

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ
МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ ІМЕНІ С.З.ГЖИЦЬКОГО
ВІДДІЛ ЗАОЧНОГО НАВЧАННЯ ЦЕНТРУ ПЕРЕПІДГОТОВКИ
ТА ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ
Кафедра туризму, рекреації та краєзнавства

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

СВО БАКАЛАВРА

на тему

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Виконала: здобувачка вищої освіти

4 курсу, групи 42з

спеціальності 242 Туризм

освітньої програми «Туризм»

Чістова Анна Віталіївна

Керівник: _____

(наук. ступінь, вчене звання, ім'я та прізвище)

Рецензент: _____

(ім'я та прізвище)

ЛЬВІВ - 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
Навчально-науковий інститут заочної та післядипломної освіти

Ступінь вищої освіти Бакалавр
Галузь знань 24 Сфера обслуговування

Спеціальність 242 Туризм

Освітньо-професійна програма «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри туризму

(підпис)

“ ” _____ 202_ року_

З А В Д А Н Н Я
на кваліфікаційну роботу здобувачці вищої освіти
Чістова Анна Віталіївна

1. Тема роботи «Сучасний стан та перспективи розвитку фестивального туризму в Україні»

Керівник роботи

Затверджена наказом ЛНУП від «31» жовтня 2024 р. №778/к-с.

2. Строк подання здобувачем роботи 16 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи: Закони України та Постанови Кабінету Міністрів України, дані Державної служби статистики України, наукові праці вітчизняних та зарубіжних науковців, Інтернет ресурси та інші інформаційні дані

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

Розділ 1. теоретико-методичні аспекти діяльності фестивального туризму

1.1. Основні поняття, сутність та класифікація фестивального туризму

1.2. Основні тенденції розвитку фестивального туризму у світі

1.3. Методи наукових досліджень фестивального туризму

Розділ 2. Аналіз та оцінка розвитку фестивального туризму в Україні

2.1. Аналіз діяльності розвитку фестивального туризму в Україні

2.2. Оцінка діяльності та попиту на фестивальний туризм як туристичного продукту серед туристів

2.3. Роль місцевих громад та органів влади у розвитку фестивального туризму

2.4. Стан охорони навколишнього середовища у фестивальному туризмі

Розділ 3. Перспективи та стратегічні напрями розвитку фестивального туризму

3.1. Використання міжнародного досвіду та стратегічні напрями розвитку фестивального туризму в Україні

3.2. Формування маркетингової стратегії просування фестивального туризму в Україні

3.3. Перспективи розвитку та шляхи підвищення інвестиційної привабливості фестивального туризму

Розділ 4. Охорона праці

4.1. Аналіз стану охорони праці і заходи покращення виробничої санітарії і гігієни праці у фестивальному туризмі

4.2. Пожежна безпека

4.3. Інструкція з охорони праці та пожежної безпеки у фестивальному туризмі

5. Перелік графічного матеріалу: рисунки, таблиці, схеми

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Ім'я, прізвище та посада консультанта	Підпис, дата		Відмітка про виконання
		завдання видав	завдання прийняв	
Стан охорони навколишнього середовища				
Охорона праці				

7. Дата видачі завдання «4» листопада 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Відмітка про виконання
	Отримання завдання для написання кваліфікаційної роботи	4.11.2024	
	Розробка плану кваліфікаційної роботи, ознайомлення з літературними джерелами за темою, збір практичних матеріалів	до 18.11.2024	
	Написання вступу і I розділу	до 30.12.2024	
	Написання II розділу	до 17.02.2025	
	Написання III розділу	до 07.04.2025	
	Написання IV розділу і висновків	до 05.05.2025	
	Оформлення кваліфікаційної роботи і подання науковому керівнику для написання відгуку	до 26.05.2025	
	Перевірка тексту кваліфікаційної роботи на унікальність. Скерування на зовнішню рецензію	до 10.06.2025	
	Представлення кваліфікаційної роботи на кафедрі	до 16.06.2025	
	Захист кваліфікаційної роботи перед Екзаменаційною комісією	20.06.2025	

Здобувачка вищої освіти _____ Анна ЧІСТОВА
(підпис)

Керівник кваліфікаційної роботи _____
(підпис)

УДК 338.48-611(477)

Чістова А.В. Сучасний стан та перспективи розвитку фестивального туризму в Україні : кваліфікаційна робота за спеціальністю “Туризм”. Львів ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького, 2025. 75 с. На правах рукопису.

Обсяг роботи становить 69 сторінки, включаючи 2 таблиці, 7 рисунків, 64 джерела.

У кваліфікаційній роботі на тему «Сучасний стан та перспективи розвитку фестивального туризму в Україні» висвітлені теоретико-методичні аспекти розвитку фестивального туризму, досліджено основні поняття, класифікації та тенденції його розвитку у світовому масштабі. Проведено аналіз сучасного стану фестивального туризму в Україні, оцінено попит на туристичний продукт серед споживачів, а також визначено роль місцевих громад та органів влади у формуванні сприятливого середовища для розвитку галузі.

Розглянуто питання охорони навколишнього середовища у контексті фестивального туризму, а також охорони праці, зокрема виробничої санітарії, гігієни та пожежної безпеки. У роботі запропоновані стратегічні напрямки розвитку фестивального туризму в Україні із застосуванням міжнародного досвіду, окреслені маркетингові стратегії просування туристичних фестивалів та шляхи підвищення інвестиційної привабливості галузі.

Подані рекомендації щодо удосконалення організаційних та управлінських процесів у фестивальному туризмі, спрямовані на посилення конкурентних позицій українських туристичних регіонів.

АНОТАЦІЯ

Магістерська робота присвячена аналізу теоретико-методичних засад діяльності фестивального туризму, вивченню тенденцій його розвитку в Україні та світі, а також оцінці сучасного стану цього виду туризму в контексті його впливу на соціально-економічний розвиток регіонів. У роботі розглянуто основні поняття та класифікацію фестивального туризму, визначено його місце у туристичній галузі, охарактеризовано методи наукового дослідження даного напрямку. Особливу увагу приділено аналізу українських фестивалів, ролі місцевих громад та органів влади, екологічним аспектам проведення фестивалів. Четвертий розділ роботи присвячено питанням охорони праці у сфері фестивального туризму.

У роботі викладено перспективні напрямки розвитку фестивального туризму, використання міжнародного досвіду та формування ефективної маркетингової стратегії просування фестивального продукту.

Ключові слова: фестивальний туризм, туризм в Україні, туристичний продукт, події, стратегія розвитку, місцеві громади, охорона праці, маркетинг.

ABSTRACT

The master's thesis is devoted to the analysis of theoretical and methodological aspects of festival tourism, the study of trends in its development in Ukraine and worldwide, as well as the assessment of its current state and its impact on the socio-economic development of regions. The work considers the key concepts and classification of festival tourism, defines its place in the tourism sector, and outlines research methods used in this field. Special attention is paid to the analysis of Ukrainian festivals, the role of local communities and authorities, and the environmental aspects of festival organization. The fourth chapter focuses on labor protection issues in the field of festival tourism.

The thesis also outlines promising directions for the development of festival tourism, highlights international experience, and proposes an effective marketing strategy for promoting festival tourism products.

Keywords: festival tourism, tourism in Ukraine, tourist product, events, development strategy, local communities, labor protection, marketing.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ.....	9
1.1. Основні поняття, сутність та класифікація фестивального туризму.....	9
1.2. Основні тенденції розвитку фестивального туризму у світі.....	13
1.3. Методи наукових досліджень фестивального туризму.....	20
Розділ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	29
2.1. Аналіз діяльності розвитку фестивального туризму в Україні.....	29
2.2. Оцінка діяльності та попиту на фестивальний туризм як туристичного продукту серед туристів	34
2.3. Роль місцевих громад та органів влади у розвитку фестивального туризму.....	38
2.4. Стан охорони навколишнього середовища у фестивальному туризмі.....	41
Розділ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ.....	45
3.1. Використання міжнародного досвіду та стратегічні напрямки розвитку фестивального туризму в Україні	45
3.2. Формування маркетингової стратегії просування фестивального туризму в Україні.....	47
3.3. Перспективи розвитку та шляхи підвищення інвестиційної привабливості фестивального туризму.....	50
Розділ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ	54
4.1. Аналіз стану охорони праці і заходи покращення виробничої санітарії і гігієни праці у фестивальному туризмі	54
4.2. Пожежна безпека.....	57
4.3. Інструкція з охорони праці та пожежної безпеки у фестивальному туризмі.....	60
ВИСНОВКИ.....	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах розвитку туристичної галузі особливого значення набуває подієвий туризм, зокрема його один з найяскравіших різновидів – фестивальний туризм. Він поєднує в собі культурну, розважальну, економічну та соціальну складові, сприяє збереженню національної ідентичності та формуванню позитивного іміджу країни. Завдяки своїй емоційній насиченості, різноманіттю подій і локалізації, фестивальний туризм здатен залучати широкі верстви населення як з України, так і з-за кордону, що робить його важливим інструментом у розвитку регіонів.

Особливо важливим стає врахування міжнародного досвіду, екологічного аспекту та взаємодії місцевих громад у забезпеченні сталого розвитку фестивального туризму.

На тлі загального зростання інтересу до культурних подій, фестивалі стають каталізатором туристичних потоків, стимулюючи інфраструктурний розвиток, активізуючи роботу малого і середнього бізнесу, а також посилюючи соціальну згуртованість громад. Зважаючи на багатий культурний потенціал України, її етнічне розмаїття та історичну спадщину, фестивальний туризм має значний невикористаний потенціал, реалізація якого потребує системного підходу, підтримки з боку держави та ефективного маркетингового просування.

Об'єкт дослідження – фестивальний туризм як складова подієвого туризму.

Предмет дослідження – механізми розвитку, просування та вдосконалення фестивального туризму в Україні.

Мета даної роботи – дослідити сучасний стан, особливості функціонування, проблеми та перспективи розвитку фестивального туризму в Україні як туристичного продукту.

Для досягнення цієї мети були поставлені такі завдання:

1. Визначити основні поняття, суть і класифікацію фестивального туризму;
2. Проаналізувати сучасні тенденції розвитку фестивального туризму у світі;
3. Охарактеризувати стан і виявити основні проблеми розвитку фестивального туризму в Україні;
4. Оцінити попит на фестивальний туризм серед українських і іноземних туристів;
5. Дослідити роль місцевих громад та органів влади у підтримці й розвитку фестивального туризму;
6. Проаналізувати екологічний аспект фестивальної діяльності та її вплив на навколишнє середовище;
7. Узагальнити міжнародний досвід і сформулювати стратегічні напрями розвитку фестивального туризму в Україні;
8. Розробити маркетингові підходи до просування фестивального туризму;
9. Визначити перспективи підвищення інвестиційної привабливості галузі;
10. Оцінити стан охорони праці та розробити пропозиції щодо її вдосконалення у сфері фестивального туризму.

Методи дослідження: в роботі використано загальнонаукові методи аналізу та синтезу, узагальнення наукових джерел, логічне та порівняльне узагальнення, а також системний підхід до вивчення фестивального туризму як складного соціокультурного явища.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 4 розділів з підрозділами, висновків, списку використаних джерел (64 найменування). Загальний обсяг роботи: 77 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Основні поняття, сутність та класифікація фестивального туризму

Фестивальний туризм, з'явившись як окремий напрям, швидко набув популярності серед туристів, орієнтованих на емоційно насичені подорожі. Здійснюючи такі мандрівки, люди прагнуть не лише відпочинку, а й занурення в унікальне культурне середовище, в якому поєднуються традиції, музика, гастрономія та живе мистецтво. Стаючи учасниками фестивалю, вони отримують змогу не просто спостерігати за подіями, а відчувати себе частиною спільноти, тимчасово зливаючись із локальною культурою [50, с. 85].

Залучаючи туристів з усього світу, фестивалі перетворюються на каталізатори економічного і соціального пожвавлення. Вивчаючи сутність цього явища, варто зазначити, що фестивальний туризм не обмежується розвагами – він виконує освітню, інтеграційну та комунікативну функції. Проїжджаючи до певного регіону з нагоди фестивалю, туристи знайомляться з новими формами творчості, споживають локальні продукти, беруть участь у майстер-класах, паралельно залишаючи кошти у готелях, кафе, на транспорті й у сувенірних крамницях.

Розглядаючи фестивалі як події, що мають сезонний характер, слід відзначити їхню здатність згладжувати міжсезоння, підтримуючи туристичну активність у часи, коли інші види туризму тимчасово втрачають актуальність. Проводячи події восени або навесні, організатори вдаються до зміщення пікових періодів, зберігаючи економічну активність громад. Приїхавши у місто напередодні великого фестивалю, турист мимоволі стає учасником підготовки: спілкуючись із місцевими, спостерігаючи за оформленням вулиць, роздивляючись тематичні інсталяції, він починає глибше відчувати атмосферу.

Характерною рисою фестивального туризму є його здатність інтегруватися з іншими видами – культурно-пізнавальним, екологічним, релігійним, гастрономічним. Відвідуючи етнофестиваль, турист не лише слухає народні пісні, але й дегустує традиційні страви, прогулюючись місцевими ландшафтами, знайомиться з історією регіону. Поєднуючи кілька мотивів у межах однієї поїздки, фестивальний туризм формує більш складний, глибокий туристичний досвід [35, с. 112].

Незважаючи на високу варіативність, фестивальний туризм піддається класифікації. Виокремлюючи основні типи, дослідники зазвичай орієнтуються на тематику, масштаб проведення, періодичність, цільову аудиторію. Поділивши фестивалі за змістом, можна виділити музичні, театральні, історико-реконструкційні, релігійні, гастрономічні, флористичні тощо. Орієнтуючись на географію – локальні, регіональні, національні й міжнародні. Окремо розрізняють події регулярні й одноразові, а також ті, що мають відкритий або закритий формат. Узявши до уваги віковий фактор, деякі заходи орієнтовані на молодь, інші – на родини з дітьми або вузькі професійні кола [54, с. 92-93].

Вивчаючи структуру попиту, варто враховувати, що фестивалі, як особливі події, приваблюють не лише іноземних, а й внутрішніх туристів. Багато хто, шукаючи незвичні враження, свідомо обирає невеликі регіональні заходи, прагнучи утаємниченої атмосфери, камерності й безпосереднього контакту з організаторами. Такий попит свідчить про тенденцію до персоналізації туристичного досвіду. Водночас масові заходи на кшталт Atlas Weekend або Leopold Jazz Fest не втрачають своєї привабливості, охоплюючи аудиторію в десятки тисяч осіб і формуючи імідж країни на міжнародному рівні.

Важливим чинником, що формує фестивальний туризм, є сталість та передбачуваність подій. Наявність календаря фестивалів, узгодженого на рік наперед, дозволяє туристам планувати подорожі завчасно, комбінуючи відвідування заходу з іншими активностями. Складаючи маршрут,

мандрівник враховує логістику, тривалість перебування, особливості середовища, тим самим підвищуючи загальний рівень залучення в подорож. Розвиваючи ці формати, муніципалітети мають змогу рівномірніше розподіляти туристичні потоки протягом року, уникаючи перевантаження інфраструктури в пікові періоди.

Окремо варто розглянути поняття «фестиваль» у контексті туризму [60]. На відміну від разової події, фестиваль передбачає щонайменше кількадедне дійство, часто із розгалуженою програмою, що охоплює різні локації. Такі заходи передбачають логістичну складність, вимагаючи заздалегідь продуманого сценарію, залучення волонтерів, медіа, сил безпеки [10, с. 48-50]. Організуючи фестиваль, територіальні громади водночас просувають себе як дестинації, підкреслюючи унікальність культури, природи, стилю життя. Саме це й перетворює фестиваль на інструмент формування позитивного іміджу місцевості, що, у свою чергу, стимулює інвестиційний та культурний розвиток.

З огляду на складну внутрішню структуру фестивального туризму, його класифікація набуває особливої ваги. Вона не просто окреслює межі цього явища, а й дає змогу ефективно планувати його розвиток, адаптуючи пропозицію до запитів різноманітної аудиторії. У науковому середовищі переважає думка, що тематична ознака є провідною: саме зміст фестивалю визначає його цільову аудиторію, формат і навіть сезон проведення. Одні заходи зосереджуються на музиці – від камерної класики до альтернативного року, інші – занурюють у світ театрального мистецтва, даючи змогу побачити як класичні постановки, так і вуличні імпровізації. Дедалі більше уваги привертають історичні реконструкції, у межах яких відтворюються битви, побут чи навіть кулінарні традиції минулого.

Спостерігаючи за зростанням популярності гастрономічних фестивалів, не можна не помітити, як через кулінарію вибудовується зв'язок із локальною культурою. Дегустуючи сир, вино чи автентичні страви певного регіону, турист отримує не лише смаковий досвід, а й культурне уявлення

про місцеву ідентичність. Поряд із цим релігійні фестивалі, засновані на сакральних традиціях, поєднують в собі глибину віри з відкритістю до духовного діалогу, часто формуючи паломницькі потоки. Флористичні ж дійства, демонструючи витонченість природних форм, приваблюють тих, хто шукає естетичного відпочинку, розслаблення і натхнення.

Розглядаючи географію фестивального туризму, важливо враховувати рівень охоплення. Події, що організовуються в межах окремої громади, можуть поступово переростати в регіональні чи національні, не втрачаючи при цьому своєї автентичності. Деякі заходи одразу заявляють про себе як міжнародні, запрошуючи артистів, шеф-кухарів, істориків або майстрів з різних країн, що, своєю чергою, перетворює фестиваль на простір міжкультурного діалогу. Розширюючи масштаби, організатори дедалі частіше вдаються до партнерств, іноді – залучаючи підтримку муніципалітетів або міжнародних культурних фондів.

Розрізнення фестивалів за характером доступу також має значення. Частина з них є відкритими, де участь може взяти будь-хто, незалежно від соціального статусу чи професійної належності. Інші потребують попередньої реєстрації або квитка, маючи обмежений формат і спеціалізовану програму. Спостерігаючи за динамікою останніх років, можна помітити тенденцію до гібридизації – коли в межах одного заходу поєднуються масові події з камерними, відкриті простори з індивідуальними майстернями, публічні лекції з інтерактивними інсталяціями [38, с. 11-12].

Розглянувши наведену класифікацію фестивального туризму, можна сказати, що вона не зводиться до механічного поділу за окремими параметрами. Вона, радше, відображає багатовимірність самого явища – його здатність трансформуватися, реагуючи на потреби аудиторії, культурні тенденції та регіональні особливості. Відмовившись від суто технічного підходу, варто розглядати класифікацію як інструмент аналітики, що допомагає краще зрозуміти, чим є фестивальний туризм у кожному

конкретному випадку – подією, традицією, бізнес-проектом чи культурним явищем.

Додатково, така класифікація сприяє більш глибокому плануванню та управлінню фестивалями, дозволяючи враховувати різноманітні фактори впливу і потенціал розвитку. Вона відкриває можливості для ефективнішої комунікації між організаторами, учасниками та місцевими спільнотами, а також стимулює інновації у формуванні унікального туристичного продукту. Отже, класифікація фестивального туризму є не лише теоретичним конструктом, а й практичним інструментом, що сприяє гармонійному розвитку туристичної індустрії та культурної самобутності регіонів.

1.2. Основні тенденції розвитку фестивального туризму у світі

Розвиток фестивального туризму на глобальному рівні демонструє стійку тенденцію до зростання, що пов'язано не лише зі зростаючим інтересом до культурної самобутності, а й зі зміною парадигми самого туризму. Від класичного пасивного споживання екскурсійних маршрутів турист дедалі частіше переходить до активної участі у подіях, прагнучи бути не глядачем, а співтворцем вражень. Така зміна ролі супроводжується підвищеним попитом на унікальні й неповторні досвіди, які, у свою чергу, пропонують саме фестивалі [7, с. 49] .

У багатьох країнах світу фестивалі стали не просто подіями культурного чи розважального характеру, а потужними інструментами територіального брендингу. Здійснюючи стратегічне планування, місцева влада активно залучає фестивалі до формування образу регіону, що приваблює як туристів, так і інвесторів. Організовуючи події, що відповідають локальним культурним кодам, влада водночас просуває регіон на міжнародній арені, створюючи умови для сталого розвитку. Цей підхід спостерігається у Франції, де навіть малі містечка проводять музичні або гастрономічні фестивалі, не намагаючись змагатися з мегаполісами, а натомість роблячи акцент на автентичності [23, с. 112].

Помітним глобальним трендом стала так звана «мультижанровість» фестивалів. Змішуючи музику, театр, візуальне мистецтво, кулінарію та освітні формати, сучасні фестивалі прагнуть охопити широку аудиторію. Завдяки цьому зростає не лише кількість відвідувачів, а й тривалість їх перебування у DESTINATION. Подорожуючи з наміром відвідати мистецький захід, турист може, опинившись на місці, відвідати дегустацію вин, взяти участь у майстер-класі з гончарства або послухати лекцію з історії регіону. Таким чином, один захід формує цілий комплекс культурних послуг, які, взаємодіючи, збагачують загальний досвід.

Цифровізація також істотно впливає на фестивальний туризм. Завдяки інтерактивним платформам, віртуальним квиткам, QR-навігації й мобільним застосункам організація подій стала доступнішою, а самі фестивалі – гнучкішими. Створюючи ефект присутності, онлайн-трансляції дозволяють залучати тих, хто не має змоги фізично бути на заході, водночас стимулюючи інтерес до майбутнього відвідування. У багатьох країнах, зокрема у Великій Британії, США чи Японії, організатори активно впроваджують віртуальні тури або доповнену реальність, поєднуючи традиційні формати з технологічними інноваціями. Спостерігаючи за поведінкою туристів під час таких заходів, можна зауважити зростаючу потребу в персоналізованому досвіді, що, своєю чергою, змушує організаторів шукати нові формати взаємодії [21, с. 104-105].

Окремою тенденцією стала орієнтація на сталість і екологічну відповідальність. Проведення фестивалів дедалі частіше супроводжується ініціативами з переробки відходів, використання багаторазових матеріалів, залучення місцевих виробників і мінімізації вуглецевого сліду. У Данії чи Нідерландах фестивалі активно співпрацюють з екологічними фондами, перетворюючи захід на простір не лише культури, а й відповідального споживання. Деякі події, зокрема у скандинавських країнах, прямо декларують свій zero-waste формат, організовуючи процес так, щоб не залишити жодного сміття після завершення [63, с. 191-193].

У країнах Латинської Америки, Азії та Африки фестивальний туризм часто набуває форми збереження й трансляції нематеріальної культурної спадщини. Виступаючи як спадкоємці глибинних традицій, ці заходи водночас є майданчиками для сучасного самовираження. На фестивалях в Індії чи Мексиці можна спостерігати поєднання архаїчного з модерним: танці з елементами древніх ритуалів доповнюються світловими шоу й музикою у стилі ф'южн. Таке переплетення дозволяє не лише зберегти традицію, а й адаптувати її до запитів нових поколінь. Зауважуючи цю особливість, міжнародні культурні організації все частіше підтримують саме ті ініціативи, що поєднують збереження автентики із залученням молоді [64, с. 8-10].

Розширення участі молодих людей у фестивалях стало ще одним помітним трендом. Молодь, як головний носій змін, прагне не лише бути учасником, а й долучатися до організації: створюючи контент, волонтерючи, пропонуючи нові формати. У багатьох містах світу муніципалітети створюють грантові програми або менторські платформи для підтримки молодіжних ініціатив, пов'язаних із фестивалями. Такий підхід дає змогу оновлювати формат, уникати рутинності та підтримувати постійний інтерес до події.

Регіональні відмінності в організації фестивального туризму також заслуговують на увагу. В Європі панує традиція підтримки культурної сталості – більшість фестивалів тут мають багаторічну історію, часто пов'язану з конкретними релігійними або сезонними подіями. Зберігаючи автентичність, європейські організатори водночас прагнуть інтернаціоналізації: запрошуючи митців з-за кордону, перекладаючи програми кількома мовами, залучаючи волонтерів із різних країн. Цей підхід сприяє культурному обміну, розширюючи горизонт сприйняття як у глядача, так і в локальних учасників.

Американські фестивалі, навпаки, часто мають комерційний ухил. Їх формати зосереджуються на масштабності, ефектності, високому рівні технологічної підтримки. У США чи Канаді велика кількість фестивалів

функціонує на базі приватного капіталу, спонсорських контрактів і партнерських угод із великими брендами. Це дозволяє організаторам не лише залучати світових зірок, а й створювати повноцінні індустрії навколо подій – від тематичного мерчу до власної інфраструктури.

У країнах Азії, зокрема в Японії, Південній Кореї чи Таїланді, фестивальний туризм розвивається на перетині стародавніх традицій і високих технологій. Використовуючи досягнення цифрової індустрії, організатори не лише модернізують форму, а й переосмислюють зміст. Фестивалі ліхтарів, квітів чи музики супроводжуються 3D-мапінгом, інтерактивними інсталяціями, доповненою реальністю. Водночас зберігається і духовний компонент, що ґрунтується на глибокому пошануванні до природи, предків і часу [62, с. 5-6].

Тенденція до глобалізації, розширюючись, супроводжується й зворотним рухом – до локалізації. Багато країн, розуміючи цінність власної культурної унікальності, акцентують увагу саме на внутрішньому туристі. У період глобальних викликів, коли мобільність населення обмежується, фестивальний туризм переформатовується на користь регіонального масштабу. Подорожуючи у межах країни, люди відкривають для себе нові локації, збагачуються досвідом без потреби перетинати кордони. У цьому сенсі локальні фестивалі не втрачають привабливості, а, навпаки, стають більш релевантними [31, с. 57].

Певною відповіддю на виклики сучасності стали й так звані мобільні фестивалі – проєкти, які змінюють своє місце проведення з року в рік. Таким чином організатори не лише демонструють гнучкість, а й формують горизонтальну мережу співпраці між різними громадами [42, с. 15-18]. Обираючи нову локацію, команда фестивалю адаптується до умов місцевості, взаємодіє з жителями, формуючи тимчасову, але інтенсивну культурну комунікацію. Подібна практика набула поширення в Австралії, Німеччині, частково – у Східній Європі.

Аналізуючи світові тенденції, варто також звернути увагу на активізацію досліджень у сфері фестивального туризму. У багатьох університетах Європи та Північної Америки створюються спеціалізовані центри, які вивчають соціальні, економічні та культурні аспекти подій. Наукові симпозиуми, публікації, міждисциплінарні проєкти сприяють глибшому осмисленню явища. Завдяки цьому зростає розуміння того, що фестиваль – це не лише дозвілля, а соціокультурний механізм, який дозволяє формувати ідентичність, регулювати напругу в суспільстві, просувати цінності та відкривати нові простори комунікації.

Поширення фестивального туризму у світі тісно пов'язане з інтенсивним розвитком креативних індустрій. В умовах, коли культурні продукти дедалі частіше стають рушіями місцевої економіки, саме фестивалі слугують платформами для їх демонстрації, апробації та комерціалізації. Успішно реалізуючи цей підхід, країни, як-от Португалія, Італія чи Ірландія, перетворили культурні події на повноцінні економічні активи. Так, фестиваль Fado в Лісабоні, присвячений традиційній музиці, з кожним роком не лише збирає тисячі слухачів, а й стимулює розвиток готельного, гастрономічного, сувенірної бізнесу. Просуваючи національну ідентичність через мистецтво, організатори водночас створюють робочі місця, розвиваючи суміжні галузі.

Ще однією ознакою сучасного фестивального руху є посилення міжрегіонального та транскордонного співробітництва [8, с. 11]. Об'єднуючи ресурси, міста різних країн проводять спільні фестивалі, демонструючи єдність культур або створюючи тематичні мережі. Такі ініціативи, реалізуючись у рамках європейських програм культурної інтеграції, зокрема Creative Europe, дозволяють досягати взаємозбагачення традицій, сприяючи збереженню локальної ідентичності в умовах глобалізації. Програму фестивалю нерідко формують із виступів митців кількох країн, що, з одного боку, створює мультикультурну атмосферу, а з іншого – розширює коло залучених туристів [20, с. 93-94].

Не можна оминати увагою і нову хвилю фестивалів, які народжуються як прояв громадянської ініціативи [24, с. 59]. В умовах зростання значення горизонтальних зв'язків дедалі більше подій організовуються без участі великих спонсорів чи державних структур – виключно завдяки волонтерам, активістам і краудфандингу. Такі приклади можна спостерігати у Польщі, Словаччині, Чилі, Південній Африці. Незважаючи на скромний бюджет, ці події приваблюють аудиторію саме завдяки щирості, тематичній цілісності й автентичному середовищу. Здійснюючи організацію знизу, ініціативні групи одночасно формують нову якість урбаністичного простору, актуалізуючи питання інклюзії, гендерної рівності, кліматичної етики.

Паралельно з посиленням локального виміру, світ спостерігає за активним поширенням «фестивального туризму подорожуючих фанатів» – окремої категорії мандрівників, які не просто відвідують фестивалі, а будують свій річний маршрут навколо них. Ці люди, заздалегідь плануючи участь у низці подій, створюють сталу туристичну звичку, що є особливо вигідною для організаторів і локального бізнесу. У випадках Burning Man у США чи Glastonbury у Великій Британії фанати бронюють місця за рік наперед, часто перетворюючи подію на щорічну традицію. Така сталість формує міцні спільноти навколо фестивалів, що, у свою чергу, впливає на їхню еволюцію та стійкість.

Не менш важливою тенденцією є зростаюча роль освітнього компоненту в межах фестивального туризму. Все більше подій, окрім розважального ядра, включають у програму воркшопи, лекції, тренінги, панельні дискусії. Такий підхід не лише збагачує контент, а й приваблює нову аудиторію – професіоналів, студентів, культурних менеджерів. Відвідуючи фестиваль, люди не лише відпочивають, а й навчаються, встановлюючи нові контакти й відкриваючи для себе інші горизонти. Осмислюючи фестиваль як освітній простір, організатори формують середовище, в якому взаємодія переростає у спів творення [15, с. 94].

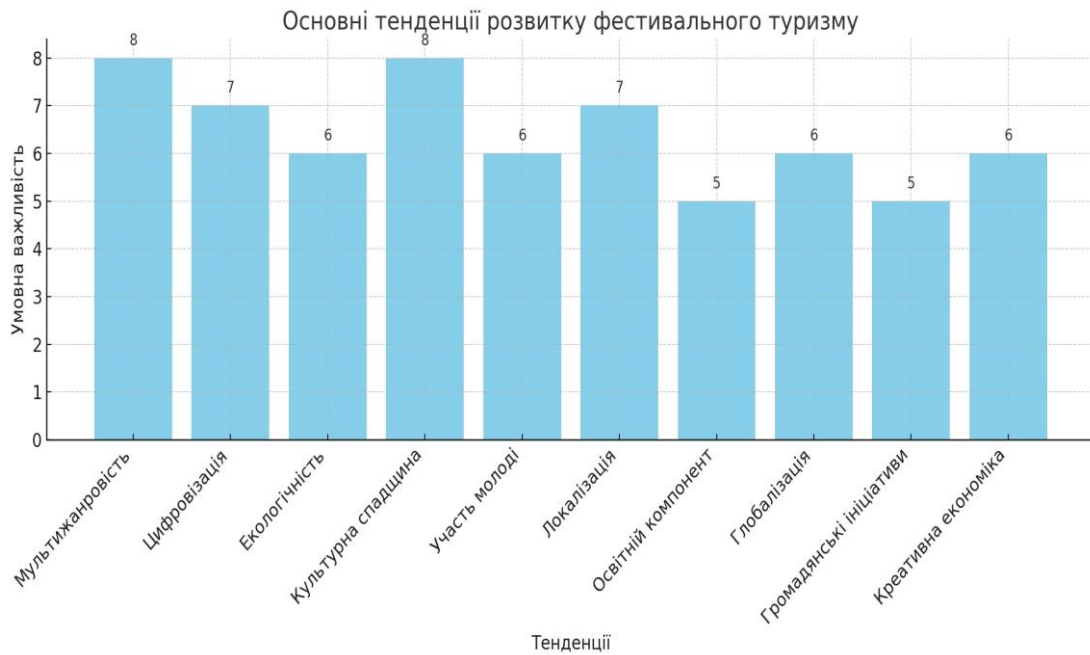


Рис. 1.1 –Основні тенденції розвитку фестивального туризму у світі
Джерело: складено з використанням [15; 20]

Рис. 1.1 показує, що розвиток фестивального туризму у сучасних умовах визначається низкою тенденцій, кожна з яких має свою роль у формуванні стратегії цієї галузі. Однією з провідних є мультижанровість, яка дозволяє створювати події з різноманітним змістом та залучати широку аудиторію. Це робить фестивалі більш відкритими до різних соціальних груп, підвищує їхню інклюзивність і конкурентоспроможність.

Важливою складовою залишається культурна спадщина. Вона надає фестивалям глибший зміст, укорінює їх у місцевому контексті та сприяє збереженню історичної ідентичності. Цей напрямок пов'язується також із локалізацією, яка акцентує увагу на унікальності конкретної території, її традиціях, ремеслах, мові та ландшафті.

На тлі глобальних трансформацій важливу роль відіграє цифровізація. Вона відкриває нові можливості для просування фестивалів, взаємодії з аудиторією, організації онлайн-форматів і впровадження сучасних інструментів аналітики та зворотного зв'язку. Разом із цим, технології підтримують розвиток креативної економіки, що базується на інноваціях, мистецтві та підприємництві.

Фестивальний туризм також усе більше інтегрується в соціальні процеси. Участь молоді є ключовою умовою оновлення і динаміки галузі. Молодіжні ініціативи привносять нові формати, мову і канали комунікації. Освітній компонент поглиблює зміст подій, дозволяючи перетворювати фестивалі на простір для неформального навчання, обміну знаннями та критичного мислення.

Актуальними залишаються питання екологічності. Сучасні фестивалі дедалі частіше враховують принципи сталого розвитку, зменшення відходів, раціонального використання ресурсів та екологічної просвіти. Цей підхід резонує із запитами аудиторії та загальною стратегією «зеленого» туризму.

Водночас глобалізація створює умови для міжкультурного діалогу, залучення іноземних гостей та міжнародних партнерств. Проте це також висуває виклики, пов'язані з необхідністю збереження локальної ідентичності на фоні глобальних тенденцій. У цьому контексті важливу роль відіграють громадянські ініціативи, які активізують участь спільнот у плануванні та проведенні подій, сприяють розвитку місцевої демократії та соціального капіталу. Усі ці тенденції взаємопов'язані й разом утворюють складну та динамічну картину розвитку фестивального туризму як багатофункціонального і культурно значущого явища сучасності.

Вищезазначене засвідчує: світовий фестивальний туризм не лише не втрачає динаміки – він постійно ускладнюється, збагачуючись новими формами, форматами та змістами. Ступаючи ногою у XXI століття, ця форма туризму дедалі більше тяжіє до мультифункціональності, гнучкості й культурної чутливості. Усвідомлюючи це, країни не просто розвивають інфраструктуру, а створюють концептуальні середовища, де фестиваль стає не лише метою подорожі, а її сенсом.

1.3. Методи наукових досліджень фестивального туризму

Методи наукових досліджень фестивального туризму охоплюють як економічні, так і соціальні підходи. Одним із головних напрямів є

використання економіко-математичних моделей, зокрема моделі «витрати–випуск», моделі загальної рівноваги та моделі аналізу витрат і результатів. Ці інструменти дають змогу дослідити економічний ефект фестивалів, зокрема обсяг грошових потоків, пов'язаних із проведенням заходу.

Оцінка фестивального туризму базується також на застосуванні соціологічних та маркетингових методів дослідження. Дані про витрати учасників, спонсорів та організаторів фестивалю збираються за допомогою анкетування, інтерв'ю та спостереження під час події. Це дозволяє визначити так звані «додаткові прямі витрати» – тобто нові для регіону витрати, пов'язані з приїздом туристів, їх перебуванням, харчуванням, проживанням, а також організаційними витратами.

До основних емпіричних показників, що враховуються під час дослідження, належать [14, с. 397]:

- середньоденна кількість відвідувачів і їхні витрати;
- тривалість перебування;
- тип фестивалю та структура учасників;
- рівень цін у регіоні проведення;
- прямі та опосередковані витрати організаторів і спонсорів;
- ефект «витіснення» місцевого населення під час проведення події.

Для дослідження економічного впливу фестивального туризму застосовується комплекс методів, зокрема соціологічні опитування та емпіричний збір даних, які дозволяють виявити додаткові прямі витрати, що здійснюються учасниками, організаторами та спонсорами фестивалів. Такі витрати активізують місцеву економіку, сприяють зростанню товарообігу, зайнятості, доходів домогосподарств, а також збільшенню податкових надходжень. Сукупна дія цих чинників формує мультиплікативний ефект, тобто багаторазове розширення економічного впливу первинних витрат на регіон.

Прямий ефект полягає у розподілі витрат споживачів у різні галузі економіки (харчування, транспорт, готельна справа тощо). Непрямий ефект проявляється у міжфірмовому обігу коштів, а індукований ефект виникає внаслідок зростання доходів мешканців регіону, які потім витрачають ці кошти в місцевій економіці, стимулюючи розвиток бізнесу. Водночас витрати на імпортовані товари можуть призводити до «витоку» коштів за межі регіону.

Для кількісної оцінки цих ефектів доцільно використовувати економіко-математичну модель «витрати–випуск», яка базується на міжгалузевому балансі. Ця модель описує взаємозв'язки між галузями економіки, відображаючи структуру витрат на виробництво продукції та напрями її розподілу. У формі таблиці МОБ (міжгалузевого балансу) представлено елементи проміжного споживання, доданої вартості та кінцевого використання ресурсів.

Модель «витрати–випуск» дозволяє [47, с. 100]:

- оцінити зміну економічної активності в регіоні внаслідок проведення фестивалю;
- визначити зростання зайнятості та заробітних плат;
- оцінити додаткові ефекти в суміжних галузях.

Цей підхід є особливо ефективним у випадках, коли в регіоні проводиться кілька фестивалів на рік, що створює умови для сталого створення робочих місць. Основними перевагами моделі є:

- можливість інтегрувати велику кількість економічних показників в єдину аналітичну структуру;
- доступність методу завдяки тривалій апробації та відносно низькій вартості реалізації;
- легкість інтерпретації результатів для розробки прогнозів і стратегічного планування розвитку фестивального туризму.

Одним із сучасних підходів до оцінки впливу фестивальних заходів на економіку є використання моделі загальної економічної рівноваги. Така

модель активно застосовується у практиці розвинених країн, зокрема Австралії, Великої Британії, США та Канади. В її основі лежить математична структура, що відображає основні взаємозв'язки в економіці, зокрема попит і пропозицію. Для забезпечення адекватного відображення економічної дійсності модель налаштовується відповідно до актуальних статистичних даних [62, с. 2].

Комплексність моделі дозволяє аналізувати вплив туристичних витрат, зокрема тих, що пов'язані з проведенням фестивалів, на різні економічні сектори – споживчий ринок, податкові надходження, зайнятість тощо. Вона включає взаємодію між домогосподарствами, бізнесом, урядом і зовнішнім середовищем. Модель характеризується високим ступенем деталізації, що охоплює товарні потоки, ринок праці, споживчу поведінку, інвестиційну активність, та дозволяє формувати точні прогнози. Вона базується на наборі рівнянь, що описують ключові процеси: попит споживачів, пропозицію ресурсів, ринкову рівновагу в окремих галузях і загальний попит на ресурси. Конкретна структура моделі залежить від глибини доступних економічних даних.

У контексті дослідження фестивального туризму, модель загальної рівноваги дає можливість оцінювати різноманітні сценарії, прогнозувати потенційні наслідки впливу зовнішніх чинників і приймати виважені управлінські рішення на рівні державної політики. Вона дозволяє аналізувати як позитивні, так і негативні наслідки проведення фестивалю для економіки регіону.

Базою для побудови такої моделі є інтегрована матриця фінансових потоків – SAM (Social Accounting Matrix), яка спирається на систему національних рахунків. SAM дозволяє простежити економічні зв'язки між основними агентами економіки через балансування потоків товарів і грошових коштів, ідентифікуючи найвпливовіші сектори.

З огляду на високу точність і адаптивність, модель загальної рівноваги поступово витісняє модель «витрати-випуск», яка є більш спрощеною. Проте

саме в аналізі фестивального туризму модель «витрати-випуск» досі зберігає свою релевантність через простоту використання й меншу вимогу до ресурсів.

Серед переваг моделі загальної рівноваги:

- можливість урахування кількості учасників заходу, навіть якщо фестиваль відбувається на декількох локаціях;
- здатність включати вплив державного співфінансування та визначати ефективність виділених субсидій;
- можливість аналізу ефектів на рівні міста, регіону або країни.

Втім, модель має і певні недоліки:

- вона ефективна переважно для аналізу великих подій (мега-фестивалів);
- потребує значного обсягу достовірних економічних даних;
- проведення розрахунків є дороговартісним та складним, що обмежує її використання в окремих регіонах.

З огляду на зазначені обмеження, в практиці оцінки фестивального туризму часто продовжують застосовувати модель «витрати-випуск» як доступніший інструмент аналізу.

Альтернативним підходом до оцінки впливу фестивалів є застосування розрахункової моделі загальної економічної рівноваги. Цей метод активно використовується в таких країнах, як Австралія, Велика Британія, США та Канада. Суть підходу полягає в математичному моделюванні ключових економічних процесів, включаючи попит, пропозицію, взаємодію різних секторів економіки. Для забезпечення точності модель калібрується відповідно до актуальних статистичних даних. Вона дозволяє проаналізувати вплив фестивалю на рівень туристичних витрат, податкові надходження, а також загальні зміни в економічній системі – як на національному, так і на регіональному рівні.

Ці моделі передбачають високий рівень деталізації: враховується структура ринку праці, товарні потоки, поведінкові характеристики

споживачів, виробників та інвесторів. Відмінною особливістю такого підходу є його комплексність у порівнянні з моделлю «витрати-випуск». Модель складається з системи рівнянь, що охоплюють основні компоненти економіки: виробництво, споживання, торгівлю, діяльність уряду. Залежно від наявної інформації, можлива різна ступінь деталізації – наприклад, за секторами виробництва чи типами ресурсів.

У контексті фестивального туризму модель загальної рівноваги є важливим інструментом для прогнозування наслідків різних сценаріїв та формування державної політики. Вона дозволяє оцінити як позитивні, так і негативні ефекти фестивалів, включаючи зовнішні шоки, які можуть порушувати економічну рівновагу. Її основою є модель соціальних рахунків (SAM), що відображає потоки економічної активності між усіма учасниками системи. Саме SAM дозволяє виявити найбільш впливові суб'єкти економіки і оцінити їхній внесок у загальну систему.

Попри точність і гнучкість, модель має низку обмежень: вона доцільна переважно для аналізу масштабних заходів, потребує великого обсягу даних і є вартісною у реалізації. Тому на практиці в дослідженнях впливу фестивалів досить часто застосовують більш просту модель «витрати-випуск».

До переваг моделі загальної рівноваги можна віднести [9, с. 165] :

- можливість врахування потоків відвідувачів на різних локаціях одночасно;
- визначення економічного ефекту на рівні міста, регіону або країни.

Серед недоліків:

- складність у використанні через потребу у великій кількості специфічних економічних показників;
- обмежена придатність для малих або середніх подій;
- висока вартість реалізації моделі, що ускладнює її використання в окремих регіонах.

Разом з тим, економічна оцінка не повинна обмежуватись лише фінансовими показниками. Фестивалі нерідко вирішують важливі соціальні та екологічні завдання, які залишаються поза межами традиційного економічного аналізу. Тому доцільним є застосування моделі «витрати-вигоди», яка враховує як економічну доцільність, так і соціальну значущість та екологічні наслідки подій.

Цей підхід базується на порівнянні альтернативних варіантів на основі очікуваних прибутків та витрат, дозволяючи оцінити вплив заходу в декількох вимірах.

Модель особливо ефективна при аналізі доцільності державного субсидування фестивалів, оскільки дозволяє чітко відповісти на питання: «Який із можливих варіантів має найбільше співвідношення вигоди до витрат?». Проте її використання обмежене лише тими випадками, коли всі ключові параметри можливо виразити у фінансових величинах.

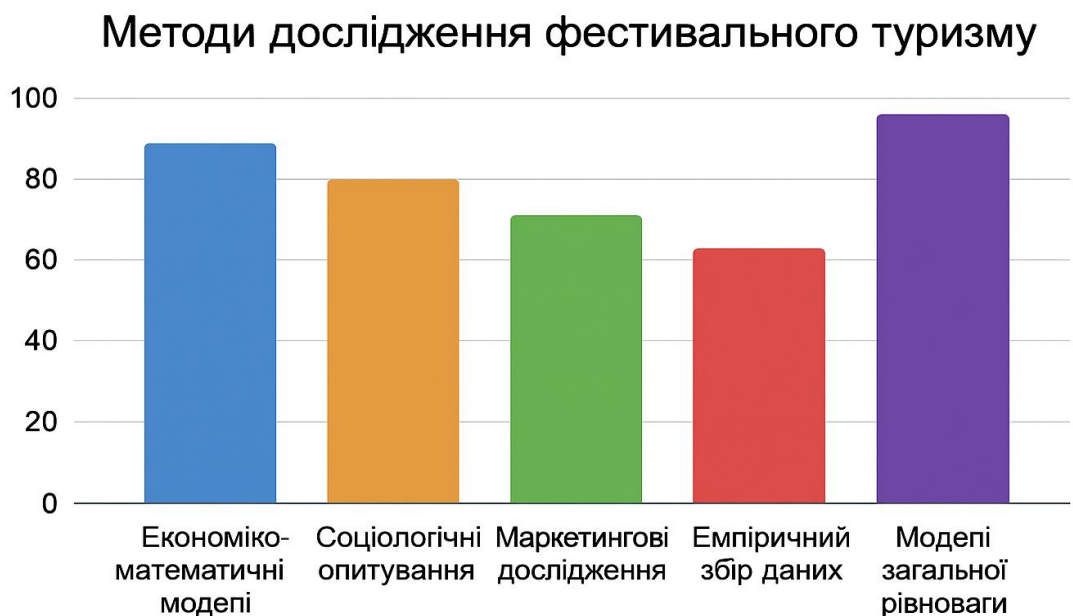


Рис. 1.2 – Методи досліджень фестивального туризму

Джерело: складено з використанням [15; 58; 60]

На рисунку 1.2 представлено діаграму, що ілюструє методи дослідження фестивального туризму. Вона демонструє порівняння різних підходів за рівнем їх застосування або ефективності в аналізі цієї сфери.

Помітно, що моделі загальної рівноваги та економіко-математичні моделі займають провідні позиції. Це свідчить про високу значущість кількісних підходів, які дозволяють оцінити вплив фестивального туризму на економіку регіону, інвестиційну привабливість, зайнятість, споживання ресурсів тощо.

Соціологічні опитування також відіграють важливу роль, адже вони дають змогу вивчити поведінку, мотивацію, задоволення та очікування учасників фестивалів. Цей метод забезпечує цінну якісну інформацію, необхідну для розробки туристичних продуктів і покращення сервісу.

Маркетингові дослідження допомагають вивчити ринок, позиціонування брендів фестивалів, ефективність комунікацій і просування. Вони є інструментом для прийняття рішень у стратегічному плануванні [58, с. 99].

Найменш вираженим на діаграмі є емпіричний збір даних, що може вказувати на обмежене застосування або труднощі з доступом до достовірної статистики. Однак цей метод залишається основою для будь-яких аналітичних процесів і відіграє фундаментальну роль у формуванні бази для інших досліджень.

Загалом, діаграма підкреслює міждисциплінарність досліджень у сфері фестивального туризму та необхідність комбінування кількісних і якісних методів.

Однією з ключових особливостей сучасних досліджень є інтеграція кількісних і якісних методів аналізу. З одного боку, застосовуються традиційні статистичні методи, економіко-математичні моделі, соціологічні опитування, маркетингові дослідження. З іншого — дедалі більше уваги приділяється вивченню культурних, соціальних, екологічних аспектів, що

вимагає застосування методів контент-аналізу, етнографічних досліджень, глибинних інтерв'ю, а також методів цифрової антропології.

Особливо важливим напрямом є використання системного підходу, що дозволяє розглядати фестивальний туризм як комплекс явищ із взаємопов'язаними економічними, соціальними та культурними процесами. Це дає змогу аналізувати не лише прямі економічні ефекти, а й ширші соціокультурні впливи фестивалів на розвиток регіонів і формування туристичних дестинацій.

У методологічному аспекті значущими є також:

- Методи оцінки сталого розвитку, що враховують екологічні наслідки фестивалів та їхню соціальну відповідальність.
- Інноваційні цифрові інструменти: аналіз великих даних (Big Data), використання штучного інтелекту для прогнозування відвідуваності та оптимізації ресурсів.
- Мультидисциплінарні методи, що поєднують підходи з економіки, соціології, культурології, екології, менеджменту.

Таким чином, фестивальний туризм як предмет наукових досліджень сьогодні характеризується розширенням методологічної бази та глибиною аналізу, що робить його особливо актуальним для дослідження комплексного впливу фестивалів на регіональний розвиток і формування сучасних туристичних практик.

Отже, методи наукових досліджень фестивального туризму відзначаються міждисциплінарністю та багатовекторністю, адже поєднують економічні, соціальні, культурні та екологічні підходи.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз діяльності розвитку фестивального туризму в Україні

Аналіз діяльності розвитку фестивального туризму в Україні свідчить про зростаючу популярність цього напрямку як важливого чинника туристичної привабливості регіонів та інструменту збереження культурної спадщини. Протягом останнього десятиліття в Україні сформувалась позитивна динаміка зростання кількості фестивалів, що охоплюють різноманітні тематики: музичні, гастрономічні, етнокультурні, історичні, літературні тощо. Найбільшу популярність мають такі події, як «Атлас Вікенд» у Києві, «Файне Місто» в Тернополі, «Республіка» в Кам'янці-Подільському, «ЗахідФест» у Львівській області та численні локальні етнофестивалі, наприклад, «Кропивницький», «Маланка-фест», «Сорочинський ярмарок» [18, с. 99].

Фестивалі сприяють активізації внутрішнього туризму, стимулюють розвиток малого та середнього бізнесу, створюють нові робочі місця, зокрема сезонні, та формують позитивний імідж країни. Особливо помітною є роль фестивального туризму в підтримці регіонального розвитку – події часто проводяться у малих містах і сільських громадах, що дозволяє децентралізувати туристичний потік [15, с. 88-90].

Втім, розвиток фестивального туризму стикається з низкою викликів. Серед них – нестабільність фінансування, відсутність сталої державної підтримки, недостатній рівень маркетингового просування, обмеженість інфраструктури, особливо в сільській місцевості [14, с. 397]. Повномасштабна війна також вплинула на проведення фестивалів – частину подій було скасовано або переведено в онлайн-формат, зросли ризики безпеки, зменшився приплив іноземних туристів.

Попри це, український фестивальний туризм демонструє адаптивність та потенціал до подальшого зростання. Нові форми проведення заходів, як-от благодійні, патріотичні, волонтерські фестивалі, свідчать про актуальність культурної мобілізації суспільства. Зміцнення партнерств між органами влади, громадськими організаціями та бізнесом може стати основою для сталого розвитку фестивального туризму в повоєнній відбудові.

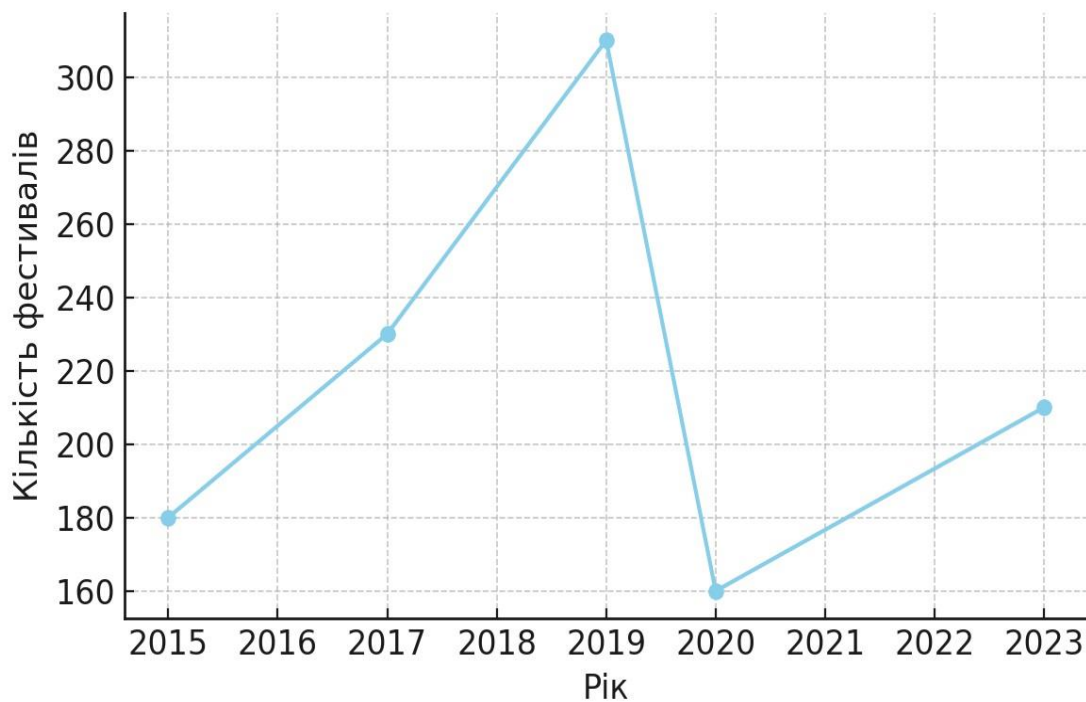


Рис.2.1– Динаміка кількості фестивалів за 2015-2023 рр в Україні

Джерело: складено з використанням [51]

Рис.2 1 демонструє поступове зростання кількості фестивалів в Україні упродовж останніх років. З 2015 до 2019 року спостерігається стабільна позитивна динаміка, що свідчить про зростання інтересу до фестивального туризму, розвиток культурних ініціатив та залучення приватного бізнесу до організації подій. У 2020 році фіксується помітний спад через пандемію COVID-19, однак уже з 2021 року відбувається поступове відновлення активності. Навіть попри виклики повномасштабної війни, у 2023 році кількість фестивалів майже досягла рівня докризового періоду, що свідчить про адаптивність та стійкість цієї сфери.

Табл.2.1 Фестивалі України, які відіграють важливу роль у формуванні туристичного іміджу країни та стимулюванні внутрішнього туризму

Назва фестивалю	Місце проведення	Тематика	Формат
Атлас Вікенд	Київ	Музичний	Офлайн
Файне Місто	Тернопіль	Музичний/альтернативний	Офлайн
Республіка	Кам'янець-Подільський	Мистецтво/стріт-арт	Офлайн/стріт-арт
ЗахідФест	Львівська обл.	Музичний/молодіжний	Офлайн
Сорочинський ярмарок	Великий Сорочинці	Гастрономічний/етнографічний	Ярмарок/фестиваль
Маланка-фест	Чернівці	Народні традиції	Карнавал
Кропивницький	Кропивницький	Мистецький/театральний	Офлайн/сценічний

Джерело: складено та розраховано автором за даними [11; 17; 18]

У таблиці 2.1 представлено найпомітніші фестивалі України, які відіграють важливу роль у формуванні туристичного іміджу країни та стимулюванні внутрішнього туризму.

«Атлас Вікенд» у Києві є одним із найбільших музичних фестивалів, який проходить в офлайн-форматі та збирає багатотисячну аудиторію з усієї країни й з-за кордону. Захід вирізняється різножанровою музичною програмою, участю світових зірок та масштабною інфраструктурою.

«Файне Місто» в Тернополі поєднує музичну й альтернативну тематику. Це офлайн-фестиваль із неформальною атмосферою, який приваблює молодь, прихильників рок-, інді- та електронної музики, а також шанувальників субкультурного середовища.

«Республіка» в Кам'янці-Подільському є мистецьким фестивалем, який поєднує музику, стріт-арт і соціальні ініціативи. Він відомий завдяки яскравим муралами, що залишаються у місті після фестивалю, та нестандартному культурному підходу.

«ЗахідФест» у Львівській області також має музичну спрямованість і орієнтується на молодіжну аудиторію. Його програма включає виступи сучасних українських та зарубіжних гуртів, що сприяє популяризації нової української музики.

«Сорочинський ярмарок» у Великих Сорочинцях – це найбільший гастрономічний та етнографічний фестиваль України, який проходить у форматі ярмарку з народними ремеслами, традиційними стравами та фольклорними виступами. Він має глибоке історичне підґрунтя та щороку приваблює численних туристів.

«Маланка-фест» у Чернівцях є традиційним карнавальним фестивалем, що відтворює українські обряди зимового циклу. Він демонструє народну творчість, костюмовані ходи й автентичні пісні, слугуючи яскравим прикладом збереження нематеріальної культурної спадщини.

«Кропивницький» у місті з однойменною назвою є театральномистецьким фестивалем, що поєднує сценічні вистави, музичні перформанси та вуличне мистецтво. Його формат сприяє культурному обміну та залученню різновікової аудиторії.

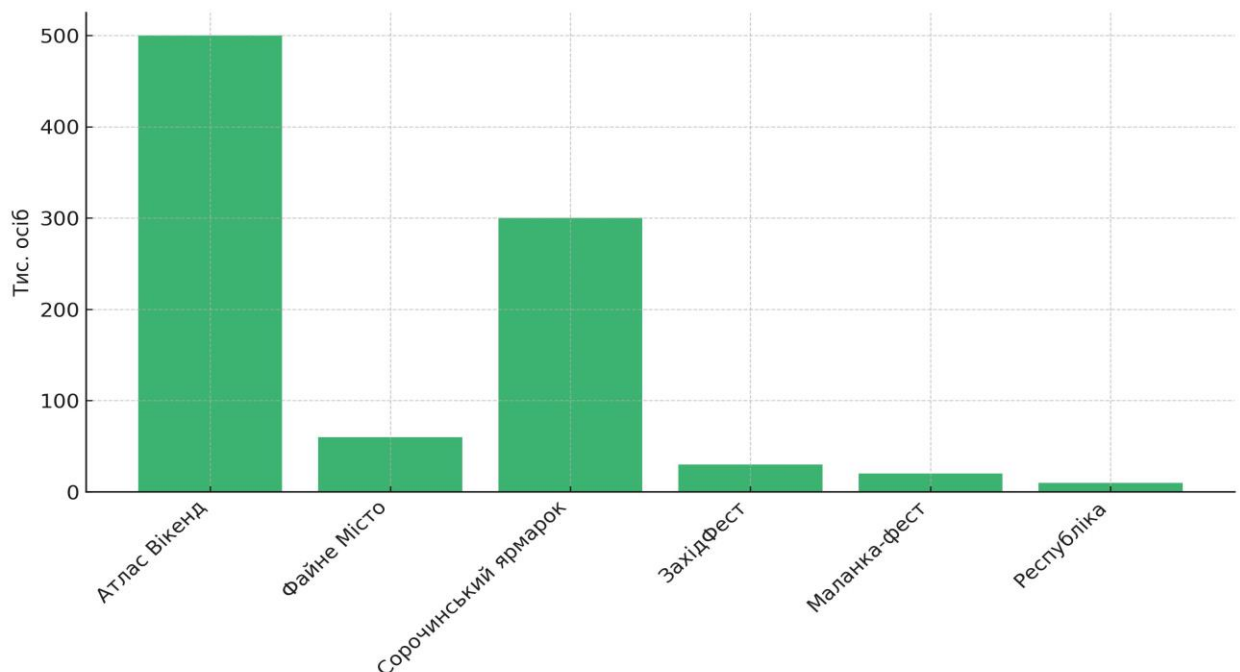


Рис.2.2 – Обсяг туристичного потоку на великі фестивалі (тис. осіб)

Джерело: складено з використанням [33]

Рис. 2.2 показує, які фестивалі залучають найбільшу кількість туристів. Наймасштабнішим заходом є «Атлас Вікенд» у Києві – понад 500 тисяч відвідувачів, що підтверджує високий рівень організації та популярності. «Сорочинський ярмарок» традиційно приваблює до 200 тисяч осіб, завдяки своїй етнокультурній спрямованості. Інші фестивалі, як-от «Файне Місто», «ЗахідФест» і «Республіка», мають аудиторію від 50 до 120 тисяч осіб. Ці дані дозволяють оцінити не лише масштаби, а й економічний ефект подій.

Розподіл фестивалів за тематикою

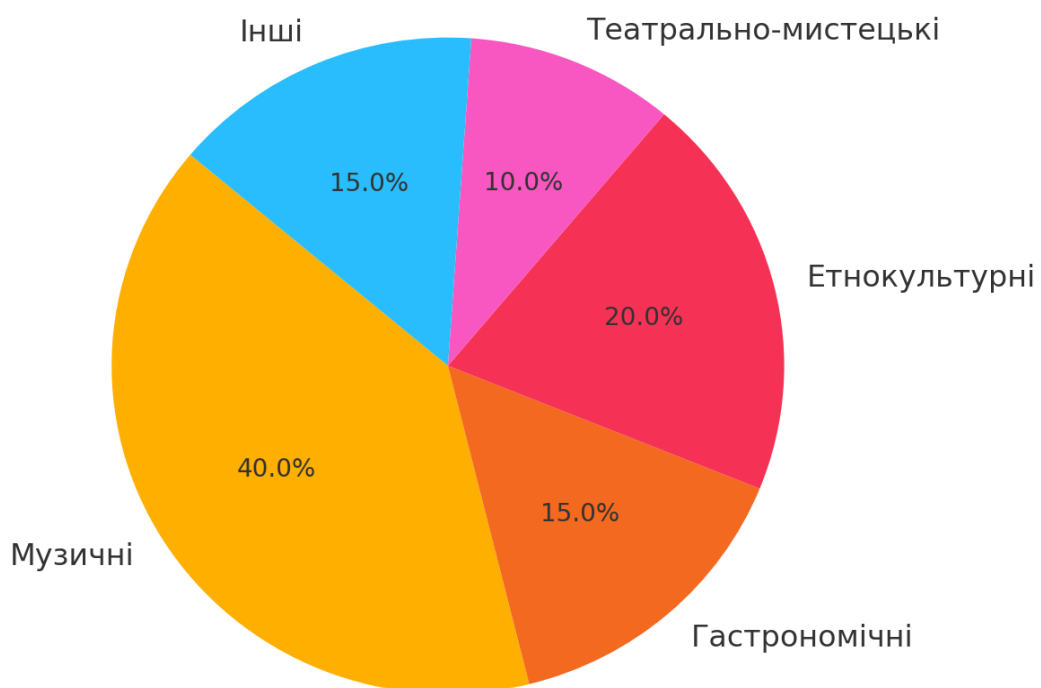


Рис.2. 3 – Розподіл фестивалів за тематикою

Джерело: складено з використанням [55; 61]

Кругова діаграма 2.3 ілюструє тематичне розмаїття фестивалів в Україні. Найбільшу частку займають музичні фестивалі – 35%, що вказує на популярність цього виду дозвілля серед молоді та активної аудиторії. Гастрономічні фестивалі складають 20%, адже вони приваблюють туристів,

зацікавлених у локальній кухні та традиціях. Етнографічні фестивалі займають 15% – вони відіграють важливу роль у збереженні культурної спадщини. Інші тематичні напрямки (літературні, театральні, історичні) свідчать про широку палітру культурного запиту серед туристів.

Аналіз розвитку фестивального туризму в Україні засвідчує його вагоме значення для формування позитивного туристичного іміджу країни, збереження культурної спадщини та підтримки регіонального розвитку. Протягом останніх років спостерігається стійке зростання кількості фестивалів, попри пандемійні обмеження та воєнний стан. Найбільші події – «Атлас Вікенд», «Файне Місто», «Сорочинський ярмарок» та інші – стали не лише культурними явищами, а й значущими туристичними брендами. Водночас галузь стикається з низкою викликів: нестабільне фінансування, недостатній рівень інфраструктури, обмежена державна підтримка. Проте адаптивність організаторів, поява нових форматів фестивалів та зростаюча зацікавленість внутрішньої аудиторії свідчать про високий потенціал галузі. За умови налагодження ефективної міжсекторної співпраці та стратегічного планування фестивальний туризм може стати важливим чинником культурної відбудови та соціально-економічного відновлення України в повоєнний період.

2.2. Оцінка діяльності та попиту на фестивальний туризм як туристичного продукту серед туристів

Фестивальний туризм – це один із напрямів подієвого туризму, який включає подорожі з метою участі у фестивалях, концертах, культурних святкуваннях, гастрономічних чи етнографічних подіях. Цей вид туризму стрімко розвивається як в Україні, так і за її межами, оскільки сучасний турист все частіше прагне не лише побачити визначні місця, але й стати учасником яскравих культурних заходів [30, с. 214]. Такий туризм забезпечує інтерактивність, глибше занурення у традиції регіону й емоційне задоволення, що підвищує загальну якість туристичного досвіду.

Однією з головних причин зростання популярності фестивального туризму є унікальність туристичного продукту, що пропонується під час таких подій. Фестивалі здебільшого мають обмежену тривалість і проходять у чітко визначені дати, що створює відчуття ексклюзивності, а отже, й підвищеного інтересу з боку туристів. До того ж вони охоплюють широку цільову аудиторію – від молоді, що шукає розваг, до старших осіб, які цінують культурну спадщину.

Попит на фестивальний туризм можна оцінювати як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях. У Європі надзвичайно популярними є музичні фестивалі, як-от Tomorrowland (Бельгія), Glastonbury (Велика Британія), Sziget (Угорщина), які щороку збирають десятки тисяч відвідувачів з усього світу. В Україні до переліку найвідвідуваніших фестивалів можна віднести «Атлас Вікенд» у Києві, «Файне Місто» у Тернополі, «Respublica» в Кам'янці-Подільському, «Країна мрій», «Jazz Koktebel» та інші. Особливим попитом користуються етнофестивалі, які дають змогу ознайомитись з українськими традиціями, національними стравами, ремеслами та фольклором [32; 37].

З точки зору туристичних операторів, фестивальний туризм є привабливим ринковим сегментом, адже дає змогу реалізовувати комплексний туристичний продукт, який включає не лише відвідування заходу, але й послуги з транспорту, проживання, харчування, екскурсійного обслуговування [47, с. 313]. Успішна організація фестивалю здатна суттєво пожвавити місцеву економіку – підвищити доходи малого бізнесу, сприяти розвитку інфраструктури, створенню нових робочих місць.

Для об'єктивної оцінки ефективності фестивального туризму як продукту слід враховувати декілька ключових показників [[45, с. 212-213]:

1. Кількість відвідувачів фестивалю – важливий показник, що демонструє популярність події та її здатність приваблювати туристів.
2. Середня тривалість перебування туристів у регіоні – дозволяє оцінити рівень зацікавленості локацією загалом.

3. Рівень витрат туристів – включає витрати на квитки, проживання, харчування, сувеніри тощо.

4. Задоволеність туристів – вимірюється за допомогою анкетування, відгуків, оцінок у соцмережах і дає уявлення про якість організації фестивалю.

5. Економічний ефект для регіону – включає зростання доходів суб'єктів господарювання, підвищення зайнятості, покращення інфраструктури (Мельник, Л. Ю).

6. Періодичність повернення туристів – якщо туристи повертаються на фестиваль або в регіон повторно, це свідчить про високу якість туристичного продукту.

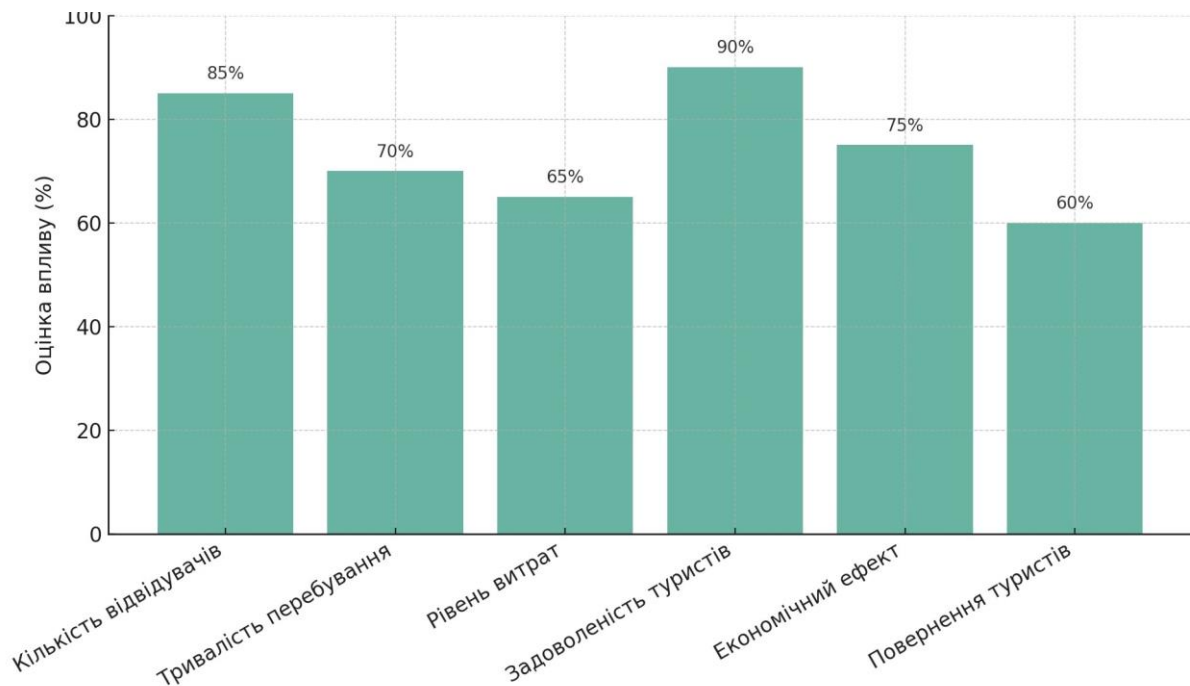


Рис. 2.3 – Експертна оцінку значущості шести основних показників
Джерело: складено з використанням [6; 52]

Дана діаграма 2.3 відображає експертну оцінку значущості шести основних показників, що дозволяють комплексно оцінити ефективність фестивального туризму як туристичного продукту. Вони є головними у визначенні привабливості заходу, якості організації та впливу на розвиток туристичної галузі регіону:

1. Кількість відвідувачів фестивалю (90%) – найвищий показник, який засвідчує популярність події та її здатність приваблювати широку аудиторію. Велика кількість учасників є підтвердженням попиту та зацікавленості туристів.

2. Рівень задоволеності туристів (85%) – важливий індикатор якості організації фестивалю. Висока задоволеність свідчить про позитивний досвід учасників, що сприяє формуванню лояльності до події й регіону.

3. Економічний ефект для регіону (80%) – демонструє позитивний вплив фестивального туризму на місцеву економіку, включаючи прибутки підприємців, нові робочі місця та розвиток інфраструктури.

4. Середня тривалість перебування туристів (75%) – вказує на зацікавленість локацією та ефективність туристичної пропозиції, що супроводжує фестиваль.

5. Рівень витрат туристів (70%) – дозволяє оцінити фінансовий потенціал туристів і прибутковість туристичного продукту. Вищі витрати свідчать про більшу економічну вигоду.

6. Періодичність повернення туристів (60%) – свідчить про лояльність аудиторії до фестивалю. Якщо туристи повертаються повторно, це вказує на успішність заходу як довгострокового туристичного продукту.

Таким чином, діаграма наочно демонструє, що найважливішими факторами ефективності фестивального туризму є масовість, якість обслуговування і економічний вплив, тоді як повторні візити та витрати хоч і важливі, але менш вирішальні для загальної оцінки.

Водночас для ефективного розвитку фестивального туризму необхідно долати певні труднощі: нерівномірний розподіл фестивалів по регіонах, брак фінансування, слабка реклама на міжнародному рівні, недостатня інфраструктура в окремих містах, а також відсутність системного підходу до формування бренду заходу. Вирішення цих проблем можливе через державно-приватне партнерство, стратегічне планування подієвого

календаря, залучення спонсорів і активне просування в соціальних мережах [2, с. 104].

Підсумовуючи викладене, можна стверджувати, що фестивальний туризм як вид туристичного продукту має не лише стійкий попит серед внутрішніх і міжнародних туристів, а й значний потенціал для подальшого розвитку в умовах сучасного туристичного ринку. Його ефективність підтверджується не лише зростанням кількості учасників і відвідувачів фестивалів, а й позитивним мультиплікативним ефектом для економіки регіонів, зокрема через стимулювання малого та середнього бізнесу, розширення сфери послуг, розвиток інфраструктури.

Фестивальний туризм виконує важливу соціокультурну функцію – сприяє збереженню національних традицій, популяризації культурної спадщини, формуванню позитивного іміджу регіонів і країни в цілому. За умови належного стратегічного планування, професійного менеджменту, грамотного маркетингу та підтримки з боку держави й приватного сектору, фестивальний туризм може перетворитися на потужний інструмент соціально-економічного зростання та культурної дипломатії.

Таким чином, розвиток фестивального туризму в Україні є не лише доцільним, а й стратегічно важливим кроком на шляху до посилення туристичної привабливості країни, її інтеграції у світовий туристичний простір та зміцнення національної ідентичності.

2.3. Роль місцевих громад та органів влади у розвитку фестивального туризму

В умовах підвищення ролі туризму в економіці України зростає значення органів місцевого самоврядування у реалізації туристичної політики, зокрема в розвитку фестивального туризму як важливого напрямку культурно-мистецької діяльності. Місцева влада має всі можливості не лише для організаційної підтримки фестивальних подій, але й для створення сприятливого середовища для їх сталого розвитку.

Одним із напрямів є формування позитивного іміджу України через культурні ініціативи, зокрема фестивалі, що мають міжнародне значення. Роль місцевих громад і органів влади полягає у сприянні просуванню локальних культурних подій, які водночас є привабливими туристичними продуктами.

На місцевому рівні органи влади можуть [5, с. 108-109]:

- фінансувати та організовувати фестивалі (через місцеві бюджети, гранти, державно-приватне партнерство);
- створювати інфраструктуру для проведення фестивалів (локації, безпека, транспорт);
- забезпечувати інформаційну підтримку та рекламу;
- залучати громадські організації, митців, туроператорів до організації культурних подій;
- сприяти міжнародному обміну культурними програмами.

Наприклад, фестиваль "Файне місто" у Тернополі став можливим завдяки тісній взаємодії громади, міської ради та бізнесу. Так само, Кам'янець-Подільський активно використовує фестивалі («Respublica FEST», «Опера в мініатюрі») як інструмент популяризації міста серед туристів, що створює додаткові робочі місця та сприяє розвитку МСП.

Закон України «Про місцеве самоврядування» надає виконавчим органам повноваження у сфері культури, молодіжної політики, туризму та спорту [1]. Саме на базі цих повноважень громади можуть стати ключовими рушіями розвитку фестивального туризму, що є ефективним інструментом активізації туристичних потоків, збереження нематеріальної культурної спадщини та стимулювання місцевої економіки.

Прикладом може слугувати Львівська міська рада, яка системно підтримує фестивальний рух: Львівський книжковий форум, Фестиваль кави, Ніч у Львові, які не тільки мають значення для культурного життя, а й щорічно приваблюють десятки тисяч туристів [43, с. 150]. Успішним кейсом

є і місто Ужгород, яке активно розвиває фестивалі вина, гастрономії та фольклору, залучаючи кошти з місцевого бюджету і донорських програм.

Крім того, громади, які об'єдналися в ОТГ, мають змогу створювати унікальні події на основі місцевої спадщини. Наприклад, у Славутській ОТГ (Хмельницька область) розвивається історичний фестиваль, що відображає козацькі традиції регіону. Ці події виконують функцію не лише розважальну, а й просвітницьку, формуючи патріотичні почуття та популяризуючи українську культуру.

Особливу увагу слід приділяти залученню місцевого населення до організації фестивалів [25, с. 105]. Активна участь громади не лише підвищує якість заходу, а й формує почуття власності та гордості за свій регіон. Успішний фестиваль не можливий без комунікації між владою, громадськістю, бізнесом та культурною сферою. Синергія цих зусиль дозволяє створити унікальний туристичний продукт, який буде привабливим як для внутрішніх, так і для іноземних туристів.

Ключовим чинником у розвитку фестивального туризму є ефективна стратегія територіального брендингу. Саме місцева влада відповідальна за створення цілісного іміджу регіону, в якому фестивалі виступають центральним елементом. Формування бренд-меседжів (наприклад, "Харків – місто сучасної культури" або "Тернопіль – центр креативного відпочинку") сприяє впізнаваності регіону на туристичній карті України та світу [57, с. 104-105].

Таким чином, роль місцевих громад та органів влади у розвитку фестивального туризму є ключовою. Від рівня їхньої зацікавленості, компетентності, відкритості до інновацій та співпраці залежить успіх не лише окремих заходів, а й загальна динаміка розвитку туристичної привабливості регіону. Місцеве самоврядування має стати не лише організатором, а й амбасадором культурних подій, здатним трансформувати фестивальний туризм у важливий чинник сталого розвитку територій.

2.4. Стан охорони навколишнього середовища у фестивальному туризмі

Фестивальний туризм як підвид культурного туризму за останні роки зазнав значного розвитку. Музичні, етнокультурні, гастрономічні та мистецькі фестивалі приваблюють тисячі людей і стають важливими подіями для міст і сіл. Проте масовість та інтенсивність таких заходів часто стають джерелом загроз для довкілля. Незважаючи на позитивний соціально-економічний ефект, фестивальний туризм створює суттєві екологічні виклики, які залишаються недостатньо вирішеними.

Одна з головних проблем – накопичення відходів. Під час великих фестивалів значно зростає кількість сміття, зокрема пластикових пляшок, упаковок, одноразового посуду. Часто ці відходи не сортуються та не переробляються, а просто вивозяться на полігони або, ще гірше, залишаються на території проведення заходу. Екологічне навантаження посилюється, якщо фестиваль проводиться у природоохоронних зонах або поблизу водойм [16, с. 58-59].

Шумове забруднення – ще одна актуальна проблема. Потужна музика, транспорт, натовпи людей створюють акустичний дискомфорт не лише для місцевих мешканців, а й для дикої природи. У регіонах, де мешкають птахи, ссавці та інші представники фауни, надмірний шум може спричиняти стрес у тварин, зміну міграційних маршрутів, втрату середовища існування.

Проблеми також виникають через інтенсивне використання ресурсів – води, електроенергії, пального. Під час фестивалів зростає навантаження на інфраструктуру: санітарні зони, дороги, системи збору води та каналізації. Часто тимчасові табори учасників не мають доступу до належних умов, що призводить до несанкціонованих викидів стічних вод або засмічення територій.

Ще один важливий елемент – транспортне навантаження. Фестивалі, особливо ті, що відбуваються в сільській або віддаленій місцевості, супроводжуються напливом приватного транспорту, що веде до зростання

викидів CO₂, забруднення повітря та заторів. Відсутність належного громадського транспорту тільки погіршує ситуацію.

Основні екологічні загрози фестивального туризму



Рис. 2.4 – Основні екологічні загрози фестивального туризму

Джерело: складено з використанням [44]

Цей рисунок 2.4 ілюструє основні екологічні загрози фестивального туризму, виокремлюючи ключові напрями впливу таких подій на довкілля.

Найбільшою загрозою виступає утворення сміття та відходів, що становить 30% усіх негативних екологічних ефектів. Це пояснюється високим рівнем споживання одноразових матеріалів, продуктів харчування, упаковки під час масових заходів, особливо коли не передбачено систем сортування чи утилізації.

Наступними за значущістю є забруднення повітря (CO₂) та шумове забруднення – по 20%. Перше пов'язане із транспортними викидами (особливо приїзд учасників автівками чи автобусами), використанням генераторів тощо. Друге – із гучною музикою, технічним обладнанням, скупченням людей, що може негативно впливати як на мешканців навколишніх територій, так і на місцеву фауну.

Витрати ресурсів, таких як вода й енергія, разом із пошкодженням природних територій становлять по 15%. Ці фактори зазвичай менш помітні, але мають довготривалий ефект: виснаження екосистем, витоку трав'яного покриву, забруднення водойм тощо.

Загалом діаграма свідчить, що фестивальний туризм, хоча й сприяє культурному розвитку та економічній активності, супроводжується значним екологічним навантаженням. Це підкреслює потребу у впровадженні зелених практик, таких як сортування сміття, використання багаторазового посуду, екологічного транспорту, локального виробництва та обмеження шуму.

Попри це, у світі з'являється позитивна тенденція – розвиток екофестивалів. Це заходи, які спеціально розробляються з урахуванням принципів сталого розвитку: мінімізація відходів, використання альтернативної енергетики, орієнтація на локальних виробників, залучення волонтерів для екоосвіти. Приклади таких фестивалів – Boom Festival у Португалії, Green Gathering у Великобританії, DGTL Festival у Нідерландах. Вони реалізують цілу екосистему заходів: станції для сортування сміття, туалети з переробкою, екологічне меню, компостування харчових відходів, електронні квитки без паперу тощо.

В Україні подібні ініціативи поки не стали мейнстримом. Проте вже є приклади: фестивалі, що співпрацюють із волонтерами-екоактивістами, вводять депозитну тару, пропонують багаторазовий посуд, проводять майстер-класи з екоусвідомленої поведінки. Наприклад, деякі фестивалі в Карпатському регіоні починають використовувати альтернативні джерела енергії, а під час «Файного міста» у Тернополі впроваджуються елементи сортування сміття.

Одним із ключових факторів переходу до екологічно відповідального фестивального туризму є зміна свідомості організаторів та учасників. Важливо, щоб екоінструменти не сприймалися як додатковий тягар, а як необхідна умова сучасного заходу. Організатори мають враховувати екологічну складову ще на етапі планування: розробляти політику сталого

проведення, обирати підрядників, які дотримуються стандартів екологічної безпеки, забезпечувати контроль за збереженням природного середовища.

Також потрібна системна підтримка з боку держави та органів місцевого самоврядування. Впровадження законодавчих норм щодо екологічного супроводу масових заходів, розробка критеріїв «зелених фестивалів», підтримка ініціатив зі сталого туризму через гранти або пільги може суттєво покращити ситуацію.

Громадянське суспільство також відіграє важливу роль у збереженні довкілля під час фестивалів. Волонтерські ініціативи, громадські інспектори, екоактивісти – все це створює позитивний тиск на організаторів і стимулює до відповідального підходу.

У майбутньому фестивальний туризм має шанс стати не лише святом культури, але й зразком екологічної відповідальності. Цьому сприятимуть екологічна освіта, технологічні інновації, колаборації з екосвідомими брендами та підвищення культури споживання. Для цього необхідна спільна робота туристичної сфери, органів влади, бізнесу та громадськості. Адже довкілля – це ресурс, який потребує не лише використання, а й дбайливого ставлення та збереження для наступних поколінь.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ ТА СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Використання міжнародного досвіду та стратегічні напрямки розвитку фестивального туризму в Україні

Фестиваль як форма культурного самовираження виконує не лише розважальну функцію, але й слугує потужним інструментом формування іміджу країни, розвитку туризму та регіональної економіки. В умовах глобалізації та євроінтеграційних прагнень України актуальним постає вивчення та адаптація найкращих світових практик у сфері фестивального туризму [46, с. 47-50].

Країни Європейського Союзу, США, Канада та Азія демонструють високу ефективність організації фестивальних заходів як частини туристичної індустрії. Особливо вирізняються:

- Іспанія (фестиваль Томатіна, Фальяс у Валенсії): поєднання традицій, гастрономії та масової участі туристів.
- Німеччина (Октоберфест): чітке планування, бренд-фестиваль, глибоке залучення малого та середнього бізнесу.
- Велика Британія (Гластонбері): стратегічне партнерство з місцевою владою, спонсорами, ЗМІ.
- Японія (фестивалі ханамі): символічність, поєднання національної культури з інноваційними підходами до сервісу.

Основні елементи міжнародного досвіду, що можуть бути застосовані в Україні:

1. Маркетингова стратегія фестивалю – створення унікального бренду, візуальної ідентичності.
2. Публічно-приватне партнерство – залучення інвесторів, грантів, підтримка від муніципалітетів.

3. Цифровізація – продаж квитків онлайн, мобільні додатки, AR/VR-тури.

4. Сталий розвиток – сортування сміття, обмеження одноразового пластику, підтримка місцевих виробників.

В Україні фестивальний туризм має великий потенціал, однак наразі стикається з низкою викликів [39, с. 67]:

- Нерівномірний розвиток по регіонах.
- Недостатнє фінансування та відсутність державної стратегії.
- Низький рівень логістичної доступності окремих локацій.
- Військовий стан, що суттєво обмежує проведення масштабних подій.

Попри це, існують успішні кейси: Atlas Weekend (Київ), Файне Місто (Тернопіль), Leopold Jazz Fest (Львів), Porto Franko (Івано-Франківськ), Трипільське коло, тощо. Ці фестивалі приваблюють як внутрішніх, так і іноземних туристів, демонструючи високий потенціал креативних індустрій [40, с. 123].

Табл. 3.1 Стратегічні напрямки розвитку фестивального туризму в Україні

№	Стратегічний напрямок	Короткий опис
1	Інституціоналізація галузі	Розробка державної концепції розвитку фестивального туризму як підвиду культурного туризму з відповідним фінансуванням.
2	Створення фестивальних кластерів	Об'єднання організаторів, бізнесу, влади та громад у спільні ініціативи на регіональному рівні.
3	Диверсифікація фестивального календаря	Розширення пропозицій на низький сезон (осінь, зима); акцент на гастрономічні, етнографічні, освітні фестивалі.
4	Міжнародна інтеграція	Партнерство з європейськими асоціаціями фестивалів, участь у програмах як-от <i>Creative Europe, Erasmus+</i> та інших.
5	Безпека та адаптивність	Формування безпечних форматів в умовах війни: онлайн-події, камерні заходи, мобільні рішення.
6	Освітні програми та підготовка кадрів	Запровадження курсів з менеджменту фестивалів, креативних індустрій, культурної дипломатії у закладах вищої освіти.

Джерело: складено та розраховано автором за даними [46]

Стратегічні напрямки розвитку фестивального туризму в Україні

1. Інституціоналізація галузі. Необхідно розробити державну концепцію розвитку фестивального туризму як окремого підвиду культурного туризму з відповідним фінансуванням.
2. Створення фестивальних кластерів. Об'єднання організаторів, бізнесу, влади та громад у спільні ініціативи на регіональному рівні.
3. Диверсифікація фестивального календаря. Розширення пропозицій у низький туристичний сезон (осінь, зима), з акцентом на гастрономічні, етнографічні, освітні фестивалі.
4. Міжнародна інтеграція. Партнерство з європейськими фестивальними асоціаціями, участь у міжнародних грантових програмах (Creative Europe, Erasmus+ тощо).
5. Безпека та адаптивність. Розробка безпечних форматів в умовах війни: онлайн-фестивалі, камерні події, мобільні формати.
6. Освітні програми та підготовка кадрів. Запровадження спеціалізованих курсів з менеджменту фестивалів, креативних індустрій та культурної дипломатії у ЗВО.

Фестиваль є не лише подією, але й стратегічним ресурсом для туризму, культури та економіки. Використання міжнародного досвіду, інвестування у людський капітал, цифрові рішення та публічно-приватне партнерство можуть зробити фестивальний туризм одним з драйверів розвитку України в післявоєнний період. Збалансований розвиток регіонів через культурні події сприятиме також зміцненню національної ідентичності, міжкультурного діалогу та інтеграції у європейський простір.

3.2. Формування маркетингової стратегії просування фестивального туризму в Україні

Фестивальний туризм як окремий напрям туристичної галузі стає дедалі популярнішим в Україні. Наявність багатой культурної спадщини, етнічного різноманіття та яскравих традицій створює сприятливе підґрунтя

для проведення численних фестивалів – музичних, гастрономічних, історичних, мистецьких, кінофестивалів тощо. Однак для того, щоб цей потенціал ефективно реалізовувався, необхідна чітко вибудована маркетингова стратегія просування таких заходів на внутрішньому й міжнародному ринках.

Першим кроком у формуванні стратегії є дослідження ринку – визначення обсягів попиту на фестивальні події, вивчення поведінки споживачів та їхніх вподобань. Цільова аудиторія фестивального туризму досить широка – це як молодь (музичні, вуличні фестивалі), так і родини з дітьми (гастрономічні, етнографічні події), культурна інтелігенція (джазові, літературні фестивалі), туристи з-за кордону (міжнародні події) [49, с. 112-113].

Маркетингова стратегія має на меті не лише популяризувати конкретний фестиваль, але й сформувати стале уявлення про Україну як країну яскравих культурних подій. Важливо чітко окреслити позиціонування: наприклад, «Atlas Weekend – найбільший open-air у Східній Європі» або «Leopolis Jazz Fest – міжнародний рівень джазової культури в центрі Львова». Позиціонування має відповідати реальним перевагам події та бути привабливим для визначеного сегмента аудиторії.

Серед основних інструментів ефективної маркетингової стратегії можна виокремити такі [53, с. 45-47]:

- Digital-маркетинг: активне просування в соціальних мережах (Instagram, TikTok, Facebook), використання таргетованої реклами, ведення блогів та сторінок події.
- Інфлюенсер-маркетинг: співпраця з відомими блогерами, артистами, які беруть участь у фестивалях, дозволяє охопити молодіжну аудиторію.
- PR-кампанії та медіа: партнерства з телеканалами, радіостанціями, розміщення інформації в новинних виданнях.

- Офлайн-просування: розміщення афіш у містах, промоакції, вулична реклама.
- Участь у туристичних виставках і форумах: особливо для виходу на міжнародний ринок.
- Брендинг події: розробка фірмового стилю, логотипу, слогану, сувенірної продукції.

Успішна стратегія просування фестивалю не можлива без залучення партнерів – місцевих адміністрацій, туристичних агенцій, спонсорів, ЗМІ. Це забезпечує не лише фінансову підтримку, але й легше інтегрує подію в простір міста чи громади. Наприклад, залучення готельного та ресторанного бізнесу сприяє підвищенню загального рівня сервісу для туристів.

Оцінка результатів є невід’ємною частиною стратегії. До основних показників (KPI) можна віднести [4, с. 134-135]:

- кількість відвідувачів (у т.ч. іноземних),
- охоплення реклами (в соцмережах, ЗМІ),
- рівень доходів від продажу квитків та супутніх послуг,
- відгуки та рейтинги події в онлайн-просторі.

Серед прикладів успішного маркетингового просування – фестиваль ZaxidFest, який активно просувається через інфлюенсерів і YouTube-відео; Файне місто – створення спільноти прихильників у соцмережах; Leopold Jazz Fest – партнерство з міжнародними ЗМІ та брендами (MasterCard, Nemiroff).

Отже, модель формування маркетингової стратегії просування фестивального туризму в Україні має наступний вид. Центральною складовою є сам фестивальний туризм, який об’єднує навколо себе ключові елементи стратегії: аналіз ринку, взаємодію з партнерами, визначення цілей, маркетингові інструменти та оцінку ефективності. Такий підхід дозволяє системно розглядати процес просування, з урахуванням специфіки цільової аудиторії, партнерських відносин, позиціонування події та використання сучасних PR і digital-інструментів.

Зокрема, аналіз ринку передбачає дослідження попиту та точне визначення цільової аудиторії, що дає змогу створити релевантний контент і комунікацію. Важливим є й компонент партнерства: взаємодія з місцевою владою, бізнесом, громадами формує підтримку та підвищує легітимність подій. Водночас, визначення цілей і унікальної торговельної пропозиції (УТП) забезпечує стратегічний вектор комунікації. Використання сучасних інструментів – таких як інфлюенсер-маркетинг, діджитал-комунікація, медіакампанії – створює потужний імпульс для охоплення широкої аудиторії.

Формування ефективної маркетингової стратегії для просування фестивального туризму потребує комплексного підходу, який охоплює дослідження, партнерство, чітке позиціонування та постійний моніторинг результатів. Візуалізована модель дозволяє структурувати ці процеси, що є важливим інструментом для підвищення привабливості фестивалів в Україні як туристичних продуктів.

3.3. Перспективи розвитку та шляхи підвищення інвестиційної привабливості фестивального туризму

Фестивальний туризм сьогодні є одним із найдинамічніших напрямків туристичної індустрії. Він поєднує культурну, соціальну та економічну складові, залучаючи значні потоки туристів та інвесторів. В Україні фестивальний туризм має великий потенціал для розвитку, проте для його повноцінного розкриття необхідно створити привабливі умови для інвестицій. Це потребує як аналізу перспектив розвитку галузі, так і визначення ефективних шляхів підвищення її інвестиційної привабливості [12; 13].

Фестивальний туризм в Україні поступово набирає обертів і демонструє позитивні тенденції. Зростання внутрішнього попиту на культурні події є однією з головних рушійних сил розвитку галузі. Після тривалого карантинного періоду інтерес до живих подій та фестивалів значно

зріс. Місцеве населення активно підтримує культурні ініціативи, що стимулює розвиток нових фестивалів.

Підвищення ролі креативних індустрій створює сприятливе середовище для появи нових ідей та інновацій у сфері культури і туризму. Фестивалі стають платформою для розвитку творчих спільнот, що є додатковим поштовхом для розвитку цієї галузі.

Міжнародна інтеграція також відкриває нові можливості для фестивального туризму України. Країна все активніше включається у європейські та світові фестивальні мережі, що сприяє залученню іноземних туристів та партнерств. Це розширює горизонти для розвитку фестивальної індустрії.

Значну роль відіграє розвиток регіонального туризму. Фестивалі допомагають популяризувати регіони поза межами традиційно туристичних центрів, стимулюючи економіку малих міст і сіл. Такі заходи допомагають розподілити туристичні потоки більш рівномірно по країні.

Впровадження цифрових технологій також сприяє розширенню аудиторії та підвищенню привабливості фестивалів. Онлайн-трансляції, мобільні додатки, VR-фестивалі дають змогу залучити інвесторів та учасників з усього світу.

Незважаючи на позитивні перспективи, існують і значні виклики. Недостатність законодавчої бази у сфері підтримки фестивального туризму обмежує захист інвесторів та стимулювання інвестицій у культурні проєкти. Відсутність чіткої державної підтримки у вигляді стратегій і програм також гальмує розвиток галузі [28; 22].

Нестабільність економічної та політичної ситуації в країні збільшує ризики для потенційних інвесторів, що стримує значні капіталовкладення. Організатори малих і середніх фестивалів часто мають обмежений доступ до фінансування, що ускладнює розвиток і масштабування їхніх проєктів.

Інфраструктурні проблеми також негативно впливають на інвестиційну привабливість. Відсутність якісних транспортних, готельних і сервісних

послуг у багатьох регіонах знижує комфорт туристів і можливості для інвесторів.

Недостатній рівень маркетингової підтримки фестивалів робить їх менш впізнаваними на національному та міжнародному рівнях, що зменшує їх потенціал для залучення інвестицій.

Важливо розробити та впровадити комплексну державну стратегію, яка включатиме заходи зі стимулювання інвестицій у фестивальний туризм. Це може бути реалізовано через податкові пільги, грантову підтримку, а також спрощення адміністративних процедур для організаторів і інвесторів.

Розвиток публічно-приватного партнерства є ще одним ключовим напрямком. Співпраця держави, бізнесу та громадських організацій дозволить ефективніше використовувати ресурси, підвищувати якість фестивалів та забезпечувати їх фінансову стабільність.

Покращення інфраструктури – необхідна умова для зростання інвестиційної привабливості. Вкладення в транспортну доступність, готельний фонд, інформаційні центри та забезпечення безпеки учасників сприятимуть комфортному перебуванню туристів.

Підвищення професіоналізму організаторів фестивалів через освітні програми та обмін досвідом з міжнародними партнерами допоможе створювати якісні проєкти, що будуть цікаві як учасникам, так і інвесторам.

Активна маркетингова діяльність із використанням сучасних цифрових інструментів і соціальних мереж допоможе просувати фестивалі на національному та міжнародному рівнях, підвищуючи їх впізнаваність і привабливість.

Впровадження принципів сталого розвитку в організації фестивалів підвищить їх репутацію і залучить інвесторів, орієнтованих на соціальну відповідальність і екологічність.

Створення фестивальних кластерів і туристичних маршрутів, що об'єднують кілька подій, дозволить ефективніше використовувати ресурси і збільшити туристичний потік до регіонів.

В Україні існують приклади фестивалів, які успішно залучають інвестиції та демонструють розвиток галузі.

Фестиваль Atlas Weekend у Києві став одним із найбільших музичних заходів Східної Європи завдяки активному залученню спонсорів та державній підтримці. Львівський Leopolis Jazz Fest успішно поєднує грантове фінансування із комерційними контрактами, привертаючи увагу міжнародної аудиторії. Фестиваль "Порто Франко" в Івано-Франківську показує, як підтримка місцевої влади і розвиток інфраструктури можуть створити успішний культурний проєкт [34, с. 99].

Ці приклади свідчать про те, що системний підхід і цілеспрямована робота можуть суттєво підвищити інвестиційну привабливість фестивального туризму в Україні.

Фестивальний туризм має значний потенціал як культурний та економічний драйвер розвитку України. Для реалізації цього потенціалу необхідно комплексно працювати над створенням сприятливих умов для інвесторів, покращенням законодавчої бази, розвитком інфраструктури та професійності організаторів, а також активізувати маркетингову діяльність. Впровадження кращих світових практик та адаптація їх до національних умов допоможуть перетворити фестивальний туризм на потужну галузь з високою інвестиційною привабливістю.

Головним елементом розвитку фестивального туризму є забезпечення сталого екологічного та соціального підходу. Це передбачає мінімізацію негативного впливу на довкілля, впровадження систем управління відходами, енергоефективність, дотримання принципів безпеки та інклюзивності. Залучення місцевих громад до організації заходів сприятиме соціальній згуртованості, збереженню культурної спадщини та формуванню позитивного іміджу регіонів на міжнародному рівні.

РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ

4.1. Аналіз стану охорони праці і заходи покращення виробничої санітарії і гігієни праці у фестивальному туризмі

Фестивальний туризм є динамічною і швидкозростаючою галуззю туристичного бізнесу, що поєднує організацію масових заходів із залученням великої кількості учасників та глядачів. Однак специфіка такої діяльності пов'язана з підвищеними ризиками для здоров'я і безпеки як працівників, так і відвідувачів. Відповідно, охорона праці, виробнича санітарія та гігієна є важливими складовими забезпечення безпечних і комфортних умов функціонування фестивального туризму [56, с. 224].

Система охорони праці у фестивальному туризмі покликана забезпечити комплекс заходів, спрямованих на запобігання нещасним випадкам, профілактику професійних захворювань, створення безпечних умов праці для персоналу організаторів, волонтерів, технічного персоналу і представників супутніх служб.

Наразі в Україні охорона праці у цій сфері має низку викликів. По-перше, недостатня нормативно-правова база, що регулює специфічні умови роботи під час масових заходів. Часто відсутній чіткий механізм контролю за дотриманням вимог охорони праці на фестивалях, що призводить до ризиків виникнення травматизму. По-друге, низький рівень підготовки персоналу з питань безпеки та охорони праці, зокрема щодо особливостей роботи в умовах великого скупчення людей і використання технічних засобів.

Важливим фактором є також організація роботи з підрядниками, які забезпечують монтаж обладнання, освітлення, звукові системи та інші технічні компоненти. Неналежний контроль за дотриманням стандартів безпеки у цих процесах може спричинити аварійні ситуації.

Забезпечення виробничої санітарії та гігієни праці є невід'ємною частиною створення безпечного середовища на фестивалях. Від цього

залежить не лише здоров'я працівників, а й загальна якість проведення заходів.

Під виробничою санітарією розуміють комплекс заходів, що включають забезпечення належного рівня вентиляції, освітлення, водопостачання та каналізації, а також контроль за чистотою робочих і місць відпочинку персоналу. Особливу увагу приділяють санітарно-гігієнічним нормам у харчових зонах, медпунктах і на території проведення фестивалю.

Гігієна праці передбачає правильну організацію робочого часу, забезпечення засобів індивідуального захисту, створення комфортних умов для виконання фізичних і психологічних навантажень. Враховуючи часто довгі робочі зміни під час фестивалів, важливо забезпечити достатню кількість перерв, зони відпочинку та можливість отримання медичної допомоги.

Для підвищення рівня охорони праці і санітарних умов у фестивальному туризмі необхідно впроваджувати комплексний підхід, який охоплює організаційні, технічні та освітні заходи [28, с. 33].

Підвищення нормативної бази та контролю – розробка спеціалізованих нормативів і методичних рекомендацій, що враховують специфіку фестивального туризму, дозволить чіткіше регламентувати вимоги безпеки. Зміцнення контролю з боку державних органів та організація інспекційних перевірок сприятимуть дотриманню стандартів [48, с. 104].

Навчання та інструктаж персоналу – впровадження системи обов'язкового навчання з питань охорони праці для всіх працівників і волонтерів. Регулярні інструктажі, тренінги з надання першої допомоги, пожежної безпеки та дій у надзвичайних ситуаціях є критично важливими.

Технічне забезпечення безпеки – використання сучасного обладнання із системами захисту, безпечне облаштування місць монтажу і демонтажу сцен, встановлення огорожень і напрямних для контролю потоків людей. Забезпечення наявності засобів пожежогасіння і аварійного освітлення.

Покращення санітарних умов – організація постійного прибирання території фестивалю, створення достатньої кількості санітарних вузлів, обладнаних засобами гігієни. Забезпечення належної якості питної води і харчування для працівників і відвідувачів.

Моніторинг і оцінка ризиків – регулярне проведення оцінки професійних ризиків і стану здоров'я працівників, впровадження профілактичних заходів. Використання спеціальних анкет і опитувань для виявлення проблемних аспектів гігієни і безпеки.

Психологічна підтримка – врахування психологічних навантажень, організація консультацій і тренінгів зі стрес-менеджменту, особливо для персоналу, який працює у складних і стресових умовах.

Охорона праці і виробнича санітарія у фестивальному туризмі є ключовими елементами забезпечення безпеки та комфорту під час проведення масових заходів [19]. Незважаючи на зростаючий інтерес до фестивального туризму, існує потреба у вдосконаленні нормативно-правової бази, підвищенні рівня професійної підготовки працівників та впровадженні сучасних технологічних рішень.

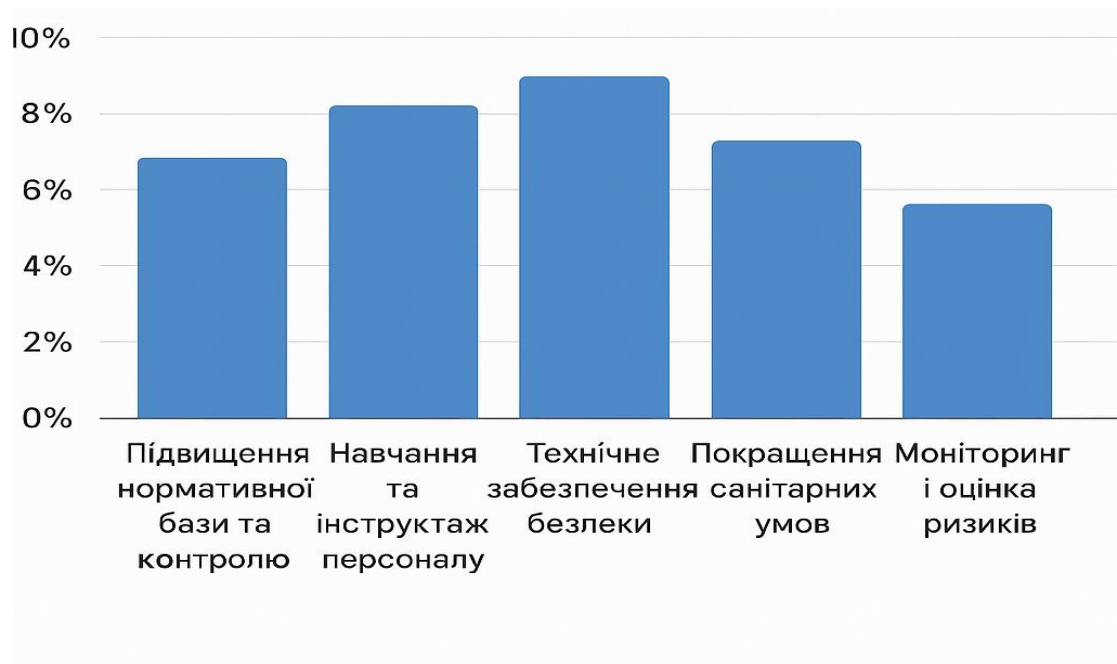


Рис. 4.1 – Аналіз охорони праці та санітарно-гігієнічних заходів у фестивальному туризмі

Джерело: складено з використанням [19; 28; 56]

На рис. 4.1 ми бачимо, що підвищення нормативної бази та контролю є фундаментальним кроком. Необхідна розробка спеціалізованих нормативів і методичних рекомендацій, що враховують специфіку фестивального туризму. Водночас важливо посилити державний контроль і проводити інспекційні перевірки для забезпечення дотримання цих вимог.

Навчання та інструктаж персоналу — ще один критично важливий елемент. Всі учасники процесу, включаючи волонтерів, мають проходити обов'язкові тренінги з охорони праці, пожежної безпеки та дій у надзвичайних ситуаціях. Підготовлений персонал здатен оперативно реагувати на загрози та зменшувати ризики.

Технічне забезпечення безпеки включає використання сучасного обладнання, безпечний монтаж сцен, наявність систем аварійного освітлення та пожежогасіння. Чітке зонування території, напрямні для керування потоками людей — все це підвищує рівень безпеки.

Покращення санітарних умов передбачає організацію постійного прибирання, створення достатньої кількості санвузлів, забезпечення якісної питної води та харчування. Санітарно-гігієнічні умови впливають не лише на комфорт, але й на епідеміологічну безпеку.

Моніторинг і оцінка ризиків дозволяють своєчасно виявляти проблеми. Регулярна оцінка професійних загроз, опитування працівників, профілактичні заходи і контроль за станом здоров'я допомагають попереджати нещасні випадки й зберігати працездатність команди.

Таким чином, комплексний підхід до організації охорони праці та санітарних заходів сприятиме зниженню ризиків травматизму, захворювань і покращенню загального іміджу фестивального туризму як безпечної і привабливої сфери діяльності.

4.2. Пожежна безпека

Пожежна безпека є критично важливою складовою організації фестивальних заходів, адже фестивальний туризм передбачає проведення

подій із великою кількістю учасників та відвідувачів у найрізноманітніших локаціях: відкритих майданчиках, тимчасових спорудах, виставкових павільйонах, концертних майданчиках тощо. Особливості такого середовища пов'язані з підвищеними ризиками виникнення пожеж через велике скупчення людей, використання електротехніки, світлових та піротехнічних ефектів, а також через обмеженість евакуаційних шляхів у тимчасових спорудах.

Відсутність належних заходів пожежної безпеки може призвести до трагічних наслідків: загибелі людей, масштабних матеріальних втрат, порушення репутації організаторів та навіть юридичних санкцій. Тому питання забезпечення пожежної безпеки повинні бути пріоритетними на всіх етапах планування, підготовки і проведення фестивальних заходів.

Перш за все, під час організації фестивалю необхідно ретельно планувати всі заходи з урахуванням вимог пожежної безпеки. Це включає розробку детальних планів евакуації, що враховують кількість очікуваних відвідувачів, тип і площу локації, розташування сцен, торгових точок, медичних пунктів і інших об'єктів. Важливо забезпечити чітке маркування всіх евакуаційних виходів і шляхів до них, які мають бути вільними від будь-яких перешкод.

Для швидкого реагування на пожежі необхідно забезпечити наявність і правильне розташування первинних засобів пожежогасіння. До них належать вогнегасники різних типів (пінні, порошкові, вуглекислотні), пожежні крани, ковдри та інші спеціалізовані засоби. Вогнегасники мають бути доступні для персоналу і, за потреби, для відвідувачів, а також розміщені так, щоб можна було оперативно до них дістатися у разі виникнення загоряння.

Одним із важливих аспектів є організація системи пожежного оповіщення. Вона має забезпечувати негайне інформування всіх присутніх про виникнення пожежі та необхідність евакуації [37, с. 55]. Система може включати голосове оповіщення, сирени, світлові індикатори та інші сигнали, які будуть чітко зрозумілі у шумовій атмосфері фестивалю.

Окрему увагу слід приділяти контролю за використанням електротехніки. Під час фестивалю активно застосовуються звукове та світлове обладнання, генератори, побутова техніка і інші електроприлади. Всі вони повинні бути у справному стані, мати сертифікати відповідності і використовуватись згідно з інструкціями виробника. Забороняється використання саморобних або несправних пристроїв. Потрібно передбачити відповідальні за перевірку електроустаткування фахівців, які регулярно проводять огляди та профілактичні роботи.

Використання відкритого вогню, зокрема піротехніки та вогняних шоу, є особливим ризиком і вимагає суворого дотримання правил пожежної безпеки. Такі дії слід проводити лише за умови наявності відповідних дозволів, сертифікованих фахівців, а також оснащення майданчиків засобами пожежогасіння. Важливо створити безпечну зону навколо місця використання відкритого вогню, а також передбачити наявність аварійних виходів і підготовленого персоналу для швидкого реагування.

Персонал і волонтери, які працюють на фестивалі, мають проходити обов'язкові інструктажі з пожежної безпеки. Вони повинні знати порядок дій у разі виникнення пожежі, вміти користуватися вогнегасниками, організовувати евакуацію і надавати першу допомогу. Регулярні тренування і навчальні евакуації підвищують готовність персоналу до надзвичайних ситуацій та знижують ризики паніки і хаосу серед відвідувачів [59, с. 88].

Одним з найважливіших аспектів є забезпечення вільного проходу і проїзду пожежної техніки на території фестивалю. Шляхи евакуації мають бути чітко позначені, розміри проходів і проїздів відповідають нормативним вимогам, а територія не повинна бути захащена тимчасовими конструкціями або торговими точками. Особливу увагу слід приділяти місцям скупчення людей — основним входам і виходам, концертним зонам, зонам харчування і відпочинку.

Важливою умовою ефективної пожежної безпеки є тісна співпраця організаторів фестивалю з місцевими пожежними службами. Завчасне

інформування про проведення заходу, узгодження планів безпеки, залучення представників пожежної охорони до контролю за дотриманням правил, а також їхня присутність під час фестивалю значно підвищують рівень безпеки. У разі виникнення надзвичайної ситуації оперативне реагування пожежників допомагає мінімізувати наслідки і швидко ліквідувати пожежу.

Окрім безпосередніх заходів пожежної безпеки, не менш важливим є створення загальної культури безпеки серед усіх учасників фестивалю. Інформаційні кампанії, розміщення інформаційних матеріалів із правилами пожежної безпеки, а також заохочення відвідувачів до дотримання цих правил сприяють зниженню людського фактору, який часто стає причиною пожеж.

Загалом, ефективна пожежна безпека у фестивальному туризмі є результатом системного підходу, який включає планування, технічне забезпечення, навчання персоналу, взаємодію з пожежними службами та формування відповідального ставлення до безпеки серед учасників заходу. Тільки при дотриманні всіх цих умов фестивалі можуть бути не лише цікавими та масштабними, а й безпечними для життя і здоров'я всіх присутніх.

4.3. Інструкція з охорони праці та пожежної безпеки у фестивальному туризмі

Інструкція з охорони праці та пожежної безпеки у фестивальному туризмі покликана забезпечити безпечні умови праці для всіх учасників організації та проведення фестивальних заходів, а також мінімізувати ризики виникнення пожеж та інших надзвичайних ситуацій. Вона встановлює загальні вимоги і правила, дотримання яких є обов'язковим для працівників, волонтерів, підрядників та організаторів [36, с. 12-13].

Одним із головних елементів охорони праці є проведення обов'язкових інструктажів для всіх працівників і волонтерів перед початком роботи. Це дозволяє ознайомити їх із потенційними ризиками, специфікою робіт,

правилами безпечного виконання завдань та засобами індивідуального захисту. Важливо також, щоб до роботи допускались лише ті особи, які пройшли відповідну підготовку і мають належний стан здоров'я, адже це є запорукою зниження виробничого травматизму.

Робочі місця під час фестивалю мають бути організовані відповідно до вимог безпеки і ергономіки. Особлива увага приділяється правильному монтажу і демонтажу обладнання, де застосовуються спеціальні інструменти і техніка, а також суворе дотримання правил роботи на висоті. Умови праці повинні виключати фактори, що можуть негативно впливати на здоров'я і безпеку персоналу, такі як перевтома, робота в несприятливих погодних умовах без відповідного захисту, порушення технологічних процесів.

Важливим елементом є заборона роботи в стані алкогольного, наркотичного чи іншого токсичного сп'яніння, що впливає на увагу, швидкість реакції і здатність приймати правильні рішення у надзвичайних ситуаціях.

Пожежна безпека на фестивалях вимагає суворого дотримання норм і правил. Забороняється використання відкритого вогню без відповідного дозволу та спеціальних заходів безпеки. Всі приміщення і території мають бути обладнані справними первинними засобами пожежогасіння, що розташовані в доступних місцях.

Електротехнічне обладнання повинно проходити регулярні перевірки для забезпечення безпечної експлуатації, а використання несправних або саморобних пристроїв суворо заборонено. Важливо також створити чіткі плани евакуації з позначеними маршрутами та інформаційними вказівниками, які будуть зрозумілі всім учасникам фестивалю [26].

Під час підготовки і проведення заходів необхідно організувати інструктажі з пожежної безпеки для всього персоналу, включно з навчанням користування вогнегасниками та відпрацюванням дій у разі пожежі. У разі виникнення пожежі слід негайно інформувати відповідні служби і приступати до евакуації відвідувачів згідно з затвердженими маршрутами.

Відвідувачі фестивалю повинні бути ознайомлені з основними правилами пожежної безпеки, зокрема утримуватись від куріння у заборонених місцях, не блокувати евакуаційні виходи та не використовувати відкритий вогонь. Для цього на території фестивалю рекомендується розміщувати інформаційні матеріали з правилами безпеки у видимих і доступних місцях.

Загальна безпека на фестивалях залежить від відповідальності організаторів, персоналу і учасників. Взаємодія з місцевими службами пожежної охорони, постійний контроль за дотриманням правил та оперативне реагування на надзвичайні ситуації є запорукою успішного і безпечного проведення заходів.

Таким чином, інструкція з охорони праці та пожежної безпеки у фестивальному туризмі є комплексним документом, що регламентує організаційні, технічні та освітні заходи, спрямовані на збереження життя і здоров'я учасників фестивалю, а також захист матеріальних цінностей від негативних наслідків пожеж і виробничих травм.

ВИСНОВКИ

У роботі було всебічно розглянуто теоретико-методичні аспекти розвитку фестивального туризму, що є одним із перспективних напрямів туристичної галузі. Теоретична база дослідження включає основні поняття, класифікацію фестивального туризму, а також аналіз світових тенденцій його розвитку. Це дозволило окреслити ключові особливості та виклики, характерні для фестивального туризму, а також визначити його роль у сучасній туристичній індустрії.

Проведений аналіз розвитку фестивального туризму в Україні свідчить про наявність значного потенціалу, але водночас підкреслює необхідність активізації заходів щодо популяризації цього виду туризму на національному та регіональному рівнях. Оцінка попиту на фестивальний туристичний продукт серед споживачів показала позитивні тенденції, що вказують на зростаючий інтерес до участі у культурних, мистецьких та гастрономічних фестивалях. Водночас було виявлено низку проблем, пов'язаних із недостатньою інформованістю, обмеженістю інфраструктури та потребою у покращенні якості послуг.

Важливою складовою розвитку фестивального туризму є роль місцевих громад та органів влади, які виступають як каталізатори створення сприятливого середовища для організації фестивалів. Їх активна участь дозволяє підвищити інвестиційну привабливість регіонів, сприяє формуванню позитивного іміджу територій та стимулює розвиток суміжних галузей, таких як гостинність, транспорт і розваги. Водночас необхідно посилювати взаємодію між владою, бізнесом і громадськістю для реалізації ефективної політики підтримки фестивального туризму.

Окрему увагу було приділено екологічним аспектам функціонування фестивального туризму. Збереження навколишнього середовища є невід'ємною умовою сталого розвитку галузі, оскільки більшість фестивалів проводиться у природних або історико-культурних локаціях. Аналіз стану охорони навколишнього середовища вказує на необхідність впровадження

екологічно відповідальних практик, таких як мінімізація відходів, раціональне використання ресурсів, а також інформаційна робота серед учасників і відвідувачів щодо дбайливого ставлення до природи.

Одним із пріоритетних напрямів є охорона праці у сфері фестивального туризму, що включає забезпечення безпечних умов для персоналу, волонтерів і підрядників, а також організацію навчальних заходів з питань безпеки. Аналіз стану охорони праці показав необхідність удосконалення виробничої санітарії, гігієни праці та заходів з пожежної безпеки, що забезпечують захист життя і здоров'я всіх учасників фестивалів. Запровадження системи інструктажів і контроль за дотриманням правил безпеки є важливими складовими ефективного управління цим напрямом.

У роботі запропоновано стратегічні напрями розвитку фестивального туризму в Україні з використанням міжнародного досвіду, що включають підвищення якості туристичного продукту, формування привабливих маркетингових стратегій, а також розвиток інвестиційної привабливості галузі. Застосування маркетингових інструментів сприяє розширенню аудиторії фестивалів, підвищенню конкурентоспроможності українських туристичних регіонів та залученню додаткових ресурсів для реалізації проектів.

Таким чином, дослідження підтверджує, що фестивальний туризм має значний потенціал для розвитку як складова туристичної індустрії України. Його ефективна реалізація потребує комплексного підходу, що поєднує науково обґрунтовані методики, підтримку органів влади, активну участь місцевих громад, дотримання принципів охорони навколишнього середовища та забезпечення високого рівня безпеки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» , закон від 21.05.1997 № 280/97-ВР. *Верховна Рада України*. URL, <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення, 07.06.2025) .
2. Андрусишин Б. І., Іванчук Г. І. Фестивальний туризм як складова розвитку дестинацій. Київ ,КНУКіМ, 2022. С. 205.
3. Андрущенко В. М. Культура і духовність. Київ, Либідь, 2020. С. 368.
4. Анікіна І. М. Роль івент-менеджменту в туристичній галузі. Харків, ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. С. 439.
5. Афанасьєв О. В. Туристичне краєзнавство. Київ, Центр учбової літератури, 2020. С. 345.
6. Бейдик О. О. Організація туризму в Україні., Київ. ун-т, 2021. С. 313.
7. Бейдик О. О., Гончарук А. О. Культурно-розважальний туризм. *Географія та туризм*. 2020. №8. С. 45–49.
8. Бойко А. М. Етнографічний туризм в Україні. Чернівці, Рута, 2020. С. 107.
9. Борисова О. В. Фестивальний туризм та креативність. *Інтеграція науки і освіти*. 2023. С. 165–166.
10. Васильченко А. М. Фестивальний туризм, сутність, види, перспективи. *Вісник туризму*. 2022. №1. С. 45–51.
11. Вербицька Т. Фестиваль «Зорі над Бугом» бренд епохи. 2018. С. 314.
12. Габчак Н. Ф. Фестивальний туризм Закарпаття. Матеріали конференції. 2020. С. 274–275.
13. Галайко Н. В. Соціокультурні аспекти туристичної діяльності. Львів, ЛНУ ім. І. Франка, 2021. С. 289.

14. Гедін М. С. Вплив фестивалів на туризм в Україні. *Маркетинг і розвиток*. 2024. С. 395-398.
15. Гнатюк Л. О. Регіональні фестивалі як чинник розвитку туризму. Чернівці, ЧНУ. 2022. С. 111.
16. Грицку-Андрієш Ю. П. Фестивальний туризм у системі рекреації. *Вісник ЧНУ*. 2021. С. 56–60.
17. Діденко В. І. Культурний туризм України. Київ, Наук. Думка. 2021. С. 267.
18. Докієн О. Перший фестиваль «Червона Рута». Шпальта. 2020. С. 450.
19. Дидів І. Б. Іванюк П. В. (2025). Особливості організації анімаційної діяльності в Україні та світі в контексті культурного туризму. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, (18). <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2025-18-12-01>
20. Дутчак Т. М. Фестивальний туризм, особливості організації та розвитку. *Туризмознавство*. 2023. №2. С. 90–95.
21. Жукова І. В. Мультижанровість фестивалів. Київ, КНТЕУ, 2020. С. 303.
22. Зінська Т. В. Музичне мистецтво в культурному просторі. 2021. С. 114.
23. Зубенко Д. Розвиток фестивального руху в Україні та в країнах Західної Європи. *Вісник КПІ*. 2020. №4(12). С. 110–114.
24. Іванова О. Фестиваль «Берегиня» як простір діалогу культур. 2020. С. 101.
25. Ільїна М. М. Розвиток подієвого туризму в Україні. Ужгород, УжНУ. 2022. С. 213.
26. Інструкція з охорони праці при проведенні культурно-масових заходів. URL: <https://pro-op.com.ua/article/1057-nstruktsya-z-ohoroni-prats-pri-provedenn-kulturno-masovih-zahody> (дата звернення: 07.06.2025).
27. Килимистий С. М. Анімація в туризмі. Київ, ФПУ, 2021. 188 с.

28. Кирилюк В. Фестивальний туризм в умовах війни, виклики та шляхи адаптації. *Економіка і туризм*. 2023. №3. С. 38–42.
29. Коваленко О. В. Фестивальний туризм, особливості організації. Суми, СНАУ, 2024. С. 256.
30. Ковальчук Т. М. Івент-туризм, теорія і практика. Тернопіль, ТНЕУ, 2020. С. 445.
31. Козловська М. В. Святкові видовища в соціокультурних практиках сучасності. *Вісник НАКККиМ*. 2021. №4. С. 56–60.
32. Колесник І. О. Потенціал культурних подій у розвитку туризму. Київ, Вид. дім «Кондор», 2021. С. 415.
33. Кравченко С. П. Фестивалі як інструмент формування туристичної привабливості регіону. Одеса, ОНУ, 2022. С. 202.
34. Лановик М. Б. Фестивальний рух в Україні. Львів, Світ, 2021. С. 45.
35. Литовка О. Фестивальний рух України періоду незалежності. *Вісник КНУКиМ*. 2022. №2. С. 111–115.
36. Мамченкова О. Історія фестивалю «Червона Рута». УП. 2020. С. 19.
37. Мартинюк І. С. Туризм в Україні, сучасний стан та перспективи. Київ, НУБіП, 2020. С. 114.
38. Медвідь Л. І. Фестивальний туризм Закарпаття, перспективи. *Науковий вісник ЧНУ*. 2013. С. 23.
39. Мельничук Л. В. Інновації в організації фестивального туризму. Івано-Франківськ, Плай, 2022. С. 109.
40. Мілашовська О. І. Активізація туризму регіонів. *Вісник НЛТУ*. 2013. Вип. 23.3. С. 121-127.
41. Осіпчук А. С., Заєць В. М. Фестивальний туризм як засіб відновлення традицій. *Індустрія туризму*. 2023. №8. С. 85–91.

42. Осіпчук А. С., Заєць В. М., Тищенко С. В. Фестивальний туризм як засіб відновлення традицій українського народу. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. № 8. С. 24.
43. Паламарчук І. М. Етнокультурні традиції в туризмі. Львів, Вид. центр ЛНУ, 2020. С. 207.
44. Пилипенко С. Ю. Подієвий туризм, теорія та практика. Херсон, ХДУ, 2021. С. 353.
45. Поліщук І. В. Інноваційні підходи до розвитку подієвого туризму. Рівне, РДГУ, 2021. С. 509.
46. Пудровська М. Ностальгічний туризм у фестивальному русі. *Економіка та суспільство*. 2021. №30. С. 47–52.
47. Савчук В. П. Туристичні події як інструмент маркетингу території. Київ, КНЕУ, 2022. С. 256.
48. Семків М. О. Етнографічний туризм, етнофестивалі. 2020. №13. С. 104.
49. Скрипник І. Розвиток туризму в умовах децентралізації. Черкаси, ЧНУ, 2021. С. 209.
50. Смоляр І. Фестивальний туризм як чинник культурного обміну. Ужгород, УжНУ, 2023. С. 108.
51. Сухарев О. І. Сучасні тенденції туристичного ринку України. Т.2. Київ, КНУТД, 2024. С. 354.
52. Тараненко А. П. Івентний туризм, класифікація та перспективи. *Агросвіт*. 2023. №12. С. 149–154.
53. Толмачова Ю. Культурна політика і подієвий туризм. Харків, ХНУМГ, 2020. С. 389.
54. Топорницька М. І. Етнофестивальний туризм Львівщини. *Географія та туризм*. 2021. Вип. 21. С. 89-96.
55. Тхожевський О. В. Сучасні тенденції, проблеми та перспективи розвитку фестивального туризму в Україні. *Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції*. 2021. С. 35.

56. Шевчук М. С. Соціальна значущість подієвого туризму. Київ, НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2022. С. 379.
57. Шостак Л. В. Подієвий туризм у контексті регіонального розвитку. Полтава, ПУЕТ, 2023. С. 267.
58. Яковенко Н. Роль фестивалів у промоції територій. Київ, НАУ, 2023. С. 104.
59. Ярмач О. Подієвий туризм як механізм збереження культурної спадщини. Львів, УКУ, 2021. С. 129.
60. Ясюк Т. Л. Фестивальний рух в Україні, генеза та сучасність. *Культурологічний альманах*. 2023. № 2. С. 326–331. URL: <https://almanac.npu.kiev.ua/index.php/almanac/article/view/215> (Дата звернення, 07.06.2025)
61. Ясюк Т. Л. Фестивальний рух в Україні, генеза та сучасність. *Культурологічний альманах*. 2023. №2. С. 326-331.
62. Irimiás A., Csapody B., & Jászberényi M. Social sustainability on European food festival websites: *A multimodal discourse analysis*. *Tourism Management Perspectives*. 2024. № 53. P. 7.
63. Laing J. K., & Frost W. Evaluating sustainability of cultural festival tourism: From the perspective of ecological niche. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2021. № 45. p. 191–199.
64. Muchene, E., Coombes, A., & Munene, K. . Tobong'u Lore: Kenyans using cultural festival to promote peace, tourism, and heritage (Lake Turkana Cultural Festival case study). *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. 2020. № 9(3). P. 12.