу громад

Назва територіальної громади	Кількість фестивалів місцевого рівня (не-туристичних)	Туристичний вимір		
		Кількість фестивалів регіонального рівня	Кількість фестивалів національного рівня	Кількість фестивалів міжнародного рівня
Трихати	0	1	0	0
Роздольне	1	0	0	0
Мелітополь	1	1	0	0

Комплексна оцінка трьох громад в контексті можливого формування інноваційного міжрегіонального туристичного продукту кайт-туризму на Півдні України наведена в табл. 3.4. Інтегральні коефіцієнти округлені до десятих для легшого сприйняття.

Оцінка проблем інноваційного розвитку туристичної галузі в зазначених територіальних громадах представлена в додатку Б. Така оцінка дозволяє сформулювати додаткові заходи із покращення інтегральної туристичної привабливості зазначених громад.

Моделювання інноваційного міжнародного фестивалю повітряних зміїв і передбачає своєю основою наявний рівень інфраструктурного

забезпечення, культурної бази та активізації із туристичною метою природно-географічних особливостей місцевості.

Модель міжнародного фестивалю повітряних зміїв ґрунтується на оцінюванні згаданих факторів у поєднанні із безпосереднім ефективним управлінням туристичною подією.

Таблиця 3.4

Результати оцінки туристичного потенціалу територіальних громад з позицій інноваційності

	Інтегральний коефіцієнт трьох типів ресурсів	Найбільш перспективний вид туризму	Можливий формат інноваційних туристичних продуктів
Трихати	1,1	Подієвий	Тревел-блоги
Роздольне	1,2	Екологічний	Дика природа
Мелітополь	1,4	Подієвий	Гастротуризм

Таким чином, визначено супутні види туризму та найбільш доречні інноваційні формати організації туризму в досліджених громадах за умови організації міжнародного фестивалю повітряних зміїв як головної туристичної події такої громади.

ВИСНОВКИ

У роботі визначено та обґрунтовано теоретико-методологічні основи дослідження кайт-туризму. Досліджено сутність кайт-туризму та його місце у галузі подієвого туризму, уточнено його категоріальний апарат. Розкрито місце фестивалю в сучасній індустрії дозвілля та запропоновано авторську категоризацію фестивалів.

Завдяки аналізу сучасного стану розвитку кайт-туризму представлено міжнародний фестиваль повітряних зміїв як туристичну подію із ідентифікацією економічних засад його організації. Для моделювання інноваційного повоєнного міжнародного кайт-фестивалю досліджено три туристично привабливі територіальні громади Півдня України із визначенням факторів, які є засадничими для формування інноваційних туристичних продуктів: інфраструктурного, культурного, природного.

Аналіз доводить, що для громад Півдня України притаманний значний потенціал розвитку подієвого, зокрема, кайт-туризму. При цьому можливий супутній розвиток водного туризму, гастрономічного туризму, сільського (аграрного) туризму та в цілому посилення екскурсійної діяльності. Агентам розвитку туристичної діяльності в територіальних громадах необхідно сконцентрувати свої зусилля на пошуку рішень, інноваційних для внутрішніх та/або іноземних туристів.

Таким чином, запропоновано новий підхід до визначення найбільш інноваційного для окремої громади виду туризму, який слід розвивати в контексті досягнення цілей сталого розвитку та в рамках формування стійких туристичних потоків, а в подальшому й самоврядних туристичних дестинацій.

Доведено, що організація міжнародного фестивалю – це достатньо важливий, дієвий механізм активізації туристичної діяльності в територіальних громадах. Такий фестиваль висвітлює важливі для

повоєнного відновлення України політичні й економічні аспекти туризму. Перебування іноземних гостей на фестивалі, поширення їхнього досвіду, професіональних досягнень треба вважати щонайменше важливою політико-економічною подією, оскільки участь центральної і місцевої влади, бізнесових кіл, громадськості в такій події є неминучою.

Отже, розвиток подієвого туризму та індустрії дозвілля через фестивальний туризм, зокрема, організацію міжнародних фестивалів повітряних зміїв, має враховувати досліджені види і типи фестивалів для вибору найбільш прийнятної форми для конкретної територіальної громади. Таким чином, фестивалі як особливий вид туристичної події є потужним інноваційним інструментом формування туристичних дестинацій регіону і громад та мають розглядатися як форма організації подієвого туризму із відповідним ресурсним забезпеченням.

Подальші дослідження можливі саме у сфері оцінки можливостей об'єднання територіальних громад Півдня України в рамках конкретних інноваційних туристичних продуктів кайт-туризму на основі спільної історичної спадщини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*. 2008. Vol. 29. № 3. P. 403–428. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.07.017.
2. Liu J., Nijkamp P. Inbound Tourism as a Driving Force for Regional Innovation: A Spatial Impact Study on China. *Journal of Travel Research*. 2019. Vol. 58. № 4. P. 594–607. DOI: 10.1177/0047287518771223.
3. Clement G. Cerfs-volants. Un ciel un monde. France, 2009. 48 p.
4. Зверик А.П. Воздушные змеи, развивающие восприятие. Херсон, 2017. 12 с.
5. Скиба К. М. Роль перекладу у процесі локалізації. *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*. 2019. Вип. 15. С. 70–72.
6. Андреева Т. М. Комунікативна граматики в сучасній українській лінгводидактиці. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2019. №37. С 141–156.
7. Бабенко О.В. Перекладацький простір як система транспонування смислів у ситуації синергетичного взаємовпливу його полів. *Актуальні проблеми теорії і практики сучасного: монографія / за заг. ред. С.М. Амеліної*. Київ, 2018. С. 5–19.
8. Шмулевич П.В. Політико-економічні аспекти туризму на прикладі організації міжнародного фестивалю. *Ціннісний вимір політичної діяльності: Збірник наукових праць*. (Херсон, 23-24 червня 2017 р.). Херсон, 2017. С. 143–145.
9. Andersson T., Getz D. Specialization versus diversification in the event portfolios of amateur athletes. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2020. 10. № 2. P. 1–22. DOI: 10.1080/15022250.2020.1733653.
10. Getz D., Andersson T., Vujicic S., Robinson R.N.S. Food Events in Lifestyle and Travel. *Event Management*. 2015. 19. № 3. P. 407–419. DOI: 10.3727/152599515X14386220874968.

11. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. №324/95-ВР. Дата оновлення: 16.10.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
12. Шмулевич П.В. Формування організаційно-економічної стратегії сталого розвитку регіонального туризму.: дис. ... докт. філос. з екон.: 051. Херсон, 2020. 242 с.
13. Getz D., Frisby W. Evaluating Management Effectiveness In Community-Run Festivals. *Journal of Travel Research*. 2016. 27. № 1. С. 22–27. DOI: 10.1177/004728758802700105.
14. Gration D., Arcodia C., Raciti M., Stokes R. The Blended Festivalscape and its Sustainability at Nonurban Festivals. *Event Management*. 2011. 15. № 4. Р. 343–359. DOI: 10.3727/152599511X13175676722564.
15. Oxford English Mini Dictionary. Oxford: University Press, 8th Edition, 2013. 672 p.
16. Longman Dictionary of Contemporary English. Harlow: Pearson Educated Limited, 2009. 2083 p.
17. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад) : підручник. Вінниця, 2017. 448 с.
18. Dictionary Reverso Context. URL: <http://context.reverso.net>.
19. Великий тлумачний словник сучасної української мови : 250000 : уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь, 2005. 1728 с.
20. Івченко А.О. Орфографічний словник української мови: Понад 40 000 слів. Харків, 2016. 527 с.
21. Сучасний тлумачний словник української мови: 60 000 слів : за заг. ред. д-ра філол. наук, проф. В.В. Дубічинського. Харків, 2014. 832 с.
22. Український правопис. 2019. 282 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/%202019.pdf>.
23. URL: <http://kitefliersmeetingfanoe.de/index.html>

24. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму: монографія / В.К. Федорченко, В.С. Пазенок, О.А. Кручек та ін.. Київ, 2013. 368 с.
25. Hernández Martín R. Impact of Tourism Consumption on GDP. The Role of Imports. *SSRN Electronic Journal*. 2004. DOI: 10.2139/ssrn.504505.
26. United Nations. Sustainable Development. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/>
27. The International Ecotourism Society. URL: <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>
28. Nor A. et al. Landscape Ecological Assessment of Potential Ecotourism in Malaysia. *International Journal of Civil Engineering and Technology*. 2018. 9(10). P. 969–979.
29. Слободская И. Девальвация внесла вклад в развитие въездного и внутреннего туризма. *Капитал. Деловой еженедельник*. 2018. 18 октября. (№35(636)). С.10.
30. Указ Президента України «Питання Національної ради з відновлення України від наслідків війни». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266/2022#Text>
31. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ, 2005.
32. Tourism-related taxes across the EU. Веб-сайт Європейської Комісії. URL: https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/business-portal/financing-your-business/tourism-related-taxes-across-eu_en
33. Національний історико-археологічний заповідник "Кам'яна Могила". Мелітополь : Дике Поле, 2017. 6 с.
34. Туристичний сайт міста Мелітополь. URL: <https://tourism.mlt.gov.ua/>
35. Херсонщина туристична. Туристична карта Херсонської області. Херсон, 2019. 12 с.

36. Корчемкин С.Н., Кашкин С.К., Курбатов С.В. Англо-русский строительный словарь. Ок. 55000 терминов. Москва, 1995. 672 с.
37. Зубков М., Мюллер В. English-Ukrainian Ukrainian-English Modern Dictionary. Харків, 2015. 752 с.
38. Мелітополь. Інтеркультурний путівник. Мелітополь, 2019. 48 с.
39. Нікішина В.В. Відтворення інтернаціональної та псевдоінтернаціональної лексики як перекладознавча проблема. *Молодий вчений*. 2017. №4.1. С. 113–116.
40. Fleischer A., Felsenstein D. Cost-Benefit Analysis Using Economic Surpluses: A Case Study of a Televised Event. *Journal of Cultural Economics*. 2002. № 26. С. 139–156.
41. Islam M.W., Ruhanen L., Ritchie B.W. Adaptive co-management: A novel approach to tourism destination governance? *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2018. № 37. С. 97–106. DOI: 10.1016/j.jhtm.2017.10.009.
42. Yue J., Xie X., Li Z., Chen J. Intelligent Prediction System of Sports Tourism Destination Demand Based on the Integration of Tourist Ecological Footprint Model. 2018 International Conference on Robots & Intelligent System (ICRIS): 2018 International Conference on Robots & Intelligent System (ICRIS). (Changsha, China, 26-27 May 2018). Changsha, China, 2018. P. 270–273.
43. Dangi T.B. Exploring the Intersections of Emotional Solidarity and Ethic of Care: An Analysis of Their Synergistic Contributions to Sustainable Community Tourism Development. *Sustainability*. 2018. Vol. 10. № 8. С. 1–20. DOI: 10.3390/su10082713.
44. Музиченко-Козловська О.В. Методика оцінювання туристичного брендингу дестинацій. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. Логістика. 2016. № 846. С. 120–125.

ДОДАТКИ

Додаток А. Авторський термінологічний словник кайт-туризму

1. Axel – аксель
2. Backspin – бекспін
3. Bridles – вуздечка
4. Coin Toss – коїн тос
5. Delta – дельта
6. Dual line – дволінковий
7. Eddi kite – едді-кайт
8. Fade – фейд
9. Fiberglass rods – скловолокневі трубки
10. Flap Jack – флєп джек
11. Handles – рукоятки, тримачі
12. Inflatable – вітронадувний кайт
13. Kite – trains – кайт-поїзди
14. Kite–flier – кайт-флієр
15. Kite–flyer – кайт-флаєр
16. Kite–flying – кайт-флаїнг
17. Kitist – кайтіст
18. Lines – лінки
19. Parafoil – парафойл
20. Power kiting – пауеркайтинг
21. Quad line – чотирилінковий
22. Ripstop – рипстоп
23. Rokkaku – роккаку
24. Rubber elbow – гумовий патрубок
25. Show–kites – шоу-кайти
26. Side Slide – сайд слайд
27. Sled – след
28. Spreader – розподільник
29. Stunt – стант, трюковий кайт
30. Tails – хвости
31. Tedlar tape – клейка термострічка
32. Tip Stab – тіп стеб
33. Traditional (kite) – традиційний кайт

Додаток Б.

**Оцінка проблем інноваційного розвитку туристичної галузі в
територіальних громадах півдня України**

№	Проблема	Напрямок інноваційного розвитку туризму, який корелює із мірою вирішення проблеми	Спосіб вирішення	Громада первинної ідентифікації проблеми
1	Відсутність якісного покриття мобільного зв'язку у сільській місцевості й на об'єктах екологічного інтересу	Залучення тревел-блогерів та інфлуенсерів	Консультації з операторами мобільного зв'язку, висунення додаткових вимог щодо географії покриття в рамках чинних і нових договорів на встановлення телекомунікаційних вишок	с. Роздольне
2	Відсутність ліцензованих туристичних операторів	Залучення в'їзних (іноземних) туристів	Кооперація в межах регіону або міжрегіональна задля поширення території роботи туроператорів на територію громади	м. Мелітополь
3	Відсутність облаштованих стежок аграрного, зеленого, екологічного туризму із врахуванням безбар'єрного доступу	Створення інноваційних тревел-продуктів для осіб з інвалідністю, активних сімей з маленькими дітьми	Додаткові дослідження з метою визначення найбільш цікавих і раціональних шляхів пішого/велосипедного туризму на території громади з врахуванням гранично допустимого екологічного навантаження. Подальше облаштування таких шляхів в єдиному візуальному стилі	с. Роздольне

4	Недостатнє формальне і візуальне розмежування земель суто сільського господарства (пасовиськ) із землями, стежками, локаціями із туристичним навантаженням	Залучення екологічно свідомих туристів, зокрема, іноземних	Більш чітке візуальне супроводження туристичної діяльності на території громади, інвентаризація, аналіз та зонування комунальних земель	с. Трихати
5	Слабка спеціалізація комплексних екскурсійних продуктів для гостей громади	Трансформація культурних досягнень у туристичний продукт	Додаткові дослідження із залученням соціологічних і маркетингових інструментів для сегментування потенційних туристів. Подальше формування легкодоступної та інтуїтивно зрозумілої бази екскурсій, спеціалізованих під кілька сегментів туристів за віком, інтересами, особливими потребами тощо	м. Мелітополь
6	Слабке використання наявних природних ресурсів для формування туристичної привабливості громади (зокрема, водних)	Формування інноваційних продуктів для індустрії розваг	Нова оцінка географічного розташування громади, відбір найбільш перспективних можливостей анімацій та атракцій із використанням природних ресурсів, зокрема, водних	с. Трихати