ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Виконала: здобувачка першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти
ОПП "Туризм"
спеціальності 242 "Туризм"

_____ Якимів Діана Ігорівна

_____ Науковий керівник: к.е.н., доцент
Осінська Оксана Богданівна

Львів – 2024

ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Інститут, факультет *Товарознавства, управління та сфери обслуговування.*
Кафедра *Туризму та готельно-ресторанної справи*
Рівень вищої освіти *перший*
Ступінь вищої освіти *бакалавр*
Спеціальність *242 "Туризм"*
Освітньо-професійна програма *"Туризм"*

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри_____
д.е.н., професор Мельник І. М.
"____"
_____20___року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Якимів Діани Ігорівни
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи *"Сучасний стан та перспективи розвитку фестивального туризму в Україні та світі"*
керівник роботи *Осінська Оксана Богданівна, к.е.н., доцент*
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від "5" жовтня 2023 року № 858/03

2. Термін подання здобувачем роботи 17 травня 2024 року

3. Вихідні дані до роботи: *дані інформаційного середовища туристичної сфери.*

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
– Історичні аспекти розвитку фестивального туризму;
– Сутність фестивального туризму як різновиду подієвого туризму;
– Класифікація фестивалів та фестивальних турів;
– Зарубіжний досвід управління подієвим туризмом;
– Географія фестивалів світу;
–. Світові тенденції розвитку фестивального руху;
– Сучасні тенденції розвитку фестивального туризму в країні;
– Проблеми розвитку фестивального туризму в Україні;
– Перспективні напрями розвитку фестивального туризму в країні;

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): *схеми, діаграми, рисунки, які ілюструють стан та тенденції розвитку сільського, зеленого туризму.*

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання_____10 жовтня 2023 року_____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи, затвердження теми	01.10.2023	виконано
2.	Складання з керівником завдання та календарного плану роботи	10.10.2023	виконано
3.	Складання плану кваліфікаційної роботи	Жовтень 2023	виконано
4.	Опрацювання теоретичних джерел з теми дипломної роботи, складання бібліографії	Жовтень – листопад 2023	виконано
5.	Написання 1 розділу	Жовтень – листопад 2023	виконано
6.	Подання керівнику 1 розділу на перевірку	Грудень 2023	виконано
7.	Доопрацювання 1 розділу з врахуванням зауважень керівника	Січень 2024	виконано
8.	Вибір підприємства – бази дослідження, збір первинної інформації	Січень 2024	виконано
9.	Написання розділу 2	Лютий 2024	виконано
10.	Подання керівнику 2 розділу на перевірку	Лютий 2024	виконано
11.	Доопрацювання 2 розділу з врахуванням зауважень керівника	Лютий-березень 2024	виконано
12.	Написання 3 розділу	Березень – квітень 2024	виконано
13.	Подання керівнику 3 розділу на перевірку	Квітень 2024	виконано
14.	Доопрацювання 3 розділу з врахуванням зауважень керівника	Квітень 2024	виконано
15.	Написання вступу і висновків, складання списку літератури	Квітень 2024	виконано
16.	Подача кваліфікаційної роботи на рецензування керівнику	Травень 2024	виконано

Здобувач освіти _____ Якимів Д. І.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Осінська О. Б.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Якимів Д. І. "Сучасний стан та перспективи розвитку фестивального туризму в Україні та світі". – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття вищої освіти ступеня "бакалавр" за освітньо-професійною програмою "Туризм" зі спеціальності 242 "Туризм". – Львівський торговельно-економічний університет. Львів. 2024.

У роботі присвячено висвітленню проблем функціонування та перспективного розвитку фестивального туризму Щорічно в Україні організовуються сотні різноманітних заходів, серед яких фестивалі займають особливе місце і їх кількість з кожним роком неухильно зростає. Кількість відвідувачів українських фестивалів постійно збільшується, що свідчить про популярність фестивального туризму та його поширення по всій території України.

Ключові слова: *туризм, фестивальний туризм, туристична інфраструктура, ресурсний потенціал, сучасний стан, тенденції розвитку фестивалів.*

ANNOTATION.

Yakymiv D. I. "The current state and prospects for the development of festival tourism in Ukraine and the world". – Manuscript.

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the educational and professional program "Tourism" with specialty 242 "Tourism". – Lviv University of Trade and Economics. Lviv. 2024.

The work is dedicated to highlighting the problems of functioning and prospective development of festival tourism. Hundreds of various events are organized in Ukraine every year, among which festivals occupy a special place and their number is steadily increasing every year. The number of visitors to Ukrainian festivals is constantly increasing, which indicates the popularity of festival tourism and its spread throughout the territory of Ukraine.

Key words: *tourism, festival tourism, tourist infrastructure, resource potential, current state, development trends of festivals.*

ЗМІСТ

ВСТУП 5

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ 9

1.1. Історичні аспекти розвитку фестивального туризму 9

1.2. Сутність фестивального туризму як різновиду подієвого туризму 19

1.3. Класифікація фестивалів та фестивальних турів 26

РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ 31

2.1. Зарубіжний досвід управління подієвим туризмом 31

2.2. Географія фестивалів світу 40

2.3. Світові тенденції розвитку фестивального руху 45

РОЗДІЛ 3. ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 48

3.1. Сучасні тенденції розвитку фестивального туризму в країні 48

3.2. Проблеми розвитку фестивального туризму в Україні 51

3.3. Перспективні напрями розвитку фестивального туризму в країні 55

ВИСНОВКИ 59

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 63

ВСТУП

Фестивальний туризм - це форма подорожей, спрямована на участь у різноманітних фестивалях та подіях. Це не лише можливість відкрити для себе нові культурні враження, але й сприяння розвитку туристичних місць, місцевих економік і міжнародного обміну культурним досвідом. Зростання інтересу до унікальних фестивалів створює нові можливості для розвитку цього напряму туризму. У зв'язку з цим, для України зараз є дуже актуальним розвиток фестивального туризму - одного з найпривабливіших видів подієвого туризму.

Щорічно в Україні організовуються сотні різноманітних заходів, серед яких фестивалі займають особливе місце і їх кількість з кожним роком неухильно зростає. Кількість відвідувачів українських фестивалів постійно збільшується, що свідчить про популярність фестивального туризму та його поширення по всій території України.

Фестивальний туризм, як важлива галузь глобального туристичного ринку, має значний потенціал для розвитку в Україні. Ця форма туризму привертає увагу туристів як з власної країни, так і з-за кордону, завдяки своїй унікальності, місцевим культурним традиціям та розмаїттю подій, що проводяться. Однак, для досягнення повного потенціалу фестивального туризму в Україні, необхідно детально розглянути його сучасний стан, а також визначити перспективи подальшого розвитку.

У цьому контексті, аналіз сучасного стану фестивального туризму в Україні є надзвичайно важливим. Зростання інтересу до культурних заходів та фестивалів в Україні спостерігається протягом останніх років. Це свідчить про зростаючу популярність країни серед міжнародних туристів як місця, де можна не лише насолодитися красою природи та архітектурою, але й дослідити багату культурну спадщину через участь у різноманітних фестивалях.

Значний розвиток фестивального туризму в Україні відбувся завдяки поєднанню зусиль держави, громадськості та приватного сектору. Державні

програми підтримки туризму, а також ініціативи регіональних органів влади спрямовані на стимулювання розвитку фестивального туризму, що сприяє підвищенню якості та кількості культурних подій у країні. Крім того, активна участь громадськості та місцевих громад у організації фестивалів дозволяє зберегти та відтворити традиційні культурні звичаї та свята.

Однак, не дивлячись на позитивні тенденції, сучасний стан фестивального туризму в Україні має свої виклики та обмеження. Недостатня реклама та маркетингова підтримка, відсутність інфраструктури та обмежений доступ до фінансових ресурсів ускладнюють організацію та проведення фестивалів. Більше того, питання безпеки та забезпечення комфортного перебування для учасників і гостей залишається актуальним, особливо в умовах глобальних викликів, таких як пандемія та повномасштабна війна.

Щодо перспектив розвитку фестивального туризму в Україні, важливо розглянути кілька ключових аспектів. По-перше, необхідно зосередитися на підвищенні якості та вдосконаленні управління фестивалями. Це може включати в себе розробку стратегій маркетингу, покращення інфраструктури та залучення додаткових фінансових ресурсів.

Далі, важливо враховувати міжнародний контекст та співпрацю з іншими країнами. Відкриття України для світових туристів та активна участь у міжнародних культурних обмінах може значно збільшити привабливість країни для іноземних туристів.

Крім того, розвиток фестивального туризму в Україні може стати справжньою каталицією для розвитку місцевих громад та підтримки малого та середнього бізнесу. Активна участь місцевих жителів у проведенні фестивалів, а також створення нових бізнес-можливостей у галузі туризму може сприяти економічному зростанню регіонів.

Загалом, фестивальний туризм в Україні має значний потенціал для подальшого розвитку та сприяння культурному обміну. Шлях до досягнення цієї мети вимагає спільних зусиль держави, бізнесу та громадськості, а також

уваги до проблем та перспектив, які визначають сучасний стан та майбутні можливості фестивального туризму в Україні.

Актуальність дослідження виправдується декількома ключовими аспектами.

По-перше, фестивальний туризм стає все більш важливим сегментом глобального туристичного ринку, що приносить значний економічний та соціокультурний вплив. Україна, з своєю багатою культурною спадщиною та традиціями, має потенціал стати привабливим напрямком для фестивального туризму. Розуміння сучасного стану цієї сфери та визначення перспектив розвитку є ключовими для ефективного використання цього потенціалу.

По-друге, у зв'язку зі стрімким розвитком туризму в умовах глобальних викликів, таких як пандемія COVID-19, стали актуальними питання безпеки та управління ризиками в організації фестивалів. Дослідження сучасного стану та перспектив розвитку фестивального туризму дозволить виявити наявні проблеми та ризики, а також запропонувати стратегії їх вирішення та мінімізації.

По-третє, у зв'язку зі зростанням конкуренції на туристичному ринку, Україна повинна посилити свою привабливість для міжнародних туристів. Фестивальний туризм може стати одним із ключових чинників, що приверне увагу іноземних відвідувачів. Розуміння сучасного стану цього сегмента та впровадження стратегій розвитку допоможе Україні зайняти своє місце на глобальному туристичному ринку.

Метою дослідження є аналіз сучасного стану та визначення перспектив розвитку фестивального туризму в Україні.

Для реалізації зазначеної мети здобувачем вирішено такі завдання:

– проведено аналіз сучасного стану фестивального туризму в Україні, включаючи огляд існуючих фестивалів, їхні форми, локації та рівень привабливості.

– визначено ключові фактори, що впливають на розвиток фестивального туризму в Україні, такі як культурні, економічні, соціальні та політичні аспекти.

– проаналізовано існуючі проблеми та обмеження, які заважають розвитку фестивального туризму в Україні, такі як відсутність інфраструктури, фінансові та маркетингові обмеження, а також питання безпеки.

– Вивчено досвід країн-лідерів у сфері фестивального туризму та визначити найкращі практики, які можна адаптувати для українського контексту.

Об'єктом дослідження є фестивальний туризм в Україні, який включає в себе всі аспекти організації та проведення фестивалів у країні, а також його вплив на економіку, культуру та соціальний розвиток.

Предметом дослідження є процес розвитку фестивального туризму в Україні, включаючи його сучасний стан, проблеми та перспективи.

Результати кваліфікаційної роботи були обґрунтовані на Міжнародній конференції здобувачів вищої освіти "Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення" яка відбулася у Львівському торговельно-економічному університеті 29 травня 2024року.

Структура кваліфікаційної роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел літератури та додатків. Робота викладена на 67 сторінках, 2 таблиці та 4 рисунка. У списку використаних джерел вказано 39 джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Історичні аспекти розвитку фестивального туризму

Фестивальний туризм представляє собою одну з форм туризму, яка почала свій розвиток вже у давнину. Історія фестивалів має давні коріння, оскільки ці події супроводжували людську цивілізацію на протязі віків. Фестивалі стали невід'ємною частиною життя багатьох стародавніх культур і цивілізацій, охоплюючи території від Південної Америки, Індії та Єгипту до Греції, Римської імперії та Китаю [18, с. 64].

Історія масових святкових заходів налічує майже три тисячоліття. Вони з'явилися у Стародавній Греції, де різноманітні святкові події на честь олімпійських богів були надзвичайно популярними. Ці фестивалі виділялись мальовничістю, масовістю та високим рівнем організації на той час. Першими фестивалями цього часу можна вважати Діонісії. Для стародавніх греків Діоніс символізував не лише вино і родючість, але й всенародне свято, веселощі та театральні вистави.

На протязі року відзначали чотири свята Діоніса. Малі (Сільські) Діонісії, що проходили у грудні та січні, святкувалися із першими врожаями молодого вина. Ці свята відзначалися веселими процесіями, піснями, танцями, іграми, жартами та перевдяганнями.

Друге свято Діоніса - Ліней (січень - лютий) мало схожий характер з першим, але відзначалося урочистіше та тривало кілька днів у самому центрі Афін. Тут вперше були представлені театральні вистави, що стали важливою частиною народного свята.

Третє свято Діоніса - Анфестерій (лютий - березень) тривало три дні. Перший день був присвячений дітям, з відкриттям ярмарки іграшок, де діти

отримували подарунки. На другий день городяни Афін влаштовували імпровізовані процесії персонажів, взятих із міфології, таких як сатири, німфи, вакханки. Останній день був присвячений пам'яті покійних.

Найважливішим було четверте свято – Великі Діонісії (березень). У ці дні було заборонено кредиторам переслідувати боржників і суддям карати винних. Також було заборонено арешти, навіть злочинців випускали на поруки. Великі Діонісії увійшли в історію культури як перші масові свята з організованою анімаційною програмою.

Після завершення Великих Діонісіїв проводилися народні збори, на яких висувались результати святкувань, оголошувалися імена переможців, відзначалися заслуги організаторів та учасників свята. Дослідники зазначають, що Діонісії були не лише днями відпочинку, але й днями народних святкувань, які були організовані з великою уважністю до різноманітних обрядів і традицій, що гармонійно поєднувалися між собою. Це охоплювало урочисті ходи в усьому місті, культові обряди та спеціальні заходи, що передбачали безпосередню участь громади у різних видах розваг: від музичних та спортивних змагань до хорових вистав і драматичних вистав. Найвідомішими та масовими подіями в давньогрецькій епохі були Олімпійські ігри, які відбувалися починаючи з 776 року до н.е. Ці ігри проводилися на честь Зевса раз у чотири роки, влітку, в місті Олімпія на північному заході Пелопоннесу, біля гори Олімп та пагорба Кроноса – Кроніона [34, с. 66].

Для забезпечення розміщення учасників Олімпійських ігор встановлювалися намети, створювалися спеціальні майданчики для тренувань, а також встановлювалися намети для прийому гостей, забезпечувалося їхнє повсякденне обслуговування. Під час проведення Олімпіади завжди організовувався великий ярмарок, для якого спеціально будувалися торговельні павільйони. З часом Олімпійські ігри почали проводити й у інших містах Греції. Зі зростанням кількості грецьких полісів, що брали участь у змаганнях, тривалість події була збільшена з 1 до 5 днів, а

спортивну програму розширено та доповнено виступами музикантів і артистів різних жанрів. Це призвело до розвитку мережі різних сервісів для гостей і учасників у містах, що приймали Олімпійські ігри, реконструкції громадських лазень, вирішення питань щодо харчування та розваг для великої кількості людей.

Отже, починаючи з культових ігор, які спочатку мали виключно релігійне значення, Олімпійські ігри поступово стали найбільш визначальною та унікальною подією в спортивному і культурному житті Греції [10, с. 7-8]. Піфійські ігри також були популярними у давній Греції. Вони проводилися біля храму Аполлона Піфійського раз на 8 років, починаючи з VI століття до н.е. і потім один раз на 4 роки. Ці музичні та спортивні заходи мали загальнонаціональний характер і стояли на другому місці після Олімпійських ігор за значенням. Окрім Піфійських ігор, великою популярністю користувалися і Нємєйські ігри, що проходили в Нємєйській долині в Арголіді (Південна Греція) біля храму Зевса раз на 2 роки, а також Істмійські ігри, що включали гімнастичні, конні, поетичні та музичні змагання на честь бога Посейдона та проводилися на Істмі раз на 2 роки [1, с. 19-20]. Стародавні храми також користувалися великою популярністю як місця паломництва: греки здійснювали поїздки, щоб отримати відповідь від Дельфійського оракула біля храму Аполлона, вилікуватися в храмах Асклепія, відвідати храм Афродіти в Коринфі тощо [19, с. 9].

У Стародавньому Римі велику увагу приділяли організації розваг для своїх громадян. Римські свята виділялися своєю масштабністю та дотепністю в проведенні. На першому місці за захопленістю і популярністю були гладіаторські бої і циркові ігри, в той час як на другому місці був театр. Музичні змагання, хоч і позичені від греків, не викликали особливого захоплення.

Гладіаторські бої відвідували тисячі жителів з усієї імперії, незалежно від їхнього соціального стану чи національності. Довгі поєдинки гладіаторів чергувалися виступами фокусників та клоунів. Поєдинки між гладіаторами і

навіть протистояння зі співініціативниками, такими як леви, тигри і інші тварини, були в наглядному розписі. Під час перерв глядачі отримували воду, фрукти та солодощі від служителів.

Гладіаторські школи існували у всіх великих містах, однак відомі гладіатори час від часу організовували турне по імперії, демонструючи свої вміння перед публікою.

Хоча гладіаторські змагання були пізніше заборонені, інші римські свята тривали аж до IV століття. Наприклад, у Стародавньому Римі відбувалися П'ятирічні ігри за аналогією з Олімпійськими іграми та іншими грецькими заходами. До масових видовищ, що продовжували цю традицію, належали римські тріумфи. Це були масові традиційні паради, у яких народ брав участь як глядач. Тріумфи завжди супроводжувалися перемогами над ворогами та стали масштабними виставами, які славили республіку, її силу, могутність і мужність її бойових легіонів. Центральною фігурою у параді-виставі був тріумфатор, в честь якого і проводилася ця подія. Обов'язковою складовою тріумфу був участь переможних римських легіонів - це був театралізований військовий парад, одна з ключових складових масового заходу.

Триумфи захоплювали своєю унікальністю. Відомий римський історик та письменник Светоній описував, як після одного з тріумфів Цезаря навесні 46 року до н.е., ввечері мешканці Риму були вражені особливою ілюмінацією: безліч факелів, встановлених на спинах ряду слонів, освітлювали шлях тріумфатора до Капітолію [58, с. 74].

Одним із найвідоміших римських свят були Сатурналії, які проходили між 17 і 24 грудня і були приурочені до Сатурна, бога землеробства. Протягом цих днів усі роботи припинялися, раби сідали до столу разом із своїми господарями, які їм служили.

Таким чином, тодішній подієвий туризм у Стародавній Греції та Стародавньому Римі був пов'язаний із проведенням великих спортивних змагань та театральних постановок. Окрім культурно-пізнавального та

паломницького туризму, існувала традиція далеких подорожей з метою відвідини тих чи інших масштабних подій того часу.

Варто відзначити, що організація всіх культурно-розважальних заходів здійснювалася під контролем посадових осіб, оскільки влада розуміла потребу громадян у проведенні відпочинку саме таким чином.

Період Середньовіччя відрізнявся розквітом карнавалів та численних масових заходів у невеликих країнах Європи.

У середньовічній епохі міські площі відігравали ключову роль у житті міст, були центром адміністративних, громадських та релігійних подій, часто розташовувались поруч з церквою та ратушею. З розвитком міжнародної торгівлі в Європі площі стали місцем проведення ярмарок та святкових заходів. Перші згадки про міські свята в Європі знаходимо в IX-X століттях, особливо в Італії та Франції, пізніше - в Німеччині, Нюрнберзі та Кельні.

Починаючи з XI століття, міські свята та ярмарки часто організовувались напередодні Великого посту, хоча точних дат не було, і вони іноді влаштовувалися спонтанно. Ці заходи приваблювали як місцевих мешканців, так і гостей з інших міст та країн. На ярмарках середньовічних міст широко представлені різноманітні товари, а також виступали артисти театру та естради, які згодом сприяли розвитку професійного анімаційного мистецтва. Часто ярмарки влаштовувалися з нагоди важливих подій або свят, стаючи характерними формами фестивалів середньовіччя. Карнавальні ігри та інші театралізовані заходи, які розгорталися на таких заходах, зумовили народження багатьох мистецьких жанрів та видів [27, с. 31].

Походження слова "карнавал" часто пов'язують із латинським виразом "carne vale", що перекладається як "м'ясо, бувай", що символізує прощання з веселим життям перед Великим (Пасхальним) постом. У своєму початковому вигляді карнавали відбувалися на місцевому рівні в середньовіччі, проте поступово набули масового масштабу в різних країнах Європи, зокрема у Франції, Італії, Іспанії та Португалії, особливо в XIV-XV століттях.

Основними складовими карнавалу були процесії, ігри, акробатичні та спортивні виставки, а також неповторні маски. Центральним елементом будь-якого карнавалу була хода по вулицях міста, яка мала розважальний і гротескний характер і обов'язково включала блазнів та ряджених. Часто організаторами карнавалу виступали міські корпорації, наприклад, масляний карнавал у Нюрнбергзі влаштовувала корпорація м'ясників, а у Франції - виноробів.

У кінці Середньовіччя в невеликих європейських містах стали популярні карнавали. Крім того, у цей час відзначалися "свята дурнів", які співпадали з релігійними святами, такими як день Іоанна-Євангеліста, поминальний день невинно вбитих немовлят, Новий Рік, Богоявлення, Великдень та співочі церемонії, які згодом переплелися з карнавальними подіями. В літературі того часу, такі як романи та новели Д. Боккачо, Д. Чосера, Ф. Рабле, відображено атмосферу невпинних розваг, що панувала на цих святах, передаючи традиції середньовічної народної культури.

Ще одним видом традиційних масових свят у європейських містах того часу були свята, присвячені пам'ятним історичним подіям або славному минулому країни. Наприклад, у Кракові з XIII століття святкують "Звежінецький ляйконік", пов'язаний з легендою про перемогу поляків над татарами у Звежінці під Краковом у 1288 році [22, с. 71].

У цей період також з'явилися нові міські події, які можна розглядати як перші фестивалі, такі як політичні урочистості різних видів. Перші такі заходи включали урочистості, організовані з нагоди прибуття правителя (царя) до міста або замку, такі як військовий марш, святковий бенкет, виставки та зустрічі з місцевою аристократією.

Іншим видом заходів були лицарські турніри, що спочатку мали на меті тренувати лицарів у бойовій майстерності. Проте з часом вони перетворилися на змагання, які супроводжувалися культурними виставами, такими як декламування поезії та музичні вистави.

Третій вид розваг передбачав проведення розважальних заходів у королівському дворі. Це включало в себе збори придворних та аристократів під час бенкетів, танців, читання поезії та театральних вистав. Наприклад, Суд Людовіка XIV у Франції славився своїми вишуканими виставами, де поєднувалися танці, пантоміма та оперний спів.

Під час епохи великих географічних відкриттів карнавали стали популярними навіть в Америці. Яскравим прикладом цього є карнавал у Ріо-де-Жанейро в Бразилії.

Таким чином, масові святкові заходи, включаючи карнавали, широко розповсюдилися в містах середньовічної Європи. Вони стали своєрідним способом відпочинку від щоденної рутиної життя того часу і сприяли розвитку системи гостинності в середньовічних містах.

Період XVIII – XIX століть позначився на формуванні сучасного подієвого туризму, включаючи фестивальний туризм. Початки сучасних фестивалів можна відслідкувати до Великобританії: у 1724 році відбувся Фестиваль трьох хорових колективів у Херефорді, а у 1784 році — фестиваль Генделя у Вестмінстерському абатстві. Французька революція 1789–1799 років мала значний вплив на формування фестивальної культури. Завдяки неї була зруйнована влада церкви, а нова світська релігія, відома як «культ Верховної Істоти», ввела нові державні свята, такі як «Фестиваль розуму» та «Фестиваль Верховної Істоти», які були масовими заходами із філософськими, політичними, театральними та іншими виставами. У 1810 році відбувся перший Октоберфест, який став однією з найвідоміших сучасних подій. Заснування Байройтського фестивалю відзначилося як історичний момент, адже цей фестиваль, присвячений Ріхарду Вагнеру, є одним із найстаріших і найбільш визначних фестивалів у світі. У 1895 році було започатковано Венеційське бієнале, яке й досі залишається важливою мистецькою подією.

У XIX столітті розвиток подієвого туризму відзначився наростанням популярності світових виставок, які акцентували увагу на наукових та

технологічних досягненнях. Ці заходи пройшли в таких містах, як Лондон (1851), Нью-Йорк (1853), Відень (1873), Філадельфія (1876), Париж (1855, 1867, 1878, 1889, 1900) та Чикаго (1893). Крім того, в XIX столітті відбувся ребірт карнавалів у великих містах Латинської Америки, таких як Буенос-Айрес, Ліма, Сантьяго-де-Чилі, Гавана та Ріо-де-Жанейро. Карнавали також стали популярними у деяких європейських містах, включаючи Венецію, Кельн та Ніццу. У XX столітті спостерігався подальший розвиток, удосконалення та трансформація цих відомих фестивалів. Постійне збільшення їх масштабів було пов'язане не лише з оновленням форм комунікації в сучасній міській культурі, а й з глобальними політичними змінами.

Згідно з Т.Г. Кисельовою, на сучасному етапі формується єдиний культурний простір Європи, де мережа провідних міжнародних фестивалів відіграє значну роль у створенні престижного майданчика для міжнародного обміну мистецтвом та виставки найкращих творів національних культур [23]. Перший Міжнародний кінофестиваль у Венеції відбувся у 1932 році [6]. Після Другої світової війни в Європі відбувся значний розквіт фестивалів. Післявоєнний період призвів до з'яви Міжнародного кінофестивалю у Каннах (1946), Фестивалю в Единбурзі (1947) та Берлінського міжнародного кінофестивалю (1951) [28, с. 45]. З кінця 50-х років фестивалі також отримали значний розквіт в СРСР. Наприклад, у 1957 році були організовані фестивалі радянської музики в Латвії, Литві та Естонії. Окрім музичних, у СРСР поширені були фестивалі кінематографії, і з 1958 року проводився Всесоюзний Кінофестиваль, де демонструвалися фільми, створені на кіностудіях всіх союзних республік.

Міжнародна асоціація продюсерів встановила декілька класів для міжнародних кінофестивалів. До класу "А" належать кінофестивалі у Венеції (заснований у 1932 році), у Каннах (з 1946 року), у Карлових Варах (з 1950 року), у Західному Берліні (з 1951 року), у Сан-Себастьяні (з 1953 року) та у Москві (з 1959 року). Театральне мистецтво представлене на фестивалях

"Празька весна" (заснований у 1946 році), Единбурзький фестиваль театру і музики (з 1947 року), Авіньйонський фестиваль (у м. Авіньйон, Франція; заснований у 1947 році Ж. Вілар), "Дубровницькі літні ігри" (у м. Дубровнік, Югославія; з 1950 року), "Флорентійський травень" (з 1951 року). З 1960 року регулярно проводяться фестивалі дитячих театрів у НДР (з 1996 року), Болгарії (1968, 1972), Югославії (1971); лялькових театрів - у Румунії (1958, 1960, 1965), у Польщі (1962), у Чехословаччині (1964), угорщині (1971), Франції (1972). Також отримали популярність театральні фестивалі під відкритим небом. У колишній Югославії, у старовинному місті Дубровнік, з 1949 року став традиційним щорічний міжнародний фестиваль музики, театру і фольклору. Аналогічний приклад можна навести з практики традиційного угорського театрального фестивалю під відкритим небом - Сегедські театральні ігри.

У цьому періоді найвідоміші музичні фестивалі включають такі заходи, як Зальцбурзький фестиваль в Австрії, "Віденські музичні тижні" в Австрії, Глайндборнський і Единбурзький музичні фестивалі у Великобританії, "Будапештські музичні тижні" в Угорщині, "Берлінські фестивальні дні" в Німеччині, Королівський музичний фестиваль в Данії, "Флорентійський музичний травень", "Фестиваль двох світів" та фестиваль в Сан-Ремо в Італії, Нідерландський музичний фестиваль, "Варшавська осінь" в Польщі, Фестиваль імені Дж. Енеску в Румунії, "Тиждень Сібеліуса" у Фінляндії, Безансонський фестиваль у Франції, "Празька весна" та "Братиславські музичні свята" в Чехословаччині. У 60-70-х роках стали дуже популярними фестивалі естрадного мистецтва та пісні, особливо в Європі, де їх кількість перевищила 150. У 1969 році відбувся перший музичний фестиваль "Вудсток". Після набуття незалежності африканськими країнами їх мистецтво почало стрімко розвиватися. Уже у 1966 році в Дакарі (Сенегал) відбувся перший Фестиваль африканського мистецтва та культури.

У кінці XX століття рейв, який є танцювальним напрямком електронної музики, став надзвичайно популярним серед молоді. Рейв-рух об'єднав сотні

тисяч прихильників, що засвідчується різноманітністю фестивалів, гала-концертів, оглядів та конкурсів [23]. Значний приріст кількості фестивалів зафіксовано в 1990-х роках і після 2000 року. Наприклад, тільки в Європі у 1990-х було проведено близько 1000 музичних фестивалів [48, с. 87].

Грицку-Андрієш Ю.П. та Бучко Ж.І. у своїй класифікації фестивалів за часовою ознакою застосували історичний підхід, визначивши причини й фактори, які призвели до з'яви різних типів фестивалів.

1. Фестивалі дохристиянської ери: Олімпійські ігри, Язичницькі карнавали, Гладіаторські бої, Давньогрецькі театри.

2. Фестивалі, пов'язані з поширенням світових релігій. З розповсюдженням християнства по всьому світу поширювались також християнські традиції.

3. Етнічні фестивалі, що поєднували християнські та язичницькі звичаї. Місцевому населенню дозволялося комбінувати свої традиційні язичницькі святкування з християнськими святами для популяризації нової релігії.

4. Гастрономічні фестивалі, що виникали разом з установленням певних кулінарних традицій [40, с. 64].

5. Фестивалі сучасної музики, які здобули велику популярність у XX столітті, поруч з процесами глобалізації та формуванням "світової попкультури".

6. Фестивалі сучасних субкультур, що з'явилися у другій половині XX століття після так званої "сексуальної революції".

Базуючись на цій класифікації, можна відстежити етапи розвитку фестивалів до наших днів: від античних заходів до великих міжнародних подій.

1.2. Сутність фестивального туризму як різновиду подієвого туризму

Перед тим як розмовляти про фестивальний туризм, слід розглянути концепцію "подієвого туризму". Цьому питанню приділили увагу такі дослідники, як Д. Гетц, Бабкін О.В., Тищенко П.В., Смаль І.В., Шикіна О.В., Бейдик О.О., Давиденко І.В., Біржаков М.Б. та інші. Завдяки їхнім працям, "подієвий туризм" став визнаним окремим напрямом туризму.

Слово "event" (подія, захід) має багато значень у англійській мові, від соціально-культурного до технічного і навіть філософського, і вказує на заплановану соціально-суспільну подію або захід, що має певну мету та резонанс для суспільства [7]. Термін "подієвий туризм" або "event tourism" вперше був вжитий у 1987 році Департаментом туризму та громадськості Нової Зеландії, який визначив його як "важливий та стрімко зростаючий сегмент міжнародного туризму".

Спочатку це стосувалося окремих заходів та визначних дат, мегаподій. Проте, наразі вважається, що "подієвий туризм" доцільно розглядати як комплекс різноманітних подій, "інтегрованих" у плани розвитку дестинацій [34, с. 45].

Бабкін О.В. стверджує, що "подієвий туризм" – це відносно новий та захоплюючий напрямок. Це унікальні подорожі, які об'єднують традиційний відпочинок з участю в найвидовищніших заходах планети. Вчений також зауважує, що "подієвий туризм" є особливим видом туризму, оскільки він безмежний у своєму змісті [2].

Вітчизняний дослідник П.В. Тищенко розглядає подієвий туризм як участь у подіях, що відбуваються за межами країни. Отже, основна мета подорожі полягає у відвідуванні подій, де турист бере участь як спостерігач або активний учасник. Цей вид туризму є унікальним за своєю невичерпною природою.

За словами О.В. Шикіної, подієвий туризм є відносно новим напрямком у туризмі як у Україні, так і в усьому світі, де основним стимулом для

споживачів є бажання відвідати різноманітні спортивні, розважальні, музичні та інші події та взяти у них участь.

Закордонний вчений Дональд Гетц також присвятив чимало робіт подієвому туризму. За його розумінням, цей вид туризму є одним з найперспективніших, а його взаємозв'язок з івент-менеджментом нерозривний. Під організацією подієвого туризму розуміється систематичне планування, розробка та маркетинг спеціальних заходів, які стимулюють розвиток інфраструктури, економічне зростання і туристичні потоки, а також формування позитивного іміджу.

Хоча подієвий туризм має широке визнання як тип туристичної діяльності за термінологією, фестивальний туризм поки не дістає такого статусу. Сьогодні лише невелика кількість дослідників намагається дати визначення терміну "фестивальний туризм", а деякі зовсім не визначають його як окремий вид туризму. Це пояснюється тим, що фестивальний туризм є лише підтипом подієвого, який включає в себе різноманітні інші форми. Слід відзначити, що навіть у Законі України "Про туризм" не згадується подієвий туризм, включаючи фестивальний. Таким чином, на рівні законодавства цей вид туризму не має визнання. У своїх дослідженнях науковці, такі як Грицку-Андрієш Ю.П., Бучко Ж.І., Кляпа М. П., Смаля І.В., Шандора Ф.Ф., Бабкіна О.В., Устименко Л.М., Петранівський В.Л., Молодецький А.Е., Пташнік А.В., Топорницька М. Я., Габчак Н. В., Тищенко П.В., Доан П.В., Кіш Г.В. та інші, приділили значну увагу визначенню як подієвого, так і фестивального туризму, розробці класифікації, вивченню зв'язків цього типу туризму з іншими формами, аналізу особливостей організації українських фестивалів та їх просуванню на ринку туристичних послуг. Їх дослідження також відзначили перспективність розвитку цього виду туризму в Україні [26, с. 37].

Для розуміння сутності концепції "фестивального туризму" необхідно проаналізувати визначення термінів "туризм" та "фестиваль", щоб узгодити їх та надати визначення виду туризму, який є предметом даного дослідження.

Згідно з Законом України "Про туризм", туризм означає тимчасовий виїзд особи з місця проживання з оздоровчими, пізнавальними, професійно-діловими чи іншими цілями без оплачуваної діяльності в місці призначення [81]. Щодо другої частини терміну, фестиваль (франц. festival, від лат. festivus – веселий, святковий) представляє собою масове святкування, показ або огляд досягнень у музичному, театральному, естрадному, цирковому або кіно мистецтві [79]. За визначенням Петранівського В.Л., фестивальний туризм охоплює різноманітні культурно-пізнавальні подорожі, організовані для відвідин національних і міжнародних ярмарків і виставок, спортивних змагань, зокрема всесвітніх олімпіад [39]. Згідно з поглядами Молодецького А.Е., Пташніка А.О. та Габчака Н.Ф., фестивальний туризм можна розглядати як різновид культурно-пізнавального туризму, який проявляється у різних формах, таких як етнічні, релігійні, гастрономічні, спортивні, музичні фестивалі, фестивалі сучасних субкультур; військові та історичні фестивалі; театральні шоу, виставки квітів, модні покази та аукціони [13, с. 25].

Кляп М.П. та Шандор Ф.Ф. розглядають фестивальний туризм як варіант тематичного та подієвого туризму, оскільки останній є більш широкою категорією, що включає фестивальний туризм. Вони дійшли такого визначення: фестивальний туризм (тематичний туризм, подієвий туризм) – це специфічний вид туризму, головна мета якого полягає в участі або спостереженні за певною подією.

Устименко Л.М. описує фестивальний туризм як форму подорожі з метою брати участь або спостерігати за певною подією (наприклад, карнавалом, фестивалем, святом, церемонією, спортивними змаганнями або природним явищем), що передбачає наявність відповідних туристичних ресурсів та спеціальної підготовки.

Грицку-Андрієш Ю.П. та Бучко Ж.І. розглядають фестивальний туризм як організацію короткострокових пізнавальних подорожей тривалістю від 5 до 7 днів з метою відвідування певних подій (від концертів сучасної західної

музики до релігійних святкувань, від етнічних карнавалів до парадів сучасних субкультур), що повторюються зазвичай один раз на рік.

Згідно з поглядами авторів, фестивальні подорожі можуть бути віднесені до туризму, проте вони мають свої унікальні особливості:

- Тривалість подорожей зазвичай невелика (зазвичай 3-5 днів).
- Існують чіткі межі простору (місця проведення фестивалів).
- Люди проявляють інтерес до участі в фестивалях та святах.
- Спостерігається чітка історія розвитку фестивалів.
- Мета фестивалів відрізняється від мети пізнавального туризму.
- Існують зв'язки з іншими видами туризму.

Згідно з методикою Бейдика О.О., фестивальний туризм має зв'язки з наступними видами туризму (Табл. 1.1):

Таблиця 1.1

Види фестивального туризму

Курортно-лікувальний	Фестивалі організовані навколо курортних зон, пропонуючи відвідувачам можливість поєднати лікування та відпочинок з відвідуванням фестивальних заходів.
Курортно-розважальний	Фестивалі часто включають розважальні заходи, такі як концерти, вистави, спортивні змагання, які можуть бути цікавими для відвідувачів курортів.
Пізнавальний	Фестивалі можуть бути присвячені певній темі, культурі чи історичній події, що робить їх цікавими для людей, які прагнуть до нових знань.
Діловий	Фестивалі можуть бути організовані для представників певних галузей, що дає можливість для ділового спілкування та налагодження зв'язків.
Релігійний	Фестивалі, присвячені релігійним святам, можуть бути цікавими для паломників та віруючих людей [20, с. 87].
Спортивний	Фестивалі, що включають спортивні змагання, стануть цікавими як для спортсменів так і для фанатів спорту.
Навчально-освітній	Фестивалі можуть мати освітню складову, пропонуючи лекції, семінари, майстер-класи.
Екологічний	Фестивалі, присвячені екологічним темам, популяризують здоровий спосіб життя та навчають піклуватися про довкілля.
Родинний	Фестивалі часто пропонують розваги для всієї сім'ї, що робить їх цікавими для сімейного відпочинку.
Шоп-туризм	Фестивалі можуть супроводжуватися ярмарками та виставками-продажами, що надає змогу, придбати сувеніри та інші товари.

Важливо зазначити, що зв'язки фестивального туризму з іншими видами туризму не є односторонніми. Фестивалі можуть не лише використовувати елементи інших видів туризму, але й самі впливати на їх розвиток.

Наприклад, фестиваль, присвячений певній галузі, може стимулювати розвиток ділового туризму в даному регіоні. А фестиваль, що пропагує екологічні теми, може призвести до зростання екологічної свідомості людей та популяризації екологічного туризму.

У своїх дослідженнях Топорницька М.Я. також вказує на важливе місце фестивального туризму в класифікації різних видів туризму. Вона стверджує, що основи цього виду туризму можна відслідкувати майже в усіх його різновидах. З її погляду, туристичний продукт фестивального туризму доцільно аналізувати в рамках основних видів туризму:

- Екологічного (бо багато фестивалів проводяться на відкритому повітрі, а їх організатори активно пропагують збереження природи).

- Етнографічного (бо етнічні елементи часто становлять основу туристичних фестивалів).

- Культурно-лікувального (адже фестивалі проводяться на різних курортах) [30, с. 71].

- Навчального (включаючи майстер-класи від народних майстрів).

- Культурно-пізнавального (відвідування музеїв, екскурсії тощо).

- Пригодницько-екстремального (спеціалізовані фестивалі: мотогонки, велогонки, рафтинг та інше).

- Рекреаційного (фестивальний туризм надає людям необхідний заряд позитиву та енергії).

- Релігійного (чимало фестивалів відзначаються святкуванням релігійних свят).

- Розважального (організатори намагаються різноманітити розваги).

- Спортивно-оздоровчого (змагання та контакт з природою сприяють оздоровленню).

Вороніна Г.Б. розглядає фестивальний туризм як складний феномен, в якому переплітаються потреби та активності людей, природні, технічні і економічні процеси. У своєму дослідженні вона виокремила фактори, які визначають розвиток фестивального туризму (рис. 1.1)



Рис.1.1 Фактори розвитку фестивального туризму

Ці фактори в основному сприяють розвитку фестивального туризму, проте необхідно також враховувати фактори, які можуть гальмувати його зростання, такі як інфляція, зростання злочинності та безробіття, економічні кризи, порушення умов товарообміну та неефективне використання природних та людських ресурсів.

За думкою І.В. Давиденка, на розвиток ринку подієвого туризму, включаючи фестивальний, впливають наступні фактори: зменшення попиту на групові подорожі та зростання індивідуального туризму, скорочення загальної тривалості турпоїздок, популярність одноденних турів та перевага активних форм відпочинку перед пасивними [16, с. 102]. У своїй роботі Н. Гончарук та О. Бачинська також досліджували соціально-економічні ефекти розвитку подієвого туризму, включаючи фестивальний. Подія як туристичний ресурс має виразний мультиплікаційний ефект: вона сприяє

розвитку різних секторів туристичної індустрії для більш ефективного використання власного потенціалу. Розгорнута подія спонукає до розвитку інфраструктури регіону та збільшення прибутку від туризму, тому регіон отримує вигоди від конкретної події.

Економічні та соціальні наслідки розвитку виявляються у збільшенні надходжень до місцевих, регіональних та національних бюджетів, створенні нових робочих місць з достойними заробітними платами, а також у збільшенні прибутків за рахунок появи нових туристичних підприємств і додаткових потоків фінансових надходжень за рахунок розвитку туристичної інфраструктури. Крім того, важливо враховувати задоволення особистих потреб споживачів подієвих турів, а саме туристів.

З урахуванням цих аспектів, фестивальний туризм можна визначити як тимчасовий від'їзд особи з місця проживання з метою відвідування масових святкових заходів або ознайомлення з досягненнями у різних галузях мистецтва, таких як музика, театр, естрада, цирк або кінематограф.

Також важливо відзначити, що фестивальний туризм має важливі зв'язки з іншими видами туризму та виявляє виразні характеристики, що сприяють його перспективному розвитку [16, с. 78].

1.3. Класифікація фестивалів та фестивальних турів

На сьогоднішній день існує декілька класифікацій як фестивалів, так і фестивальних турів, які були розроблені як вітчизняними, так і закордонними дослідниками. Грицку-Андрієш Ю.П. та Бучко Ж. І. розробили сутнісну класифікацію фестивалів, яку багато дослідників цього питання використовують як загальноприйняту класифікацію фестивального туризму. Згідно з їх класифікацією, етнічні фестивалі включають в себе:

- різноманітні свята, пов’язані з язичницькими віруваннями;
- святкування християнських обрядів та свят;
- свята, що мають свій початок ще в Дохристиянські часи, але під впливом релігії дещо змінилися, ставши християнськими (рис.1.2);
- святкування Нового року у різних народів;
- сучасні «збірні» етнічні фестивалі.



Рис.1.2 Характеристика релігійних свят

До музичних заходів відносяться:

- заходи з етнічною музикою;
- концерти класичної музики;
- події з сучасною музикою.

До свят сучасних субкультур відносяться:

- фестивалі та паради представників нетрадиційної сексуальної орієнтації;

- свята кохання;

- заходи, присвячені різноманітним субкультурам (хіпі, панк, рок та ін.);

- кінофестивалі;

- покази сучасної моди [11, с. 48].

Фестивалі гастрономії можуть бути розділені на декілька типів, включаючи:

- заходи, що відзначають збір врожаю;

- святкування, присвячені певній національній страві;

- події, які зосереджені на певному напої.

У спортивній сфері також існують різноманітні фестивалі, такі як:

- заходи, пов'язані з відзначенням спортивних подій;

- проведення різних чемпіонатів.

Крім того, Грицку-Андрієш Ю.П. та Бучко Ж.І. представили класифікацію фестивалів за масштабністю, включаючи (рис. 1.3)



Рис. 1.3 Класифікація фестивалів за масштабністю

Фестивалі можна класифікувати за їхньою міжнародністю. Міжнародні фестивалі - це ті, на які приїжджають туристи з трьох або більше країн. Їх

характеризують значні рекламні кампанії та широке охоплення туристів. Національні фестивалі проходять в межах однієї країни та мають рекламу в національних мас-медіа, привертаючи туристів зі своєї країни. Регіональні фестивалі - це події, що відбуваються в кількох селах або в одному місті. Інформацію про них можна знайти тільки в районних або обласних газетах. Ці події мають малу рекламу серед туристів з інших регіонів та країн.

М.Я. Топорницька запропонувала класифікацію фестивалів згідно з трьома основними критеріями.

По-перше, фестивалі поділяються за їхнім спрямуванням. Серед них можна виділити етнографічні, етнокультурні, музичні, екологічні, культурно-пізнавальні, навчальні, спортивні, спортивно-культурні, театральні, наукові, вуличні, мистецькі, пивні, подійні, релігійні, історично-музичні, фестивалі різних страв і напоїв, а також змішані.

По-друге, фестивалі можуть відрізнятися за терміном і тривалістю проведення, охоплюючи вихідні дні (вікенд фестивалі), сезонні або цілорічні заходи [47, с. 69].

По-третє, вони можуть бути класифіковані за територіальною ознакою, включаючи обласні, регіональні, національні, міжнаціональні, прикордонні та міжнародні фестивалі.

Топорницька М. Я. розглядає різноманітні фестивалі, включаючи змішані фестивалі, де об'єднуються два або більше тематичних напрямків. Вона розрізняє сезонні, цілорічні та вікенд фестивалі, які наразі є особливо популярними. Також, вона вказує на широкий спектр фестивалів за їх територіальною розташованістю, від обласних до міжнародних.

Бейдик О. О. та Гончарук А. О. пропонують класифікацію фестивалів як соціокультурних подій, використовуючи різні критерії (табл. 1.2):

- за кількістю учасників: малі (до 2 тис.), середні (від 2 тис. до 500 тис.), великі (понад 500 тис.);

- за рівнем організації: місцеві, регіональні, національні, міжнародні;

Таблиця 1.2

Класифікація фестивалів

Ознака	Види
1. За цільовою функцією:	- культурологічні; - спортивно-оздоровчі; - спеціалізовані та інші.
2. За засобом пересування учасників фестивалю:	- пішохідний; - кінний; - велосипедний; - автомобільний; - водний; - авіаційний.
3. За сезонністю:	- літній - зимовий - міжсезонний
4.За спеціалізованою організацією (програмою) фестивалю:	- етнокультурні; - мистецькі; - гастрономічні; - історичної реконструкції; - музичні; - професійні свята; - спортивні.
5. За віком та соціальним складом учасників:	- дитячий; - юнацький; - молодіжний; - середнього та старшого віку; - сімейний; - родинний; - без вікового цензу; - неформальний та інші.
6. За статусом фестивалю:	- міжнародний; - національний (всеукраїнський); - регіональний; - місцевий (локальний) [6, с. 43].
7. За формами організації фестивалю:	- фестиваль-ярмарок; - фестиваль-концерт; - фестиваль-змагання; - фестиваль-розвага; - фестиваль майстер-клас народних мистецтв; - фестиваль історичної реконструкції давньої культури; - фестиваль-видовище; - фестиваль-професійне свято; - фестиваль культури; - фестиваль-карнавал; - комбінований фестиваль; - фестиваль-презентація.

за віком: давні (з багатовіковою історією), середнього віку (організовані до початку 21 століття), молоді;

- за формою проведення: карнавали, фестивалі-ярмарки, фестивалі-виставки, фестивалі-паради, традиційні фестивалі;

- за тривалістю: короткотривалі (до 5 днів) та довготривалі (понад 5 днів);

- за ритмічністю: щорічні, нестабільні (без певної періодичності), одноразові;

- за аудиторією: дитячі, молодіжні, загальні;

- за домінуючою функцією: розважальні, культурно-пізнавальні, соціально-виховні [19, с. 51].

Таким чином, Бейдик О.О. та Гончарук А.О. висунули широку класифікацію фестивалів, що включає вісім ознак поділу: кількість учасників заходу, рівень організації, вік, форма проведення, тривалість, аудиторія, та домінуюча функція. Зазначимо, що в цій класифікації враховано аудиторії відвідувачів події: діти, молодь та люди будь-якого віку. Петранівський В.Л. розширив цю класифікацію, поділяючи фестивалі за семи ознаками.

Більше того, В.Л. Петранівський класифікує фестивалі в залежності від форми їх організації. Він враховує, що такі події можуть поєднувати в собі елементи ярмарку, концерту, параду або карнавалу, змагань, презентацій, певного видовища та інших аспектів [40, с. 55].

РОЗДІЛ 2

РОЗВИТОК ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ

2.1. Зарубіжний досвід управління подієвим туризмом

Багато країн світу визнали тісні зв'язки між подіями та сферою туризму. У своїх довгострокових стратегіях з розвитку туризму уряди цих країн відзначили подієвий туризм як один з пріоритетних видів. Подієвий туризм став значущим елементом державної політики у сфері туризму.

Країни світу, які розглядаються як перспективні місця для організації різних заходів, зокрема фестивалів, активно змагаються за право проведення міжнародних та світових подій на своїй території. Багато з них включають ці глобальні події в свої стратегії розвитку, оскільки це сприяє економічному та політичному зростанню і привертає великі обсяги туристичних потоків. Таким чином, розвиток фестивального туризму в будь-якій країні світу в значній мірі залежить від її туристичної політики [19, с. 62].

Політика, спрямована на фестивальний рух, включає такі цілі та параметри:

Цілі:

1. Підтримка та розвиток фестивального руху:
    - Створення сприятливих умов для організації та проведення фестивалів.
    - Забезпечення доступності фестивалів для широкого загалу.
    - Підвищення якості фестивалів.
2. Сприяння соціально-економічному розвитку:
    - Стимулювання туризму.
    - Створення нових робочих місць.
    - Підтримка місцевого бізнесу.
3. Збереження та популяризація культурної спадщини:

- Підтримка традиційних фестивалів.
- Сприяння розвитку нових форм фестивального мистецтва.
- Виховання поваги до культурної спадщини.

Параметри:

1. Фінансування:
   - Виділення бюджетних коштів на підтримку фестивалів.
   - Залучення спонсорських коштів.
   - Створення механізмів самоокупності фестивалів.
2. Інфраструктура:
   - Створення та розвиток фестивальної інфраструктури.
   - Забезпечення доступності фестивальних майданчиків для людей з обмеженими можливостями.
3. Інформаційне забезпечення:
   - Створення інформаційних ресурсів про фестивалі.
   - Проведення рекламних кампаній.
4. Кадрові ресурси:
   - Підготовка та перепідготовка кадрів для фестивальної індустрії.
   - Залучення волонтерів.

Додаткові міркування:

- Політика фестивального руху має бути комплексною та враховувати всі аспекти фестивальної діяльності.
- Важливо забезпечити прозорість та підзвітність у процесі прийняття рішень щодо фестивалів.
- Необхідно залучати до участі у фестивальному русі представників різних верств населення.
- Важливо постійно моніторити та оцінювати результати фестивальної діяльності.

Різноманітність зарубіжного досвіду у впровадженні та розвитку подієвого туризму надзвичайно велика. Країни, що стоять в першому ряді цього напряму, включають Австралію, Канаду, Чехію, Данію, Естонію,

Францію, Ірландію, Японію, Корею, Латвію, Нову Зеландію, Португалію, Словенію, Іспанію, Швейцарію, Туреччину та Великобританію. Ці країни активно вкладають значні ресурси у розвиток подієвого туризму, щоб підвищити свою привабливість та конкурентоспроможність на міжнародному туристичному ринку. Фестивальний туризм, як ключовий аспект подієвого туризму, також отримує велику увагу.

Регіональні, національні та навіть транснаціональні підходи до організації, участі та проведення подій можуть відрізнятися залежно від наявного бюджету та бажаних економічних, соціальних та екологічних наслідків. Інструменти, такі як івент-менеджмент, розробка стратегій розвитку подій або створення спеціальних державних агентств, можуть допомогти максимізувати користь та мінімізувати будь-які негативні наслідки проведення подій шляхом раціонального розподілу ресурсів та сприяння співпраці між відповідними державними установами [16, с.15].

Слід провести аналіз національного підходу до управління подієвим туризмом у країнах, таких як Австралія, Канада, Данія, Естонія, Ірландія, Нова Зеландія та Великобританія, зокрема вивчити особливості державної політики в сфері організації подій. Аналіз змісту стратегій розвитку подій та особливостей роботи спеціальних державних організацій, які стимулюють розвиток туризму через проведення подій, дозволить визначити ефективні заходи та стратегічні рішення для розвитку фестивального туризму в будь-якій країні, включаючи Україну.

Розвиток подієвого туризму є одним з найважливіших напрямів туризму в Австралії. Це пояснюється великим рівнем інтеграції державних та приватних організацій різного спрямування в розвиток цієї галузі туризму, значними інвестиціями в івент-індустрію країни, а також системним підходом до розвитку подієвого туризму на національному рівні.

У країні спостерігається тенденція до об'єднання раніше розділених урядових органів з сфери туристичного маркетингу та івент-агентств в єдині інтегровані державні структури, спрямовані на розвиток туризму. Наприклад,

у 2011 році створено державне агентство "Destination NSW" в Новому Південному Уельсі, шляхом об'єднання івент-агентства "Events NSW" та туристичної організації "Tourism NSW". У 2013 році в Квінсленді створено державне маркетингове та івент-агентство "Tourism and Events Queensland" шляхом об'єднання місцевої урядової туристичної організації та маркетингового івент-агентства. А у 2016 році утворено компанію "Visit Victoria" в штаті Вікторія, шляхом об'єднання "Tourism Victoria", "Victorian Major Events Company" та "Melbourne Convention Bureau".

Після прийняття Закону про Туризм в Австралії у 2004 році, національна туристична організація країни "Tourism Australia" була створена шляхом об’єднання чотирьох існуючих туристичних організацій: Австралійської комісії з туризму, Бюро досліджень туризму, Ради по прогнозуванню туризму та "See Australia".

Важливо відзначити, що в Австралії існує національна Стратегія розвитку подієвого туризму, яка забезпечує систематичне планування та проведення різноманітних подій у країні через тісну взаємодію різних учасників. Кожен зі штатів країни та деякі регіони також розробляють власну Стратегію розвитку туризму, яка включає стратегічні напрямки розвитку подієвого туризму [1, с. 57].

Згідно з Стратегією розвитку подієвого туризму, державний сектор має чітко визначені інституційні механізми, що сприяють розвитку та просуванню подій у кожному штаті або території Австралії. У всіх штатах існують відповідні державні івент-агентства або відомчі підрозділи для промоції заходів, які доповнюють події та фестивалі туристичним потенціалом, базуючись на національній та регіональній стратегії розвитку подієвого туризму.

Спортивні змагання, такі як Чемпіонат Австралії з тенісу, Гранд-фінал AFL та Кубок Мерліна, а також музичні фестивалі, які включають WOMADelaide та Byron Bay Bluesfest, стають все більш масштабними подіями в країні, привертаючи значну кількість іноземних відвідувачів.

Паралельно з цим розвиваються й нішові та регіональні події, такі як Фестиваль бахроми та Брісбенський фестиваль, що відбуваються у різних штатах країни, завдяки спільним зусиллям державного та приватного секторів у сферах маркетингу, фінансів, івент-індустрії та туризму. Завдяки такому комплексному підходу, Австралія вважається однією з найуспішніших країн у світі щодо розвитку івент-туризму.

Уряд Канади, віддавши перевагу політиці проведення спортивних заходів з 1983 року, давно визнає соціальні, культурні, економічні, громадські та спортивні переваги розвитку івент-індустрії через міжнародні спортивні заходи та активний стратегічний та скоординований підхід у івент-менеджменті. У 2008 році була введена оновлена Національна політика щодо проведення міжнародних спортивних подій, яка передбачає тісну співпрацю з провінціями та територіями країни з метою максимізації спортивних, економічних та громадських вигод від проведення таких заходів і сприяє розвитку сфери туризму. Крім того, уряд Канади щороку фінансує понад 60 міжнародних спортивних заходів та підтримує проведення двох наймасштабніших міжнародних мультиспортивних заходів кожні десять років [13, с. 84].

Данія активно виступає як країна для проведення великих міжнародних спортивних заходів. Цю ініціативу підтримує створена національна організація «Sport Event Denmark», що сприяє залученню та проведенню масштабних спортивних подій та конгресів. Протягом останнього десятиліття «Sport Event Denmark» успішно вигравала понад 80% міжнародних тендерних кампаній та брала участь у понад 250 міжнародних спортивних заходах, включаючи різноманітні чемпіонати світу та Європи, кубки світу, а також значні спортивні конференції та конгреси.

У цьому процесі співпраця відбувається між трьома ключовими сторонами: «Sport Event Denmark», містом-господарем та відповідною національною федерацією спорту. Роль «Sport Event Denmark» полягає головним чином у наданні організаційної та фінансової підтримки. Місто-господар забезпечує фінансування, матеріально-технічне забезпечення та просуває захід,

тоді як національна федерація спорту бере на себе технічні та комерційні аспекти, такі як продаж квитків та привласнення спонсорської підтримки.

Ця модель сприяє створенню єдиної команди, що бере на себе відповідальність за всі аспекти організації та забезпечує активну участь всіх сторін на всіх етапах заходу, починаючи з фази торгів і закінчуючи успішним проведенням події. З 2015 року Міністерство економіки та культури Естонії, спільно з Центром розвитку туризму «Enterprise Estonia», надає грантову підтримку з фондів Європейського фонду регіонального розвитку для організації міжнародних заходів та конференцій в Естонії.

Заснований у 2000 році, «Enterprise Estonia» (EAS) є національним фондом, який спрямовує свої зусилля на розвиток економіки країни у кількох ключових галузях, включаючи туризм. Ця ініціатива спрямована на презентацію Естонії як привабливого місця для проведення міжнародних конференцій, культурних та спортивних заходів [25, с. 48].

Для отримання гранту можуть звертатися як державні та місцеві органи влади, так і юридичні особи, зареєстровані в Естонії. Щоб культурні та спортивні події могли бути враховані в рамках грантової програми, вони повинні відповідати наступним умовам:

- Маркетингові заходи повинні бути заплановані принаймні для одного пріоритетного цільового ринку, вказаного у плані розвитку туризму. Продвиження туристичних можливостей Естонії має відбуватися безпосередньо в рамках події.

- Міжнародні ЗМІ повинні бути проінформовані про подію - загальна кількість ночей, проведених іноземними відвідувачами на заході, повинна перевищувати 1000.

- Подія повинна тривати принаймні 2 дні поспіль.

Необхідно відзначити, що Нова Зеландія має власну Стратегію головних подій, яка визначає головними ті події, які:

- Приносять значні економічні, соціальні та культурні вигоди.

- Залучають значну кількість міжнародних учасників та глядачів.

- Мають національний характер за межами регіону, в якому вони проходять.

- Достатньо представлені в іноземних ЗМІ на ключових ринках.

Стратегія також розглядає можливі наслідки ключових подій, таких як зростання туристичних надходжень, розширення можливостей для позиціонування бренду Нової Зеландії, творення нових комерційних шансів, збільшення можливостей працевлаштування та підтримка сектору подій завдяки ресурсам Мажориті-Івентс Банку. З метою досягнення цих цілей та максимізації потенційних економічних вигод для країни було створено Фонд розвитку ключових подій, який інвестує в події з найбільшим потенціалом для економіки. Управління фондом включає Інвестиційну комісію, що аналізує заявки на найважливіші події та робить рекомендації Групі міністрів стосовно інвестицій у події.

Роль Групи міністрів з питань головних подій полягає в затвердженні або відхиленні будь-яких рекомендацій, висловлених Інвестиційною комісією з головних подій [20, с. 36].

Великобританія також займає почесне місце серед країн-лідерів у проведенні багатьох міжнародних подій, зокрема фестивалів. Ця країна відзначається в організації світово відомих фестивалів, таких як "Glastonbury", Фестиваль літератури та мистецтва, Едінбурзький фестиваль та Міжнародний фестиваль бізнесу.

В цілому, британська індустрія подій оцінюється в 70 млрд. фунтів стерлінгів, із чого більше 31 млрд. фунтів стерлінгів припадає на ділові заходи, а майже 39 млрд. фунтів стерлінгів - на розваги, включаючи мистецькі, культурні, музичні та спортивні заходи. Частка фестивалів, ярмарків та шоу у цьому списку становить 6 млрд. фунтів стерлінгів.

Для розробки стратегії кожен урядовий департамент Великобританії розвиває свою власну концепцію щодо підтримки подій у своєму регіоні. Наприклад, "Visit Britain" працює над привертанням та організацією фінансово успішних заходів по всій країні, "Visit England" спільно з "Visit

Britain" збільшує ефективність сфери MICE-туризму, "Tourism Northern Ireland" та "Visit Wales" стимулюють організаторів бізнес-подій своїми перевагами, а департамент подій "Visit Scotland" підтримує організацію подій у Шотландії у трьох напрямках, зокрема фестивальному [46, с. 48].

Заснована в 1952 році в Женеві з ініціативи відомого диригента Ігоря Маркевича та видатного філософа Дениса де Ругемона, Європейська асоціація фестивалів (EFA) об'єднує відомі мистецькі фестивалі як з Європи, так і з-за її меж, включаючи різноманітні музичні, танцювальні, театральні та мультидисциплінарні події. На даний момент в асоціації об'єднано близько 100 фестивалів і фестивальних асоціацій з 40 країн, члени яких виступають ключовими учасниками, сприяючи становленню EFA як впливового міжнародного центру для будь-якого фестивалю, який прагне стати частиною широкої мистецької спільноти. Місія Європейської асоціації фестивалів полягає в об'єднанні та представленні фестивалів як в Європі, так і по всьому світу, сприяючи розвитку мистецтва на континенті. За підтримки Європейської комісії та парламенту EFA створила програму "Європа для фестивалів, Фестивалі для Європи" (Europe for Festivals, Festivals for Europe або EFFE), що включає онлайн-базу даних "Festival Finder" з понад 2,3 тис. фестивалів. Деякі з них отримують нагороду EFFE як європейський знак якості у проведенні фестивальних подій, оцінювану Міжнародним журі EFFE, з нагородами, що вручаються раз на два роки. Останнє вручення відбулося 26 вересня 2019 року в Центрі образотворчих мистецтв Брюселя. На сьогоднішній день понад 800 фестивалів Європи вже отримали марку EFFE. Міжнародна асоціація фестивалів та подій (IFEA) підтримує івент-менеджерів та допомагає організовувати події у всьому світі. Організація, яка контролюється незалежною міжнародною радою директорів, є некомерційною.Асоціація організаторів фестивалів (The Association of Festival Organisers або AFO) є незалежною міжнародною організацією, яка об'єднує організаторів фестивалів. Заснована у 1987 році, почавши з невеликої кількості людей, які працюють у фестивальній галузі, наразі вона

налічує понад 250 членів. Ці члени активно обмінюються ідеями та надають підтримку один одному, сприяючи розвитку міжнародного фестивального руху.

Членство в Асоціації є платним, причому вартість залежить від типу членства. Для івент-агентств, які організовують фестивалі, вона становить 100 фунтів стерлінгів, для окремих осіб, які працюють у сфері фестивального руху (таких як консультанти, виконавці, організатори, викладачі або радники), також 100 фунтів стерлінгів, а для компаній, що тісно співпрацюють з цією галуззю (таких як постачальники інфраструктури, звукозаписні компанії, видавці, заклади громадського харчування, агенти та інші сторони), вона становить 175 фунтів стерлінгів.

Асоціація встановила кодекс найкращих практик проведення фестивалів, який періодично поповнюється за ініціативи організаторів фестивалів згідно з чітко визначеними правилами [9, с. 36].

Аналізуючи державну політику у сфері подієвого туризму, зокрема фестивального, і стратегії їх розвитку у країнах-лідерах світової івент-індустрії, можна виокремити стратегічні напрямки розвитку сфери подій та, відповідно, формування міжнародного рівня фестивального туризму. Серед таких напрямків:

1. Тісна співпраця між державним та приватним секторами супутніх галузей, таких як туризм, івент-індустрія, маркетинг, фінанси та інші.

2. Функціонування державної організації з розвитку івент-індустрії та/або подієвого туризму на основі співпраці з відповідними національними та міжнародними організаціями та асоціаціями.

3. Розробка національних та регіональних стратегій розвитку подієвого туризму.

4. Членство країни у регіональних та міжнародних організаціях зі сфери івент-індустрії та фестивального руху.

5. Активна промоція фестивальних подій за допомогою сучасних телевізійних (наприклад, запис/зйомка та розповсюдження відповідних аудіо-

та відео-матеріалів) та маркетингових технологій (наприклад, реклама в соціальних мережах та інтернет-реклама).

2.2. Географія фестивалів світу

Необхідно провести дослідження географії фестивалів у світі, оскільки офіційна статистика у галузі фестивального туризму досить обмежена, і визначити найпопулярніші фестивалі світу за типами, використовуючи показники відвідуваності або прибутковості. Це дозволить визначити країни-лідери у сфері фестивального туризму і подальше дослідження сучасних тенденцій у фестивальному русі.

Аналіз найпопулярніших фестивалів світу здійснено за класифікацією фестивалів, викладеною у загальноприйнятій класифікації від Грицку-Андрієша Ю.П. та Бучко Ж. І.: музичні, фольклорні, релігійні, гастрономічні, спортивні та фестивалі сучасних субкультур.

Музичні фестивалі, як правило, приносять мільйони доларів доходу та привертають велику кількість шанувальників. Цей тип фестивалів, як особливе явище культури та мистецтва, вирізняється унікальною творчою атмосферою та спрямований на привернення найкращих артистів та музикантів [33, с. 114].

Головною метою таких фестивалів є популяризація національного та міжнародного музичного продукту різних жанрів, розширення культурного життя міста і країни, а також створення платформи для взаємодії між виконавцями та аудиторією.

Найбільш прибутковим фестивалем у світі у 2019 році був "Outside Lands Music & Arts Festival" з прибутком у 29,6 млн. доларів США. До трійки лідерів також увійшли фестивалі "Life is Beautiful" та "Lollapalooza Brazil" з відповідними прибутками у 17,7 та 14,4 млн. доларів США.

Важливо відзначити, що фестиваль "Coachella", один з найпопулярніших у світі, починаючи з 2017 року не публікує офіційних

даних про продаж квитків та прибуток, але за повідомленнями, у 2019 році він заробив близько 114,6 мільйонів доларів США.

Також спостерігається зростаюча тенденція організації фестивалів сучасної музики відомими виконавцями з метою підтримки їх музичних альбомів. Нові фестивалі представлені різними артистами різних музичних жанрів, такими як "Umphrey", "McGee's Woodlands Fall Festival", "HER's Lights On Festival", "Porter Robinson's Second Music Festival" та "The Cure's Pasadena Dream Festival".

Фестивалі класичної музики характеризуються камерною музикою та обмеженою кількістю учасників з різних країн світу. Окрім концертів, вони включають у себе освітні, культурні, розвивальні та соціальні заходи, такі як конкурси, майстер-класи та зустрічі з музикантами. Аудиторією таких фестивалів, як правило, є старші покоління.

Згідно дослідження MIDiA Research, інтерес до класичної музики зростає, не дивлячись на стереотип її застарілості.

Дослідження найбільш авторитетних фестивалів класичної музики підтверджує популярність оперних фестивалів, які переважно проводяться в країнах Європи, таких як Італія, Німеччина, Австрія та Великобританія. Це пояснюється історією розвитку цього жанру фестивалів, які виникли в Європі та набули популярності у 60-70-х роках XIX століття [18, с. 64].

Місця проведення фестивалів класичної музики різноманітні: це відкриті амфітеатри, концертні зали, оперні театри, палацові комплекси та навіть стадіони.

Загалом, серед всіх музичних фестивалів варто відзначити десять найбільш масштабних у світі: «Mawazine Festival Rhythms of the World», «Donauiselfest», «Summerfest», «Rock In Rio», «Coachella», «Atlas Weekend», «Sziget», «Pol’and’Rock», «Essense» та «New Orleans Jazz & Heritage Festival».

За результатами нового дослідження 50 найбільших музичних фестивалів у світі, проведеного американською компанією з обміну та перепродажу квитків «StubHub», фестивалі «Amsterdam Dance Event» (ADE),

«New Orleans Jazz & Heritage Festival» та «Glastonbury» є найшвидше розвиваються. Наприклад, фестиваль електронної музики «Amsterdam Dance Event» відзначився ростом відвідування на 23 233%, з 300 учасників у 1995 році до 400 000 у 2018 році. Друге місце у рейтингу займає джазовий фестиваль «New Orleans Jazz & Heritage Festival», відвідування якого зросло на 17 043% з моменту дебюту у 1997 році. На третьому місці - фестиваль сучасної музики «Glastonbury», відвідування якого зросло з 1 500 учасників у 1970 році до 350 000 у 2018 році (+ 8 900%) [46, с. 57].

Кінофестивалі є одними з найвідоміших та найпрестижніших у світі. Зазвичай вони супроводжуються публічним показом фільмів та приїздом їх авторів (продюсерів, режисерів, сценаристів, акторів і т. д.). На більшості кінофестивалів проводяться конкурси, в рамках яких вручаються різноманітні нагороди (гран-прі, призи глядацьких симпатій тощо). У світі існує близько 80 кінофестивалів, але належать до найпопулярніших і престижних ті, які мають акредитацію Міжнародної федерації кінопродюсерів (FIAPF).

Етнофестивалі та фольклорні заходи отримали значну популярність по всьому світу, оскільки вони презентують унікальне фольклорне доробку, побут та традиції, культурні цінності, духовну й матеріальну спадщину народу або етнічної групи. Ці заходи створюють сприятливу атмосферу для міжособистісного спілкування, самоідентифікації та передачі культурної спадщини молодому поколінню. Вони відіграють важливу роль у розвитку етнокультурного та естетичного розуміння, дозволяючи людям насолоджуватися мистецтвом та культурою.

Історичний огляд світового фольклорно-фестивального руху показує, що він пройшов складний шлях трансформацій, переходячи від однокультурних заходів до більш різноманітних та мультикультурних заходів з різноманітними програмами. Сучасний стан цього руху характеризується піднесенням фольклорних фестивалів, особливо в країнах СНД, Європи, Америки та Азії, де спостерігається широке розмаїття культур

та етносів. За даними, щороку у світі проводиться близько 500 фольклорних фестивалів у понад 100 країнах.

На тлі цього контексту виокремлюються відомі етнофестивалі Азії, такі як "Холі" та "Дівалі" в Індії, "Ханамі" в Японії, фестивалі Йе Пен і Лой Крато в Таїланді, фестиваль дервішів в Туреччині, фестиваль льоду і снігу в Харбіні та інші. У Європі також проводиться багато фольклорних заходів різної тематики, таких як "Хогманай" в Шотландії, фестиваль "Widecombe Fair" в Англії, "Крампуснахт" в Австрії та Німеччині, і багато інших.

Також відзначається, що релігійні фестивалі мають велику кількість шанувальників з усього світу, вони відбуваються відповідно до календарів різних релігій (григоріанський або місячний).

Також важливо відзначити, що релігійні свята часто відзначаються одночасно в багатьох країнах світу, що призводить до великого розмаїття дестинацій, залежно від конкретної релігії. Це ускладнює оцінку кількості учасників цих заходів [13, с. 84].

Гастрономічні фестивалі, подібно до фольклорних, мають значну привабливість. Вони збирають тисячі туристів, які бажають насолодитися кулінарними шедеврами та дізнатися секрети приготування страв. Високопрофесійні кухарі вважають за велику честь брати участь у таких подіях і представляти свої творіння перед гостями.

На гастрономічних фестивалях туристи пробують страви з місцевих продуктів, ознайомлюються з регіональною кухнею та традиціями споживання їжі.

Найбільші гастрономічні фестивалі представлені в Європі, Америці та Азії. Наприклад, "Октоберфест", який у 2019 році відвідало рекордних 6,3 мільйона туристів. Однак є і менш відомі фестивалі, які привертають менше уваги, але забезпечують безпечну атмосферу для учасників. Наприклад, фестиваль "La Tomatina" у Буньйолі, Іспанія, де кількість відвідувачів обмежена до 20 000 осіб.

Спортивні фестивалі також мають велику популярність. Вони характеризуються насиченою спортивною програмою та різноманітними розвагами для глядачів, часто мають конкурсний характер.

Наприклад, фестиваль "Bournemouth 7s" в Борнмуті (Англія) є найбільшим у світі спортивно-музичним фестивалем, на який щорічно збирається 400 команд, які змагаються у різних видах спорту. Протягом 25-27 травня 2019 року фестиваль відвідало 30 000 осіб, щоб взяти участь або спостерігати за спортивними змаганнями та насолодитися музикою.

Популярністю користуються також фестивалі спортивної ходьби, які часто поєднують краєзнавчі екскурсії та пішохідні прогулянки під керівництвом гідів-інструкторів.

Наприклад, фестиваль спортивної ходьби в Хігасімацуямі (Японія) є одним з найбільш відвідуваних у світі, який відвідали більше 100 000 учасників протягом 10-12 травня 2019 року.

Серед спортивних фестивалів також варто згадати велосипедні фестивалі та парусні регати, які відбуваються у різних країнах світу. Наприклад, "Кільський тиждень" у Кілі (Німеччина), велофестивалі у Седоні та "Sea Otter Classic" (США), "iXS Dirt Masters" (Німеччина), "TweedLove" (Шотландія), "Crankworx" (Нова Зеландія та Австрія) [19, с. 42].

Нещодавно значну популярність набувають фестивалі субкультур, які швидко розвиваються та розмаїтіють. Серед них можна виділити фестивалі готів, фестивалі веганів, фестивалі вуличної культури, фестивалі коміксів та інші.

Фестиваль "Donauinselfest", що проходив на Дунайському острові у Відні з 26 по 28 червня 2015 року, визнано наймасштабнішим усіх часів за кількістю відвідувачів. Триденну подію відвідало рекордні 3,3 мільйона людей, і цей рекорд зафіксовано у Книзі Рекордів Гіннеса як найбільшу відвідуваність музичного фестивалю в одному місці [33]. Географічне дослідження фестивалів світу підтвердило різноманітність фестивальних подій у світі, їх стрімкий розвиток і високу популярність серед туристів різних типів фестивалів.

2.3. Світові тенденції розвитку фестивального руху

Для подальшого визначення стратегічних напрямків розвитку фестивального туризму у всьому світі, крім географічного розташування фестивалів, необхідно врахувати сучасні тенденції розвитку фестивального руху. Це дозволить проаналізувати особливості організації фестивалів, від яких напряму залежить якість проведення цих подій - важливого елементу туристичного продукту фестивального туризму, а саме - фестивального туру.

З урахуванням активного розвитку фестивалів у всьому світі, широке застосування отримують різноманітні маркетингові технології для просування цих подій. Один із найбільш перспективних методів просування фестивальних турів в сучасному світі - це цифровий маркетинг, який застосовує цифрові канали та методи для спрямованої взаємодії з цільовими сегментами ринку як у віртуальному, так і у реальному середовищах [36, с. 64].

Згідно з дослідженням Eventbride, практично половина (46%) відвідувачів фестивалів дізналися про захід через соціальні мережі. Тому маркетологи успішних фестивалів активно використовують платформи соціальних медіа, такі як Facebook, Twitter, Instagram та Spotify для просування своїх подій, взаємодії з аудиторією та інформування про подію.

Іншою важливою тенденцією у сфері фестивального туризму є індивідуальний підхід до продажу послуг. Багато фестивалів сегментують свою аудиторію, пропонуючи різні пакети квитків, включаючи VIP та абонементи, що приносять значну частку доходу.

Залучення мілленіалів, які шукають унікальний досвід та активно діляться ним у соцмережах, також відіграє важливу роль у стратегії фестивального туризму.

За допомогою індивідуальних RFID-браслетів з радіочастотною ідентифікацією, відвідувачі можуть швидко пройти на територію фестивалю як впродовж одного дня, так і протягом наступних днів проведення заходу.

Також вони можуть використовувати ці браслети для здійснення оплати за придбані товари та отримані послуги на території фестивалю [32, с.11]. Зібрані дані за допомогою цих браслетів дозволяють організаторам швидко отримувати інформацію про загальний дохід та відстежувати найпопулярніші товари та послуги, які були придбані на фестивалі.

Сьогодні мобільний додаток для фестивалів є невід'ємною частиною організації заходу. З його допомогою кожен користувач отримує важливу інформацію щодо організації фестивалю, як анонси, так і важливі повідомлення протягом події.

Для залучення більшої аудиторії, багато фестивалів використовують прямі трансляції, технології віртуальної реальності (VR) та відео у форматі "360 °" з дрона.

Наприклад, 30% глядачів, які переглядали пряму трансляцію фестивалю, потім відвідують подію особисто [15]. Наприклад, організатори "Coachella" надають безкоштовну VR-версію додатку "Google Cardboard", щоб покупці квитків на фестиваль могли переглядати ексклюзивні виступи до, під час та після самого фестивалю.

Сьогодні організатори активно використовують технологію штучного інтелекту у вигляді чат-ботів, які оперативно відповідають на основні запитання відвідувачів через мобільний додаток або платформи, такі як Facebook Messenger. Наприклад, музичний фестиваль "Sound on Sound Fest" (США) створив плагін обслуговування клієнтів через Facebook Messenger, щоб відповідати на найпоширеніші запитання клієнтів.

Також варто відзначити тренд у форматі проведення фестивалів у серійному виконанні. Наприклад, фестиваль "Lollapalooza", базуючись у Чикаго, проводиться протягом року у декількох країнах світу: США, Бразилія, Аргентина, Чилі, Франція, Німеччина та Швеція; фестиваль "Tomorrowland" - у Бельгії, Бразилії та США; а "Vans Warped Tour" - у США та Канаді [31; 32; 74]. Такий формат сприяє популяризації заходу на міжнародному рівні та привертає увагу більшої аудиторії.Співпраця зі

спонсорами є невід'ємною частиною успішного проведення фестивалю сьогодення, а також виступає інструментом івент-маркетингу. Тому вибір надійних спонсорів для підтримки фестивалю є надзвичайно важливим [15].

Одним із трендів, що вплинув на розвиток фестивального руху у світі, є волонтерство. Відвідувачі фестивалів бажають відпочити з користю, беручи участь в благодійному аукціоні та пожертвувавши гроші на благодійну мету. Так, відвідувачі фестивалів із високими доходами частіше відвідують захід, який має благодійний та альтруїстичний характер [10].

Аналогічно до попереднього тренду - еко-усвідомленості. З урахуванням негативних наслідків фестивалів, впровадження сучасних рішень та заходів, спрямованих на зменшення впливу на навколишнє середовище, стає критично необхідним. Такі провідні фестивалі, як "Burning Man" та "Lollapalooza" в США, "Glastonbury", "Green Man Festival" та "Latitude Festival" у Великобританії, розташовують спеціальні баки для сортування сміття, облаштовують станції для підзарядки гаджетів на сонячних батареях або навіть для зарядки електромобілів, а також поширюють відповідні постери та плакати, які закликають берегти природу.

Віртуальні фестивалі відкривають можливість участі в них онлайн з будь-якої точки світу, вимагаючи при цьому активної комунікаційної політики для аудиторії. Цей формат ідеально поєднується з івентмаркетингом та стратегією спонсорства, маючи менший негативний вплив, ніж традиційні події. Віртуальні події можуть привернути більшу аудиторію, ніж традиційні заходи у прямому ефірі.

Гібридні фестивалі комбінують живі та віртуальні аспекти. Деяка кількість відвідувачів та персоналу може бути присутня на місці проведення події, тоді як широка аудиторія долучається онлайн.

Ці тенденції у світі фестивального руху допоможуть визначити стратегічні напрямки розвитку фестивального туризму в Україні для досягнення міжнародного рівня.

РОЗДІЛ 3

ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Сучасні тенденції розвитку фестивального туризму в Україні

Україна відзначає початок розвитку фестивального туризму ще з 90-х років XX століття. Сучасною реалізацією цього стану справ є широкий спектр культурно-пізнавальних подій, які включають в себе відвідини національних та міжнародних ярмарків, виставок, спортивних змагань, в тому числі й усесвітніх олімпіад. Популярність фестивального туризму в Україні продовжує зростати, визначаючи чіткі тенденції у розвитку.

За останні п'ять років спостерігаються значні зміни у кількості проведених фестивалів, кількості відвідувачів найбільш популярних заходів та визначається сезонність фестивального руху по всій країні. Незважаючи на відсутність деяких даних, що стосуються фестивального руху у різних регіонах України, можна з упевненістю вказати на найпопулярніші фестивалі країни за їх тематикою [38, с. 62].

Фестивальний рух в Україні, який розпочався у 2016 році, продовжує активно розвиватися. Серед найвизначніших фольклорних подій, які відбуваються на території країни, можна відзначити такі фестивалі, як «Поліське літо з фольклором», «Калинове літо на Дніпрі», «Етновир», а також міжнародний фольклорний молодіжний фестиваль традиційної культури «Древлянські джерела» та інші.

У сфері етнофестивалів України вирізняються деякі найбільш масові та відомі події, які включають Всесвітні бойківські фестини «З чистих джерел», «Бойківську ватру», «Бойківську Дрогобиччину», «Карпатію», «Я люблю Карпати», «Дзвони Лемківщини», «Підкамінь», «Львів – столицю ремесел», «Карпатський вернісаж» та інші.

Окрім того, значну увагу заслуговують фестивалі історичної реконструкції, які відтворюють окремі історичні події та періоди, комбінуючи історичні реконструкції з етнокультурними та спортивними заходами. Серед найвідоміших із них можна виділити фестиваль української середньовічної культури «ТуСтань!», фестиваль середньовічної культури «Львів стародавній», фестивалі – історичні реконструкції епохи Київської Русі, міжнародний лицарський турнір «Білгородська фортеця», фестиваль військово-історичної реконструкції «Terra Heroika», міжнародний історико-мистецький фестиваль «Генуезький шолом» та інші.

Також значимою частиною туристичної привабливості є етнофестивалі сатири та гумору, які включають фольклорно-етнографічний фестиваль «Захарецький Гарчик», міжнародний фестиваль українського гумору «Карпатський словоблуд» та інші.

Фестивальний туризм в Україні також охоплює релігійні свята, які відзначають традиційні релігійно-обрядові події українського календаря, такі як "Великдень у Космачі", "Маланка фест", "Дзвони Покрови", "Ой, радуйся земле", "Велика коляда", "Спалах Різдвяної звізди", "Фестиваль вертепів", "Велика Гаївка", "Святий Миколай дарує свято" та інші.

Також великий інтерес у туристів викликають гастрономічні фестивалі, де особливим привабливим елементом є презентація національної кухні та можливість дегустації різноманітних страв та напоїв. До таких фестивалів належать "Борщ'їв", фестиваль дерунів, фестиваль кави, фестиваль меду, свято "Бойківського меду", фестиваль чаю, "Гуцульська бринза", "Верховинське сало", "Гуцульська ріпа", "Свято пампуха", "Берлибанський банош", "Червене вино", винний фестиваль, фестиваль шоколаду та інші [6, с. 108].

Особливу популярність в Україні набувають музичні фестивалі різних жанрів, включаючи сучасну музику, класичну музику, рок та електронну музику. Фестивалі сучасної музики, такі як "Atlas Weekend" та "Upark", рок-фестивалі "Тарас Бульба" та "Бандерштат", а також фестивалі електронної

музики, наприклад "Білі ночі" та "Ostrov", дуже популярні серед українців. Найбільш масштабним серед них є фестиваль сучасної музики "Atlas Weekend", який у 2019 році відвідало рекордні 538 000 осіб.

Фестивалі класичної музики також мають значний відгук у громадськості. До них належать "Odessa Classics" та "LvivMozArt", а також джазові фестивалі "Leopilis Jazz Fest" та "Koktebel Jazz Festival".

У сфері кінофестивалів міжнародне визнання здобули такі заходи, як "Молодість" у Києві, "Docudaus UA" у Києві, "Фестиваль 86" у Славутичі, "WizArt" у Львові, "KISFF" у Києві, Одеський міжнародний кінофестиваль та інші [22, с. 64].

Щодо сезонності фестивального руху, бачимо, що більшість фестивалів проводиться в теплі місяці року, з квітня по вересень, тоді як у холодні місяці, з листопада по березень, кількість фестивалів значно зменшується.

Також спостерігається тенденція до організації фестивалів у різних локаціях країни. Наприклад, фестиваль документального кіно про права людини "Docudays UA" проводиться у 32 містах України, а фестиваль дитячого та підліткового кіно "Чілдрен Кінофест" охоплює понад 20 міст.

Серед інновацій у фестивальній сфері України помітний тренд на екологічну свідомість. За фінансовим звітом станції для сортування сміття "Україна без сміття" (УБС) за 2019 рік, її волонтери взаємодіяли з більш ніж 15 подіями, присвяченими сортуванню відходів, включаючи такі фестивалі як "Кураж Базар", "Comic Con Ukraine", "WineFest" та інші. Діяльність суб'єктів туристичної галузі також відображає розвиток фестивального туризму в Україні. Кількість туроператорів, які пропонують фестивальні або комбіновані тури по Україні, досить обмежена. Попит на ці тури серед українського населення є майже незначним через високий рівень мобільності та самостійності місцевих туристів. Серед таких туроператорів можна відзначити Kraina.UA, Svitlana Travel Company, ВідВідай, АккордТур, Ukrainian Tour, Ястріб-Тур, Wonders & Holidays, ТамТур, EtnoTour, Алітас-

Тур, Афіша UA, та Anga Travel. Загалом, фестивальний рух в Україні знаходиться в стані бурхливого розвитку на сьогоднішній день.

3.2. Проблеми розвитку фестивального туризму в Україні

Державна стратегія України у сфері фестивального туризму та фестивальної активності загалом фактично неіснує. У законодавстві України, зокрема у Законі "Про Туризм", подієвий туризм не має окремого визнання, і терміни "фестивальний туризм" та всі аспекти, пов'язані з ним, не згадуються взагалі.

Ситуація з фестивальною діяльністю подібна. Згідно з Законом "Про підприємницьку діяльність", відсутня загальна ідентифікація та визначеність фестивальної діяльності як економічної або підприємницької сфери на законодавчому рівні.

Недолік у зборі статистичних даних є серйозною проблемою, що ускладнює дослідження фестивального руху та гальмує його розвиток. Державна служба статистики України надає лише обмежену інформацію про концертну діяльність та виставкові заходи [29, с. 47].

Брак статистичних даних також характерний з боку організаторів фестивалів. Існуюча інформація не дозволяє адекватно проаналізувати кількість фестивалів у різних областях України та їх відвідувачів через недостатню систематизацію та оновлення даних.

Більш детальну та змістовну інформацію надають переважно друковані та інтернет-джерела, такі як аналітичні статті про фестивалі в Україні, інтерв'ю з організаторами та журналістські розслідування, що стосуються фестивалів.

Більшість організаторів фестивалів в Україні не ведуть систематичного збору статистичних даних. Також варто відзначити, що подієвому туризму приділяється недостатньо уваги як на державному рівні в стратегії розвитку туризму, так і на рівні регіональних та місцевих органів. У свою чергу,

Україна не має жодної організації чи асоціації, присвяченої подієвому та, зокрема, фестивальному туризму.

Відповідними проблемами у проведенні маркетингових досліджень ринку туристичних послуг, зокрема й ринку фестивального туризму в Україні, є наступні аспекти:

1. Виявлення поведінки споживачів: незгода споживачів на втручання у їхнє особисте життя під час досліджень, що може призвести до відмови участі або спричинити суб’єктивність думок, ускладнюючи отримання достовірних результатів.

2. Етичні аспекти: забезпечення об'єктивності, відсутність фальсифікації даних, повна надання інформації, правильна інтерпретація результатів, збереження конфіденційності і загрози суспільній безпеці від реклами недоброякісних товарів.

3. Недостатня активність суб’єктів туристичної галузі в маркетингових дослідженнях: рідкість, нерегулярність і недостатнє охоплення турагентствами, а також ігнорування туроператорами.

4. Низький професійний рівень маркетингових фахівців: можливі випадки шахрайства, неточності досліджень та недостатня експертиза.

5. Використання методів досліджень: обмежена застосовність складних та витратних методів.

6. Відсутність стандартизації та науково-практичної єдності в маркетингових дослідженнях: неоднозначність визначення економічних показників [30, с. 74].

7. Наявність "замовлених досліджень", що спотворюють ринкову ситуацію.

8. Використання різних методик оцінювання даних, що може призвести до спотворення ринкової ситуації або неправильного розуміння її стану.

Прикладами недоліків можна вважати програми фестивалів «Atlas Weekend», «BeLive» та «UPark», де спостерігалися затримки, черги, невдале

розташування інфраструктури та випадки харчових отруєнь відвідувачів після візиту на фудкорти.

У зв'язку з недоліками у навчальних програмах, призначених для підготовки фахівців у галузі івент-менеджменту, виникає дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері фестивалів, що є серйозним проблемним питанням. Сучасні фестивалі потребують високопрофесійних організаторів та команд з досвідом у проведенні таких заходів. Зараз організаторами фестивалів часто виступають амбіційні аматори без відповідної підготовки, а також студенти та волонтери.

На жаль, низький рівень організації та проведення фестивалів часто впливає на загальне враження від події та її престиж. Процес підготовки і проведення фестивалю - це складний та тривалий процес, під час якого необхідно дотримуватися певних кроків та завдань. Неточності та безсистемність під час цього процесу можуть призвести до проблем у його організації та проведенні.

Серед типових проблем організаторів фестивалів можна виділити (рис. 3.1)

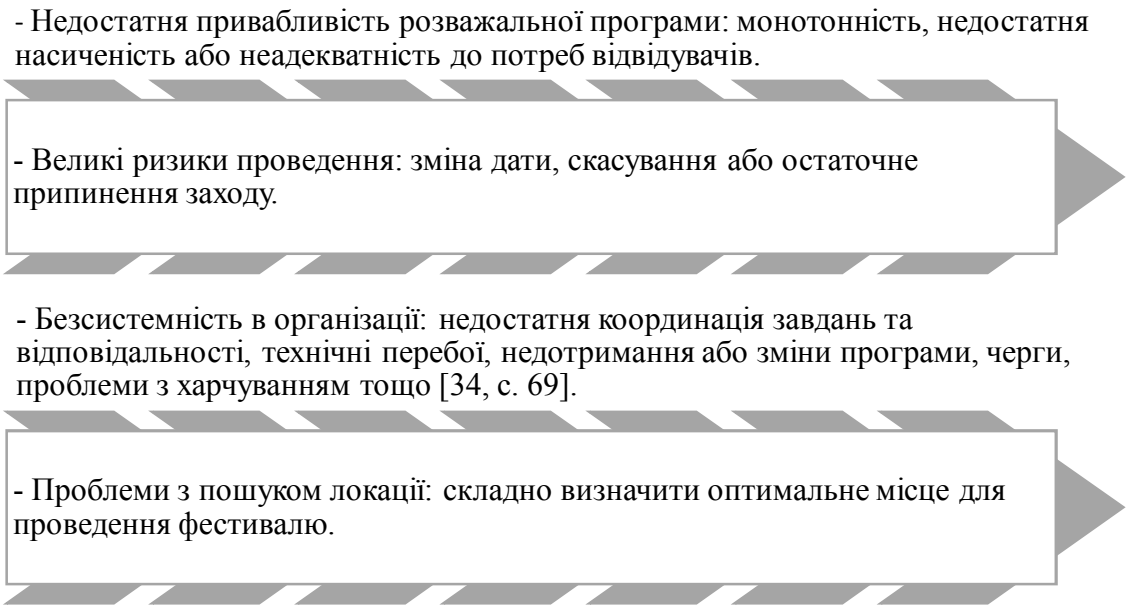

Рис.3.1 Типові проблеми організаторів фестивалів

Менталітет українського населення становить один із факторів, які ускладнюють розвиток фестивального руху. Це пояснюється тим, що українці частіше схильні відвідувати заходи з меншою якістю, але безкоштовні, ніж платні події. Відомий ведучий фестивалів, М’яч ДредБол, відзначив, що для українців платити за мистецтво є чимось незвичним, навіть "диким". Це свідчить про те, що культура відвідування платних фестивалів в Україні тільки починає формуватися, а безкоштовні заходи зустрічаються з більшим інтересом серед місцевого населення. Наприклад, цю тенденцію підтверджує значна різниця в кількості відвідувачів першого дня фестивалю "Atlas Weekend" з безкоштовним входом - 152 тисячі осіб, порівняно зі 530 тисячами відвідувачів за всі шість днів фестивалю у 2019 році.

Також, відсутність або недостатність фінансування з місцевого рівня часто призводить до перенесення або скасування запланованих фестивалів. Зазвичай організатори шукають спонсорів та подають заявки на гранти для фінансування фестивалів, оскільки державна підтримка може бути або недостатньою, або зовсім відсутньою. Наприклад, у 2019 році фестиваль писанок на Софійській площі у Києві був скасований через проблеми з фінансуванням.

На сьогоднішній день інфраструктура багатьох регіонів України є недостатньою для проведення фестивалів. Не вистачає технічної потужності, зручних закладів розміщення та відповідних територій для фестивалів. Наприклад:

- недостатня потужність електромережі та відповідне обладнання;

- недостатність готелів та гостьових будинків з відповідним сервісом та ціною;

- несприятливі умови для фестивалю на обраній території, включаючи транспортну доступність, парковку та зони для кемпінгу.

Ще однією проблемою є нерівномірний розподіл фестивалів по території України: багато з них зосереджені в областях Західної України, тоді як в областях Центральної та Східної України їх проводиться значно менше.

У деяких областях може не бути жодного фестивалю, тоді як у інших може відбуватися кілька одночасно [39, с. 37].

Також існує певна однотипність фестивалів за тематикою: найпоширеніші серед них - фольклорні (фестивалі історичної реконструкції, фестивалі народних ремесел і промислів, фестивалі традиційної культури тощо) та музичні (сучасної та класичної музики).

3.3. Перспективні напрями розвитку фестивального туризму в країні

На основі аналізу проблем виділяємо стратегічні напрямки розвитку фестивального туризму в Україні як на рівні інституційної підтримки, так і на рівні організаторів фестивалів та суб'єктів туристичної діяльності.

Щодо інституційної підтримки, необхідно внести зміни до Закону України «Про туризм», щоб відобразити подієвий туризм і зокрема фестивальний туризм, а також до Закону України «Про підприємництво», щоб визначити фестивальну діяльність як економічну та підприємницьку.

Актуальним залишається питання створення асоціації фестивалів в Україні, що є важливим для підтримки авторитетних українських фестивалів, які відіграли ключову роль у національній історії, але зараз знаходяться під загрозою. Створення власної асоціації надасть можливість українським фестивалям стати повноправними членами EFFE та вийти на міжнародний ринок.

Національна асоціація матиме змогу підтримувати як молоді, так і відомі фестивалі, а також направляти зібрані кошти до міських бюджетів, уникнувши корупційних схем, що сприятиме розвитку фестивального руху в Україні та підвищить його міжнародну привабливість.

Підтримка існуючих фестивалів також є важливою. Влада повинна створити умови для залучення інвестицій у фестивальний рух і фестивальний

туризм, щоб підвищити рівень інфраструктури та задовольнити потреби українських та іноземних туристів [42, с. 94].

Також необхідна тісна співпраця державних та приватних секторів супутніх галузей, зокрема, використання зарубіжного досвіду ведення державної політики у сфері івентіндустрії.

Участь України в регіональних та міжнародних івент-індустріальних та фестивальних організаціях буде сприяти розвитку фестивального туризму в країні. Серед таких організацій можна виокремити Європейську асоціацію фестивалів, Міжнародну асоціацію фестивалів та подій, Європейську Асоціацію фольклорних фестивалів, Міжнародну раду організацій фольклорних фестивалів та народного мистецтва, і Асоціацію організаторів фестивалів. Потрібно регулярно складати детальний календар подій в різних регіонах та містах України. Рекомендується поліпшити та продовжувати використовувати календарі, розроблені місцевими та обласними туристично-інформаційними центрами. Хорошим прикладом є календар подій Чернігівської області, який доступний на веб-сайті Туристично-інформаційного центру Чернігівської області як окрема секція. У цьому календарі події впорядковані за місяцями, зазначені дати, місця проведення, програми та контактні номери [7]. На основі подібних календарів міст та областей слід також створювати окремий фестивальний календар, як, наприклад, календар фестивалів "Фестивальна Івано-Франківщина" чи "Пофестивалімо на Полтавщині", з докладним описом фестивалів областей [9; 10]. Важливо надавати організаторам фестивалів можливість надавати статистичну інформацію щодо організації та проведення різноманітних фестивалів. Можна використовувати принцип надання статистичних даних від суб'єктів туристичної діяльності. Це дозволить виокремити додаткові тенденції у фестивальному русі. Також важливо забезпечити фінансову підтримку для організації фестивалів та, за можливості, збільшувати її. Разом з цим слід забезпечувати відповідні локації для проведення фестивалів або допомагати у їх пошуку. Організаторам фестивалів рекомендується

проводити свої заходи у ті місяці року, коли їх кількість є невеликою або взагалі відсутньою: з листопада по березень. Крім того, їм слід створювати більш спеціалізовані фестивалі, що відповідають інтересам потенційних відвідувачів, з урахуванням світових тенденцій. Наприклад, можна організовувати фестивалі сучасних субкультур, професійні фестивалі та спеціалізовані гастрономічні фестивалі (присвячені певній страві, напою або кухні країни).

Організаторів фестивалів слід мотивувати на проведення за межами обласних центрів України або на запровадження нового формату проведення фестивалів, такого як серійні заходи. Зокрема, суб'єктів туристичної діяльності треба підтримувати у розробці турів, спрямованих на відвідування фестивалів у різних регіонах та областях країни. Це сприятиме розвитку інфраструктури областей України, розширенню географії фестивального туризму та підтримці подальшого росту внутрішнього та зовнішнього туризму у країні.

Дуже важливо проводити соціологічні опитування серед місцевого населення та туристів з питань організації та проведення фестивалів. Ці дані будуть важливою інформаційною основою для подальших досліджень потенційних відвідувачів фестивалів. Можна використовувати інтерв'ю або анкетування для здійснення загального опитування туристів, включаючи питання щодо фестивалів, або безпосередньо запитувати відвідувачів під час самого фестивалю або за допомогою електронних форм зв'язку.

Щодо кадрових ресурсів у галузі фестивального туризму, важливо забезпечити підготовку фахівців з організації фестивального туризму та івент-менеджменту, додавши відповідні предмети до навчальних планів. Наприклад, можна ввести курс "Подієвий туризм" для майбутніх фахівців у сфері туризму та створити спеціальність "Івент-менеджер" або напрям підготовки з івент-менеджменту [45, с. 81].

Фестивальний туризм має бути привабливим для суб'єктів туристичної діяльності. Тому важливо стимулювати туристичні компанії розробляти

різноманітні фестивальні тури по всій території України протягом всього року, особливо в періоди, коли туристичний сезон не найбільш активний. Це сприятиме створенню цілорічного фестивального туризму в Україні.

Туристичні оператори повинні постійно вдосконалювати маркетингові стратегії з вивчення попиту на фестивальні тури. Під час маркетингових досліджень важливо враховувати специфіку фестивальних турів, використовуючи комплексний підхід за моделлю "7P" маркетингу, що включає такі аспекти, як продукт, планування, місце, люди, ціни, просування та процес.

Враховуючи особливі характеристики подієвих турів, які були описані раніше як складові їх маркетингового комплексу, учасники туристичної галузі матимуть необхідну базу для проведення ефективних маркетингових досліджень. Це дозволить більш точно визначити сегмент потенційних покупців фестивальних турів. Представлені стратегічні напрями розвитку фестивального туризму в Україні зменшать або навіть усунуть негативний вплив певних чинників на його розвиток. Через комплексне впровадження цих заходів фестивальний туризм зможе стати одним із найпопулярніших видів туризму в країні.

ВИСНОВКИ

Фестивальний туризм - це тимчасовий виїзд з місця постійного проживання з метою ознайомлення з досягненнями певного виду мистецтва (музики, театру, естради, цирку, кіно) та участі у масштабному святковому заході (святкуванні). Як вид подієвого туризму, фестивальний туризм тісно пов'язаний з іншими видами туризму і має унікальні характеристики. До них відносяться тип фестивалю, розмір заходу, пора року і тривалість заходу. Типологія фестивалів використовується для класифікації фестивальних турів і навпаки.

Країнами-лідерами у розвитку подієвого сектору, в тому числі подієвого туризму, є: Австралія, Канада, Данія, Естонія, Ірландія, Нова Зеландія, Ірландія та Сполучене Королівство. Ці країни виділяють значні ресурси на розвиток подієвого туризму з метою підвищення своєї привабливості та конкурентоспроможності на міжнародному туристичному ринку. Привертає увагу і фестивальний туризм, один з основних видів подієвого туризму.

Аналізуючи національні політики у сфері подієвого туризму, зокрема фестивального, та стратегії їх розвитку в країнах-лідерах світової подієвої індустрії, можна окреслити стратегічні напрями розвитку подієвого сектору, а відтак і становлення фестивального туризму на міжнародному рівні. Нижче наведені деякі з ключових питань, які потребують вирішення:

Тісна співпраця між державним та приватним секторами відповідних галузей;

Функції національних організацій з розвитку івент-індустрії та/або подієвого туризму;

Формування національних та регіональних стратегій розвитку подієвого туризму;

Членство країн у регіональних та міжнародних організаціях у сфері івент-індустрії та фестивального руху.

Активна промоція фестивалів та подій з використанням новітніх телевізійних та маркетингових технологій.

Важливу роль у розвитку подієвого туризму, в тому числі фестивального, у світі відіграють такі міжнародні організації: Європейська фестивальна асоціація, Міжнародна асоціація фестивалів та подій, Європейська асоціація фольклорних фестивалів, Міжнародна рада організацій фольклору та народного мистецтва, Асоціація організаторів фестивалів Асоціація організаторів фестивалів.

Музичні фестивалі мають найбільшу кількість відвідувачів і дуже поширені в усіх регіонах світу. Провідними країнами для проведення фестивалів сучасної музики є США, Австралія, Великобританія та інші європейські країни.

Європа приймає низку "культових" фестивалів, серед яких Роттердам, Канни, Берлін та Венеція.

З іншого боку, фольклорні, релігійні та гастрономічні фестивалі широко проводяться в Європі, на Близькому Сході та в Азії, країнах з історично багатою культурою та різноманітними етнічними і національними традиціями.

Також активно розвиваються спортивні фестивалі та фестивалі сучасних субкультур.

Сучасний світовий фестивальний рух характеризується використанням сучасних маркетингових прийомів, персональним підходом, екологічними міркуваннями, організацією волонтерських заходів, застосуванням нових технологічних рішень, використанням нетрадиційних локацій, активною співпрацею зі спонсорами, туристичними організаціями та компаніями урізноманітнення послуг і продуктів (у тому числі їжі та напоїв), послідовний формат проведення фестивалів, популярність так званої фестивальної моди, адаптація до поточної епідеміологічної ситуації.

До тенденцій розвитку фестивального туризму в Україні можна віднести: яскраво виражену сезонність фестивального руху; відносно

невелику кількість туроператорів, які розробляють і продають фестивальні та "змішані" тури в Україні; сформований незначний попит на фестивальні тури невеликий попит на фестивальні тури; активна виставкова діяльність представництв туристичних інформаційних центрів у містах країни.

Дослідження фестивального руху в Україні виявило низку проблем у розвитку фестивалів, серед яких неповнота статистики та маркетингової діяльності, брак професійних кадрів у сфері фестивального руху, нестача коштів на організацію заходів, відсутність загальноприйнятого єдиного календаря та Було виявлено низку проблем у розвитку фестивалів, серед яких відсутність єдиного календаря, рівномірний та нерівномірний розподіл фестивалів по території країни та неналежна інфраструктура для організації фестивалів.

Виходячи з існуючих проблем, було визначено такі перспективні напрямки розвитку фестивального туризму в Україні:

- Внесення суттєвих змін до "Закону про туризм";
- Створення Національної асоціації фестивалів України;
- Успішна інвестиційна політика у сфері фестивального туризму;
- Тісна співпраця між державним та приватним секторами суміжних галузей;
- Членство в регіональних та міжнародних організаціях у сфері івент-індустрії та фестивального руху в Україні;
- Розробка національного та регіонального календаря подій, у тому числі календаря фестивалів;
- Здійснення статистичної діяльності Національним статистичним управлінням та організаторами фестивалів;
- Забезпечення цілорічного туристичного сезону за рахунок фестивального туризму;
- проведення фестивалів за межами обласних центрів України або запровадження безперервного формату;

- Диверсифікація тематики фестивалів;
- Проведення соціологічних досліджень щодо організації фестивалів серед місцевих жителів та туристів;
- Кадрове забезпечення національної івент-індустрії через акредитацію за відповідними спеціальностями та спеціалізаціями;
- Розробка туроператорами фестивальних турів в усі регіони України та їх реалізація протягом року;
- Удосконалення маркетингових інструментів для просування як фестивалів, так і фестивальних турів;
- Підтримка існуючих фестивалів;
- Активна участь організаторів фестивалів у відповідних туристичних виставках та конференціях - міжнародних, національних, регіональних чи державних.

Таким чином, фестивальний туризм є одним з найперспективніших видів туризму в Україні. Така стратегічна орієнтація дозволить нейтралізувати вплив негативних чинників на розвиток фестивального туризму і незабаром зробить його одним з найпопулярніших видів туризму в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азарова О. М. Роль подієвого туризму в розвитку рекреаційно-туристичного потенціалу регіону / О. М. Азарова // Вісник економічної науки України. – 2015. – № 1. – С. 108-113.

2. Азарова О. М. Фестивальний туризм як фактор розвитку регіонів // - Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. - № 1. - 2015. - С. 12-17.

3. Азарова О. М. Фестивальний туризм: нові тренди та перспективи розвитку // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. - № 3. - 2016. - С. 20-25.

4. Азарова О. М. Фестивальний туризм: теорія та практика // Київ: Київський національний університет культури і мистецтв, 2015. - 240 с.

5. Бабенко О. В. Маркетингові комунікації в управлінні подієвим туризмом / О. В. Бабенко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2016. – № 1. – С. 14-18.

6. Бондаренко О. В. Розвиток подієвого туризму в Україні: сучасний стан та перспективи / О. В. Бондаренко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 5. – С. 114-118.

7. Васьківська О. В. Інноваційні аспекти розвитку подієвого туризму в Україні / О. В. Васьківська // Науковий вісник Національного університету Львівська політехніка. – 2016. – № 807. – С. 249-254.

8. Войтко Л. В. Стратегічні напрями розвитку подієвого туризму в Україні / Л. В. Войтко // Економіка та суспільство. – 2015. – № 11. – С. 61-66.

9. Вплив фестивалів на економіку регіону / автор: О. М. Калашникова. - Економіка та суспільство. - № 4. - 2014. - С. 85-90.

10. Герасименко І. М. Фестивальні тури: інноваційні підходи до організації та проведення / Туризм: теорія та практика. 2015 - № 3- С. 51-56.

11. Гнатюк О. В. Класифікація подій та їх вплив на розвиток подієвого туризму / О. В. Гнатюк // Вісник економічної науки України. – 2014. – № 3. – С.

104-108.

12. Гончарук О. І. Управління подієвим туризмом як фактор розвитку регіонів / О. І. Гончарук // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – № 5. – С. 14-18.

13. Гуменюк О. М. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні / О. М. Гуменюк // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 6. – С. 142-146.

14. Економіка подійного туризму / М. М. Загородня. - К.: Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2015. - 240 с.

15. Економічні аспекти фестивального руху в Україні / О. М. Коник: // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2018. – № 4. – С. 52-57.

16. Євдокименко О. О. Фестивалі як фактор розвитку культурного туризму /Вісник Хмельницького національного університету. - № 5. - 2014. - С. 105-110.

17. Загородня Л. М. Розвиток подієвого туризму як фактор стимулювання інвестиційної діяльності в регіоні / Л. М. Загородня // Науковий вісник Національного університету Львівська політехніка. – 2015. – № 785. – С. 275-280.

18. Івент-менеджмент: теорія та практика / О. О. Бейдик, О. В. Бондаренко, В. В. Євдокименко: Альтерпрес, 2014. - 448 с.

19. Каганова Н. М. Фестивалі як фактор розвитку культурного туризму / Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – № 4. – С. 54-58.

20. Кифяк В. В. Теоретико-методологічні засади розвитку подієвого туризму в Україні / В. В. Кифяк // Економіка та суспільство. – 2014. – № 4. – С. 84-90.

21. Кифяк В. Ф. Вплив фестивального руху на розвиток туризму в Україні / Вісник Національного університету Львівська політехніка. – 2019. – № 864. – С. 120-125.

22. Кифяк В. Ф. Фестивальний рух як фактор розвитку інклюзивного суспільства в Україні // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки та

правознавства. – 2017. – № 3. – С. 24-29.

23. Кісіль О. В. Правове регулювання подієвого туризму в Україні / О. В. Кісіль // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2017. – № 4. – С. 21-25.

24. Коник О. М. Фестивальний рух України в умовах пандемії COVID-19 / // Соціальна психологія. – 2021. – № 4. – С. 3-11.

25. Матвєєв В.В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України / В.В. Матвєєв // Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. — Х., 2015. — № 10, Ч. 4. — С. 29—31.

26. Молодіжні фестивалі як форма соціокультурної комунікації / О. М. Коник: // Соціальна психологія. – 2016. – № 4. – С. 12-20.

27. Організація та проведення фестивалів / автори: І. М. Герасименко, О. О. Євдокименко, О. М. Калашникова. - Київ: Академія, 2014. - 320 с.

28. Роль фестивалів у розвитку туризму / автор: І. М. Герасименко. - Туризм: теорія та практика. - № 2. - 2014. - С. 45-50.

29. Соціокультурні функції фестивального руху в Україні / О. В. Шевченко: // Вісник Національної академії наук України. – 2014. – № 4. – С. 62–68.

30. Субботін, О. О. Тенденції розвитку фестивального руху в Україні / О. О. Субботін // Вісник Національної академії наук України. – 2015. – № 4. – С. 44–51.

31. Сучасний фестивальний рух України: соціокультурний аспект / О. В. Шевченко: Інститут соціології НАН України, 2014. – 240 с.

32. Сучасний фестивальний рух: особливості та перспективи розвитку / О. В. Кириченко // Культура і сучасність. – 2016. – № 1. – С. 114-119.

33. Тенденції розвитку фестивального руху в Україні / О. О. Субботін // Вісник Національної академії наук України. – 2015. – № 4. – С. 44–51.

34. Трансформація фестивального руху України в умовах війни / В. Ф. Кифяк: // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Серія: Соціологія. – 2022. – № 2. – С. 54-60.

35. Туристичний менеджмент подій: теорія та практика / О. В. Бондаренко. - К.: Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2014. - 304 с.

36. Управління подіями: теорія та практика / В. В. Кифяк. - К.: Літера ЛТД, 2016. - 416 с.

37. Фестивалі та культурний туризм / Н. М. Каганова. – Київ: Альтерпрес, 2014. – 240 с.

38. Шевченко О. В. Фестивальний рух України: гендерний аспект // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Соціологія. – 2015. – № 2. – С. 78-83.

39. Шевченко О. В. Фестивальний рух як інструмент культурної дипломатії України // Культурологічні студії: науковий журнал. – 2020. – № 1. – С. 72-78.

40. Якимів Д. І. Перспектива розвитку фестивального туризму // Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених і здобувачів вищої освіти «Проблеми та перспективи розвитку бізнесу в Україні» 1-2 с.