

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут денної освіти
Форма навчання денна
(денна, заочна, заочно-дистанційна)

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту
Завідувач кафедри

_____ Г. П. Склад
(підпис, ініціали та прізвище)

«_____» _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

*на тему: «Перспективи післявоєнного розвитку фестивального
туризму у Львівській області»*

*зі спеціальності 242 Туризм
освітня програма «Туризм» ступеня бакалавра*

Виконавець роботи Берега Федір Олександрович
(прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

Науковий керівник к.е.н., доц. Карпенко Юрій Вікторович
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

Полтава – 2024

ЗМІСТ

Стор.

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ФЕСТИВАЛЬНИМ ТУРИЗМОМ.....	5
1.1 Поняття та сутність фестивального туризму	5
1.2 Інфраструктура фестивального туризму	15
1.3 Менеджмент фестивального туризму	24
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	35
2.1 Оцінка стану туристичної діяльності у Львівській області.....	35
2.2 Аналіз передумов розвитку фестивального туризму у Львівській області	50
2.3 Розробка фестивального туру по м. Львів	70
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	82

ВСТУП

Одним із перспективних напрямів розвитку економіки країни, за оцінками Всесвітньої туристичної організації, є подієвий туризм. Подієві тури, що поєднують в собі традиційний відпочинок та участь в різноманітних подіях стають дедалі популярнішими. Для сучасного туриста дуже важливо забезпечити три складові частини відпочинку: ландшафт – традиції – дозволля. У цьому контексті особливої уваги заслуговують фестивалі й організований на їх підґрунті фестивальний туризм. Фестивальний туризм все більше охоплює все більшу кількість відвідувачів та відображає світову тенденцію людей до пізнавально-розважальної форми відпочинку.

Зважаючи на зростання зацікавленості до даного виду відпочинку, залучення до нього все більшої кількості людей та ресурсів, вважаємо що обрання теми кваліфікаційної роботи пов'язаної з дослідженням розвитком фестивального туризму в Україні в умовах повоєнного відновлення є актуальним.

Питання управління розвитком фестивального туризму висвітлювали у своїх працях такі науковці, як Б. Бринзей, А. Бусловська, Г. Вишневська, Х. Вархоляк, Л. Горшкова, М. Козловська, А. Колосок, Р. Лупак, М. Мальська, Л. Медвідь, Ю. Ометюх, М. Проскурня, В. Тарасюк, М. Топорницька, О. Шиян, М. Щурик та інші. Однак багато питань залишаються відкритими, дискусійними та потребують дослідження, зокрема аспекти управління розвитком фестивального туризму в умовах повоєнного відновлення економіки України.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні заходів, щодо управління розвитком фестивальним туризмом в Україні.

Досягнення та реалізація поставленої у роботі мети потребує вирішення таких завдань:

- дослідити поняття та сутність фестивального туризму;
- охарактеризувати інфраструктуру фестивального туризму;
- з'ясувати особливості менеджменту фестивального туризму;
- здійснити оцінку стану туристичної діяльності у Львівській області;
- здійснити аналіз передумов розвитку фестивального туризму у Львівській області;
- розробити фестивальний туру по м. Львів.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процеси управління розвитком фестивальним туризмом у Львівській області.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні та практичні аспекти дослідження управління розвитком фестивальним туризмом.

У роботі використано такі наукові методи дослідження: морфологічного аналізу, системного аналізу, критичного аналізу, табличний, порівняння та узагальнення.

Інформаційну базу кваліфікаційної роботи склали нормативно-законодавчі акти України, інформація Державного комітету статистики України, ЮНВТО, наукові статті, монографії, матеріали мережі Інтернет.

Результати дослідження доповідались на кафедральному круглому столі студентів та аспірантів «Туризм і молодь – 2024» (м. Полтава, 15 січня 2024 р.), який проводився у Полтавському університеті економіки і торгівлі.

Галуззю застосування результатів дослідження є діяльність підприємств, організацій та установ сфери туризму за для популяризації туристичного потенціалу регіону, сприянню розвитку фестивального туристичного продукту та ефективній реалізації державної та регіональної політики в галузі туризму.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ФЕСТИВАЛЬНИМ ТУРИЗМОМ

1.1 Поняття та сутність фестивального туризму

Найбільш удалим способом адаптації культурного надбання в індустрію туристичного бізнесу є організація та проведення фестивалів, які останніми роками набувають масовості. Можна простежити тенденцію: що більше їх відбувається, то є категорія відвідувачів (туристів), яка весь час зростає, спонукає організаторів таких дійств удосконалювати їх професійно-комерційну основу.

Деякі дослідники схильні навіть виділяти фестивальний туризм як окремий, принципово новий для України вид. На думку М. Шурик та Б. Бринзей, фестивальний туризм слід розглядати як етнографічний чи етнічний складник, бо підґрунтям більшості фестивалів, безперечно, є етнографічні особливості.

Небачений донині в Україні спалах фестивального руху призвів до формування принципово нового сегменту туристичної діяльності – фестивального туризму. І хоча нині фестивальному туризму приділяється ще мало уваги, на наше переконання, цей напрям є перспективним і вартим уваги як із боку споживачів таких послуг, так і з боку організаторів фестивальних турів.

Одним із перспективних напрямів, за оцінками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), є подієвий, або івент (event)-туризм. Слово event (подія, захід) англійською мовою має дуже багато значень: соціально-культурне, технічне, навіть філософське; або ж запланована соціально-суспільна подія, яка відбувається в певний час і з певною метою і має певний резонанс для суспільства

Розвиток івентивного (подієвого) туризму є одним із найефективніших механізмів створення та підтримки позитивного іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації, тобто території, на якій пропонується певний набір послуг, що відповідають туристичному попиту [66].

Івентивний (подієвий) туризм – вид туризму із метою відвідання та участі у відзначенні якоїсь видатної або цікавої події. До видів івенту (event) можна віднести: фестивалі, карнавали, паради, святкування; конференції, форуми, симпозіуми, круглі столи; освітні заходи; концерти; ділові події: виставки, ярмарки, торговельні шоу, презентації, відкриття підприємств тощо [57].

У сучасному світі сформувалася ціла індустрія з організації подій, яка поділяється за характером заходу та кінцевою метою. Значення івентивного (подієвого) туризму зводиться до відвідин подій, які відбуваються в інших країнах, тобто основна ціль подорожі присвячена події, у якій турист прийматиме пасивну (спостерігача) або активну (учасника) участь. Це є унікальний вид туризму, оскільки за характером невичерпний.

Одним із видів івентивного (подієвого) туризму є фестивальний. Поняття «фестиваль» є досить широким і різними дослідниками трактується по-різному. Фестиваль (festival) – це масове театралізоване святкове дійство, яке включає огляд або демонстрацію певних досягнень. Близьким до фестивалю є поняття «фієста» (fiesta) – традиційне народне свято, характерне для іспаномовних країн і поширене в країнах Середземномор'я.

Фестиваль – це масове дійство, що проводиться на вулицях, у парках, стадіонах, клубах, вуличних майданчиках, що визначають специфіку і структуру фестивалів. В Україні є народні гуляння, які є елементами культури певного народу і пов'язуються з традиціями й звичаями, склалися історично та передаються від покоління до покоління і зберігаються протягом тривалого часу.

Класифікувати фестивалі можна за рівнем проведення. Можемо

виокремити міжнародний, всеукраїнський та регіональний рівні. Хоча слід зазначити, що цей поділ є досить умовним. Із часом фестиваль із регіонального може перерости в загальнодержавний, а згодом і в міжнародний, або навпаки. Усе залежить від ефективності організації, популярності фестивалю, наявності спонсорів та багатьох інших чинників [15].

Фестиваль – це святкова подія, для якої характерні розмах і масовість; значна суспільна, святкова зустріч, що супроводжується оглядом досягнень будь-яких видів мистецтв, що забезпечує адаптацію культурного надбання до індустрії туристичного бізнесу. На практиці простежується чітка закономірність: чим більше відбувається фестивалів, тим швидше зростає категорія відвідувачів, що, в свою чергу, спонукає організаторів удосконалювати професійно-комерційну основу заходів [12].

Фестивальний туризм – надзвичайно цікавий напрям, який з'явився порівняно недавно, проте динамічно розвивається, що дозволило йому зайняти вагоме місце в світовому туристському русі. Цільова аудиторія – це туристи з доходом вище за середній. Цей вид туризму пов'язаний із проведенням фольклорних свят, карнавалів і власне фестивалів.

До основних переваг фестивального туризму належать:

1) масштабний і цікавий захід, який здатний привернути в регіон великий потік туристів різних цільових груп;

2) фестивалі сприяють збільшенню часу перебування туристів у тій чи іншій місцевості, оскільки найчастіше люди затримуються ще на кілька днів, щоби ближче познайомитися з новим місцем;

3) вид туризму, який відрізняється невичерпністю ресурсної бази в результаті розроблення різноманітних програм, заходів, запрошення різних хедлайнерів, додавання нових розважальних елементів, зміни місця проведення тощо;

4) організатори завдяки залученню спонсорів і партнерів мають

можливість скоротити витрати на проведення заходу [29].

Фестивальні подорожі мають всі ознаки туризму. Фестивальний туризм довгий час знаходився на стику пізнавального, розважального та етнографічного туризму. Ми не відкидаємо можливості знаходження спільних ознак з іншими видами туризму, але у цього виду є яскраво виражені власні особливості, що дає можливість виділити такі 7 ознак фестивального туризму:

- подорожі є нетривалими (в середньому 3-5 днів);
- мають чітко виражені просторові рамки (місця проведення фестивалів);
- в останні роки спостерігається все більша зацікавленість до фестивалів та свят;
- простежується чітка історія розвитку фестивалів;
- мають мету, що відрізняється від мети пізнавального туризму;
- існують зв'язки з іншими видами туризму;
- створена система класифікацій цього виду туризму.

Саме слово «фестиваль» походить від французького слова *festival*, що означає «святковий». За визначенням енциклопедичного словника, фестиваль – масове святкування, музичні виступи, показ досягнень естрадного, кіно- та циркового мистецтва. Пов'язуючи фестивальну діяльність із зростаючим туристичним рухом, а також зважаючи на міцний зв'язок з його складовими, можемо дати таке визначення: Фестивальний туризм – це організація короткотривалих пізнавальних подорожей терміном на 5-7 днів із метою відвідування певних подій (від концертів сучасної західної музики до релігійних святкувань, від етнічних карнавалів до парадів сучасних субкультур), з періодичністю 1 раз на рік.

До етнічних фестивалів належать:

- різноманітні свята, пов'язані з язичницькими віруваннями (Африканські фестивалі, Івана Купала, Маланка);

- святкування християнських обрядів та свят (Масляна);
- свята, які були започатковані ще в Дохристиянські часи, але під впливом релігії дещо видозмінилися, набувши статусу християнських (Венеціанський карнавал);

- святкування Нового року у різних народів;
- сучасні «збірні» етнічні фестивалі («Фольклорум» Німеччина).

До релігійних фестивалів належать:

- фестивалі, пов'язані зі світовими релігіями (Християнство, Буддизм, Іслам);
- фестивалі, пов'язані з національними релігіями (Іудаїзм, Зороастризм, Індуїзм);
- фестивалі, пов'язані з місцевими віруваннями (тотеїзм, фетишизм, магія, віра в духів предків тощо).

До музичних фестивалів належать:

- фестивалі (концерти) етнічної музики;
- фестивалі (концерти) класичної музики;
- фестивалі (концерти) сучасної музики.

До фестивалів сучасних субкультур належать:

- фестивалі та паради представників нетрадиційної сексуальної орієнтації;
- фестивалі кохання;
- різноманітні свята субкультур (Хіпі, Панк, Рок та ін.);
- кінофестивалі;
- фестивалі (покази) сучасної моди.

До гастрономічних фестивалів належать:

- фестивалі, пов'язані зі збором урожаю (Свято винограду);
- фестивалі, пов'язані певною національною стравою (Фестиваль бринзи);
- фестивалі, присвячені певному напою («Октоберфест», Свято

молодого вина (Грузія).

До спортивних фестивалів належать:

- фестивалі, пов’язані зі святкуванням спортивних подій (відкриття – закриття Олімпійських ігор);
- проведення різноманітних чемпіонатів (Чемпіонати світу з футболу, хокею та ін.).

Розглянемо класифікацію фестивалів по вертикалі (табл. 1.1.1). До уваги дослідники взяли метод об’єктів просторових таксонів.

Таблиця 1.1.1

Класифікація фестивального туризму за масштабом проведення
проводяться [11]

Назва класу	Характерні риси	Назви фестивалів
Міжнародні фестивалі	Приїзд туристів із 3 і більше країн. Значна реклама. Масштаби охоплення туристів.	Карнавал у Ріо-де-Жанейро, Венеціанський Карнавал, Олімпійські ігри, Корида, Томатні бої, Новий рік у Китаї та Таїланді тощо
Національні фестивалі	Фестивалі проводяться в межах однієї країни. Реклама в національних засобах масової інформації. Залучення туристів своєї країни.	Октоберфест (Німеччина), Станфордський фестиваль (Велика Британія), Сорочинський ярмарок (Україна) тощо
Регіональні фестивалі	Свята, що проводяться в межах кількох сіл, або в одному місті. Оголошення лише в районній або в обласній газеті. Маловивчені і мало розрекламовані події серед туристів інших регіонів та інших країн.	«Храмові свята» у селах. Маланка. Дні міста. Ярмарки.

Під час проведення класифікації фестивалів за часовою ознакою (табл. 1.1.2) дослідники використовували історичний метод, тобто визначили причини й фактори, що зумовили виникнення фестивалів, визначили стадії розвитку фестивалів аж до сучасного стану.

Таблиця 1.1.2

Порівняльно-часова класифікація фестивалів проводяться [11]

Види фестивалів	Види фестивалів
Дохристиянські фестивалі	Олімпійські ігри, Язичницькі карнавали, Гладіаторські бої, Давньогрецькі театри.
Фестивалі, пов'язані з появою світових релігій.	З поширенням християнства у світі поширювались і християнські традиції.
Етнічні фестивалі, в яких поєднувались християнські та язичницькі звичаї	Задля популяризації нової релігії місцевому населенню дозволялось поєднувати свої язичницькі святкування з християнськими святами.
Гастрономічні фестивалі	З установленням певних кулінарних традицій виникали і фестивалі
Фестивалі сучасної музики	Спостерігалось значне поширення у 20 столітті поряд глобалізацією та утворенням так званої «світової поп-культури»
Фестивалі сучасних субкультур	Починають поширюватись у 2 половині 20 століття після так званої «сексуальної революції»

Такий підхід до поняття «фестивальний туризм» дозволить розширити існуючі види туризму, розробити концепцію подальшого розвитку туризму та місця фестивалів в економіці регіонів, де вони проводяться [11].

Фестивалі можуть мати різні цілі, але все частіше вони стають туристичною атракцією. Внаслідок підвищеної зацікавленості туристів до фестивалів та подій у туризмі виник такий різновид туризму, як фестивальний.

Фестиваль візуального мистецтва – це подія, де демонструються різні медіапродукти (короткометражні та повнометражні фільми, мультфільми, анімації, графічні об'єкти та проекції).

Складники фестивалю візуального мистецтва є дуже популярними серед населення. Цілями такого проекту є не лише культурний розвиток та розваги, а й розвиток візуального мистецтва та його поширення в маси. Учасники мають змогу представити нові підходи до зйомки, монтажу, графіки та ін. Це можливість для талановитих митців продемонструвати свої вміння, що в подальшому може вплинути на розвиток арт-галузі.

Організація об'єднаних націй з питань освіти, науки і культури ЮНЕСКО приділяє увагу фестивалям. Зростає важливість збирання та збереження інформації про фестивалі, особливо про їхній соціальний та економічний внесок у розвиток суспільства.

Необхідно, щоб проведення фестивалю позитивно впливало на суспільство. ЮНЕСКО виділило такі складники впливу фестивалів на суспільство, як:

- мінімізація негативного впливу на економічне, соціальне та культурне середовище;
- створення економічної вигоди для місцевого населення та просування добробуту приймаючої спільноти;
- покращення умов на ринку праці в середовищі фестивалю та подальше працевлаштування;
- врахування особливостей місцевого населення до прийняття проектних рішень;
- створення приємного досвіду для туристів та їх культурне поєднання з резидентами;
- підтримка розмаїття та внесок у збереження національної та культурної спадщини [22].

Організація фестивалю – це проект, який потребує особливого підходу залежно від масштабів проведення та виду фестивалю, який може бути спрямований на виконання різних цілей (створення туристичного продукту, культурно-освітній розвиток, організація дозвілля населення та ін).

Важливим складником у розробленні проектів є соціальний аналіз, оскільки проект повинен бути спрямований на покращення рівня життя населення. Цей метод дає змогу проаналізувати соціальні проблеми та розробити пропозиції щодо оптимального вирішення проаналізованої ситуації [68].

Соціальний аналіз виконується для визначення корисності та

правильності поставлених цілей та завдань проекту з погляду цільової аудиторії та соціуму.

Основними компонентами соціального аналізу є:

- оцінка населення, що проживає в зоні реалізації проекту, з погляду демографічних та соціокультурних особливостей, умов проживання, зайнятості, відпочинку та визначення ступеня впливу проекту на ці параметри;
- визначення ступеня адекватності проекту культурі та організації населення в районі його реалізації;
- розроблення стратегії забезпечення підтримки проекту на всіх стадіях підготовки, реалізації та експлуатації з боку населення району [6].

Імідж країни, в першу чергу, залежить від іміджу міст держави. Відомий британський науковець С. Анхольт виділяє шість основних вимог, що складають імідж міста: міжнародне значення (внесок міста у світовий прогрес), місце розташування (краса та клімат місцевості), потенціал (економічні та освітні можливості міста, що можуть бути запропоновані гостям, емігрантам і представникам бізнесу), ритм життя (кількість привабливих занять і розваг, що можна знайти у цьому місті), умови (наявність необхідних побутових умов та ступінь розвиненості інфраструктури для проживання у місті), люди (загальна безпека та дружнє ставлення жителів міста до гостей) [1]. Ці критерії можуть бути покладені в основу іміджевих стратегій будь-якої території.

Слід визначити три групи чинників, що впливають на формування іміджу території:

- жорсткі чинники, або економічні, серед яких провідними виступають функціонування об'єктів господарювання, наявність комунікацій тощо;
- м'які чинники, або гуманітарні, серед яких виділяють архітектурно-меморіальні символи, виставково-ярмаркову діяльність, фестивалі, конкурси,

свята, історико-культурні традиції, що мають регіональне або національне визнання, наявність візитних карток регіону;

– територіальні чинники, або просторові, що включають своєрідність розташування, менталітет, привабливість кліматичних, ландшафтних, гідро-мінеральних, біотичних, етнографічних особливостей території.

Суттєва частина другої та окремі складові третьої груп факторів, що впливають на імідж окремої території, можуть виступати джерелом саме тих подій, що допоможуть сформувати позитивний образ території як сприятливого регіону в цілому і культурної дестинації зокрема [30].

У культурному просторі сучасної України все більшого поширення набувають фестивалі в найрізноманітніших формах і масштабах. Фестивалі відіграють надзвичайно велику роль для підняття іміджу України на світовому рівні. Вони потребують значних коштів і затрат часу, тому проводяться раз на рік, а деякі і двічі на рік. Для проведення фестивалів організатори залучають спонсорів як вітчизняних, так і іноземних.

Використання фестивальних ресурсів сприяє також залученню широкого контингенту туристів, мотивом подорожей яких є події культурного життя міста, унікальні природні явища [7].

Отже, фестивальний туризм – це інноваційна форма організації дозвілля туристів, проте завдяки масовості та зростанню популярності останніми роками він стає невід’ємною складовою життя суспільства. Започаткування та проведення фестивалів не тільки позитивно впливає на імідж території, а й відкриває можливості отримання додаткового поштовху до розвитку територій громад. Фестивальний рух відображає світову тенденцію у туризмі, де культурно-пізнавальні та розважальні форми стають основою росту туристичних потоків.

У наступному підрозділі нами буде досліджено інфраструктуру фестивального туризму.

1.2 Інфраструктура фестивального туризму

Туристична інфраструктура – це сукупність спеціалізованих підприємств туристичного обслуговування та інших підприємств та об'єктів, комунікацій та місцевих установ, які тісно пов'язані зі сферою туризму та виконують обслуговуючу роль. Туристична інфраструктура – це сукупність підприємств й інституцій, які є територіальним, матеріальним і організаційним підґрунтям розвитку туризму. Зазначимо, що також інфраструктуру туризму можна розглядати як комплекс видів діяльності щодо створення умов для реалізації туристських послуг. Слушним є і розуміння туристичної інфраструктури як сукупності різноманітних об'єктів, що використовуються для задоволення потреб туристів. Поняття туристичної інфраструктури часто ототожнюють з термінами «інфраструктура туристичного бізнесу», «інфраструктура туристичного ринку» та «туристична індустрія». Під інфраструктурою туристичного бізнесу розуміють сукупність організаційних структур і нормативно оформлених процедур, що забезпечують функціонування та взаємодію суб'єктів туристичної діяльності і регулюють рух матеріальних, фінансових, інформаційних потоків між ними та зовнішнім (соціальним і природним) середовищем [18].

Інфраструктура туристичного ринку охоплює ту частину закладів забезпечення туристичної діяльності, що опосередкована економічними ринковими відносинами (надання комерційних послуг, виготовлення та реалізація товарів тощо). Близьким за змістом є понятійна конструкція «туристична індустрія», яку слід тлумачити як сукупність суб'єктів туристичної діяльності, підприємств харчування, транспорту, торгівлі, закладів культури, освіти, спорту тощо, які забезпечують надання послуг, виробництво та реалізацію товарів для задоволення потреб туристів. Структуру туристичної ринкової інфраструктури можна представити у

вигляді трьох складових: інституційної, інформаційної, регламентуючої.

Інституційну складову становлять загальні інституції (транспорт, готелі, банки, страхові компанії, митниця, інвестиційні фонди тощо) і спеціалізовані інституції (туристичні фірми, рекламні підприємства, спеціалізовані страхові компанії, служби маркетингу тощо).

Інформаційна складова містить такі елементи як:

- розповсюдження інформації (Інтернет, засоби масової інформації);
- інформаційний та рекламний бізнес;
- інформаційно-туристичний ресурс (необхідність створення образу романтичної подорожі, який би приваблював туристів, стимулював туристичну активність і ефективне використання туристичного потенціалу регіону).

Регламентуюча складова туристичної інфраструктури містить в собі нормативно-правові акти, що регулюють відносини в цій сфері життєдіяльності суспільства.

Отже, у широкому розумінні туристична інфраструктура – це сукупність підприємств, установ і закладів, діяльність яких спрямована на задоволення потреб людей, котрі беруть участь в оздоровленні або відпочинку, а також шляхів сполучення і транспорту та об'єктів розміщення туристів, що забезпечують умови стабільного функціонування. У свою чергу інфраструктура певною мірою формує туристичні регіони, сприяє туристичній спеціалізації та профілю господарювання, адже завдяки наявності інфраструктурних зв'язків між окремими об'єктами визначають якість обслуговування на тій чи іншій території [18].

Дозвілля як психологічний стан людини розглядається крізь емоційне сприйняття людиною дозвіллевих занять. Згідно з цією концепцією, дозвіллевими вважаються лише ті види діяльності, що сприймаються людиною позитивно. Дозвілля характеризується специфічними ознаками, пріоритетними серед яких слід назвати:

- 1) свободу вибору дозвіллевої діяльності, свободу від обов'язків;
- 2) добровільну участь в дозвілльвй діяльності;
- 3) бажання отримати радість та задоволення;
- 4) самодостатність та самотинність;
- 5) компенсаційність дозвілля.

Зважаючи на множинність та різноманітність класифікацій дозвілля, загальноприйнятою вважається класифікація дозвілля за такими ознаками:

- видом активності (пасивне та активне дозвілля);
- періодичністю (щоденне, щотижневе, відпускне, святкове);
- тривалістю (короткочасне, довготривале, епізодичне);
- напрямками діяльності (творче, рекреаційне, культурне, спортивне, декоративно-прикладне, туристичне).

Дозвілля має свої обсяги та структурне наповнення. Структура дозвілля охоплює:

- споживання культурних цінностей;
- спілкування;
- творчі зайняття, хобі;
- рекреаційні та оздоровчі заходи;
- суспільно-корисну роботу;
- самоосвіту,
- пасивний відпочинок;
- асоціативні прояви.

При формулюванні функцій дозвілля необхідно враховувати істотні та специфічні риси дозвілля, потреби суспільного розвитку та практико – орієнтований характер дозвілля. Головними соціальними функціями дозвілля є рекреаційна, комунікативна, соціальна, творча, ціннісно-орієнтована, пізнавальна та виховна.

Рекреаційна функція спрямована на зняття виробничої перевтоми, психологічної перенапруги, відтворення фізичних, інтелектуальних,

емоційних сил людини; на зміцнення здоров'я шляхом здійснення дозвіллевим об'єднанням ігрових, оздоровчих, розважальних, спортивних, туристично-екскурсійних програм, проведення вечорів відпочинку, видовищних заходів, театралізованих вистав, масових свят. Рекреаційна функція є однією з провідних для сучасних дозвіллевих закладів, її мета – сприяти відпочинку, неформальному спілкуванню. Рекреаційний потенціал дозвіллевих закладів реалізується завдяки зміні видів дозвіллевої діяльності:

- 1) спілкуванню;
- 2) змаганням;
- 3) мистецтву;
- 4) фізичним навантаженням;
- 5) інтелектуальним програмам.

Комунікативна функція дозволяє розширити можливості для спілкування, подолання самотності, знаходження нових друзів. Вона яскраво виявляється в таких формах дозвілля, як диспут, дискусії, вечори відпочинку, конференції, конкурсні та розважальні програми, просвітницькі акції тощо. При цьому, сила дозвіллевого об'єднання полягає не в безпосередньому впливі на людину, повідомленні їй певної інформації (телебачення, до речі, таких можливостей має значно більше), а в тому, що на дозвіллі людина має можливість різноманітно діяти сама. Інформаційне спілкування передбачає обмін думками, задоволення естетичних та пізнавальних потреб; в емоційному спілкуванні на першому плані – задоволення потреб у співчутті, співпереживанні, взаєморозумінні, дружній підтримці. Емоційне спілкування протікає в нерегламентованих формах і не потребує додаткових зусиль та витрат [18].

Соціальна функція дозвілля сприяє тому, щоб кожна особистість мала власну гідність, могла найти зміст свого існування, сприяє інтеграції людини в суспільство, задовольняє можливість само ідентифікації, дозволяє відчувати свою приналежність до певної спільноти. Вона поєднує в собі, на нашу

думку, функції адаптації, соціалізації, психологічної профілактики і пов'язана з соціально-культурними, рекреаційними, дозвіллевими проектами для інвалідів, осіб похилого віку, представників етноменшин, «важких» підлітків. Ця функція набуває особливого значення на сучасному етапі, коли людина соціально розчарована, емоційно загублена, духовно принижена, не вірить у майбутнє, цинічна по відношенню до минулого; прагматична у своєму підході до сьогодення; втрачає повагу до великих моральних цінностей та норм.

У своїй пізнавальній функції дозвілля постає складовим компонентом неперервної освіти, підкреслюючи важливість самовдосконалення й самоосвіти, духовного збагачення особистості. Пізнавальна функція дозволяє задовольнити потреби в додатковій інформації, в поширенні та набутті нових знань. На відміну від навчальних закладів, дозвіллева діяльність не обмежується певним регламентом та правилами, її реалізація залежить від бажання, ініціативи та самодіяльності членів дозвіллевого закладу з урахуванням їх індивідуальних інтересів та запитів. Пізнавальна функція яскраво виявляється в роботі клубів для людей «золотого» віку, гуртків, довідково-консультаційних служб, інформаційних кабінетів.

Ціннісно-орієнтована функція полягає у формуванні системи ціннісних уявлень та орієнтацій особистості, мотивів, ідеалів, переконань, життєвої позиції і виявляється у ставленні індивіда до навколишнього середовища, до інших людей, до самого себе. Сприймаючи певні події, факти, предмета, наукові концепції, поведінку інших людей, навколишній світ, людина завжди оцінює та формує певне ставлення до них. Оцінювання, сприйняття та розуміння людиною будь-чого відбиває її ставлення до певного явища і впливає на активність особистості [18].

Виховна функція дозвілля має специфічні особливості, які полягають у добровільному включенні людини в дозвіллеву діяльність і виявляється в цілеспрямованому розвитку особистісних потенціалів (пізнавального,

ціннісно-орієнтована, творчого, комунікативного). Дозвіллевий заклад часто постає в ролі додаткової школи як паралельне з навчальною установою джерело знань, набуття певних навичок і розширення культурно-дозвіллевих інтересів. Підкреслюючи виховну функцію дозвілля, наголосимо на тому, що будь-який дозвіллевий заклад має істотні відмінності від інших педагогічних організацій (загальноосвітніх, спортивних, музичних навчальних закладів). Його специфіка полягає в тому, то, на відміну від інших педагогічних систем, у дозвіллевій установі (особливо це стосується клубів та гуртків) педагогічний процес постає як предметна діяльність, але результати цієї діяльності є лише засобом вирішення конкретних завдань, а не самоціллю.

Методами активізації участі населення в культурно-дозвіллевих заходах є: організація днів культури, мистецьких фестивалів, міських свят; організація виставок живопису, історії, архітектури; створення «мистецтвотек»; систематичні трансляції мистецьких радіо - і телепередач; удосконалення маркетингової діяльності музеїв; активізація участі молоді через освітні, культурно-мистецькі, дозвільні проекти; реалізація освітніх і культурних програм для дорослих; створення умов для доступу до музейних цінностей інвалідів; надання системи пільг для волонтерів [18].

Ключовим елементом успішного фестивалю є також інфраструктура. Вона охоплює все, що необхідно для злагодженого проведення події.

Місце проведення заходу. Щоб почати цілеспрямовані пошуки території для місця проведення фестивалю, потрібно передусім визначити загальні умови та критерії, яким ця територія має відповідати:

- 1) територія повинна бути доступна організаторам фестивалю до потенційного початку заходу (це основний критерій, інакше питання про використання цієї території просто відпаде);
- 2) територія повинна бути достатньо просторою, щоб вмістити масовий фестиваль або, навпаки, компактною для невеликої кількості гостей;
- 3) організатори повинні мати доступ до особливої інфраструктури

(озеро для проведення водних змагань, спеціальна апаратура для проведення семінару).

«Заборонені» зони – вхід можливий лише за наявності відповідного квитка. Вхід у заборонену зону можливий лише для тих, хто має на це право. Можуть бути організовані різноманітні зони. Наприклад, на концерті облаштовують глядацьку зону, куди може зайти будь-хто з вхідним квитком. А безпосередньо перед сценою організовують особливу зону, яка потребує додаткового дозволу на вхід. З відповідними VIP-квитками або контрамарками гості можуть потрапити за лаштунки або отримати привілейовані місця.

Безпека. Щоб максимально забезпечити безпеку під час проведення фестивалю, потрібно врахувати такі моменти:

- запасні виходи (повинні бути в достатній кількості, бути зображені на вказівниках, бути вільними для проходу, не захарещеними);
- пожежна безпека (на великих фестивалях – наявність пожежної машини);
- поліція (якщо треба перекривати рух для під'їзду транспорту);
- перша медична допомога (швидка допомога або намети для невідкладної допомоги);
- можливі джерела небезпеки на локації (озеро, ставок – рятувальники);
- огорожа (біля сцени);
- контроль притоку гостей або відвідувачів.

Санітарне обладнання, забезпечення водою та електроенергією. Якщо фестиваль відбувається у приміщенні, то ці проблеми не постають. Якщо ж фестиваль відбувається на відкритому майданчику, потрібно врахувати необхідну кількість санітарного обладнання, а також скласти графік прибирання вбиральнь та їх поповнення засобами гігієни.

Вода потрібна не лише на кухні чи в пунктах харчування, а й у

санітарних приміщеннях, торгових точках.

Для безперебійного забезпечення електроенергією заходів, що відбуваються на відкритому просторі, треба заздалегідь подбати про кабель необхідної довжини та розетки, про освітлення.

Дуже важливо скласти план місцевості, на якому будуть позначені всі об'єкти (торгові точки, санітарне обладнання, електрика, вода).

Персонал для інфраструктури:

- кейтеринг;
- менеджмент (чіткий розподіл ролей);
- технічне обслуговування (не варто недооцінювати працівників цієї сфери, тому що навіть бездоганна техніка може виявитися непотрібною, якщо вона не функціонує);
- програма (у встановлений час усі дійові особи повинні бути присутні в потрібному місці).

Доїзд на фестиваль. Для відвідувачів фестиваль починається ще задовго до початку заходу. Сам процес доїзду на локацію вже є частиною події. Доправлення гостей до місця фестивалю та у зворотному напрямку тим важливіше, чим більше учасників і чим ексклюзивніше місце проведення фестивалю.

При організації доїзду на фестиваль потрібно враховувати такі моменти:

- безпечний доїзд без шкоди для навколишнього середовища;
- встановлення дорожніх знаків з картами доїзду до місця проведення фестивалю;
- можливість розміщення автостоянки та системи її регулювання;
- заборонені для стоянки автомобілів зони.

Ночівля. Організаторам масштабних фестивалів потрібно потурбуватися про розміщення на нічліг як активних, так і пасивних учасників фестивалю. Зокрема, місцями для ночівлі гостей залежно від місця

проведення фестивалю, можуть бути готелі, наметові містечка, спортивні зали/школи, гостинні сім'ї.

Кейтерингове обслуговування гостей. Незалежно від характеру фестивалю забезпечення харчуванням є одним з основних компонентів проведення події. Їжа та напої часто сприяють неформальній комунікації. Кейтеринг (англ. catering від cater – «поставляти провізію») – галузь громадського харчування, пов'язана з наданням послуг на віддалених точках, що включає всі підприємства і служби, які надають підрядні послуги з організації харчування працівників компаній і приватних осіб у приміщенні і на виїзному обслуговуванні, а також здійснюють обслуговування заходів різного призначення і роздрібний продаж готової кулінарної продукції. На практиці під кейтерингом мається на увазі не тільки приготування і доставка їжі, а й обслуговування персоналом, сервіровка, оформлення столу, розливання і подання напоїв гостям і подібні послуги.

Кейтерингове обслуговування проходить поза межами підприємств ресторанного господарства, іноді в місцях, де організувати процес споживання їжі досить складно. Прийнявши замовлення й погодивши місце та час проведення заходу, фірма, яка надає послуги, кейтерингу, скеровує на зазначене місце менеджера, який заздалегідь повинен з'ясувати такі питання:

- 1) чітко визначити межі території, будівлі, відведених під організацію фестивалю;
- 2) обрати місця для розміщення фуршетних (бенкетних) столів, розробити план–схему;
- 3) поклагодити питання водозабезпечення, електропостачання, кондиціювання тощо;
- 4) перевірити наявність аварійних виходів, пожежної та екологічної безпеки;
- 5) вирішити питання розташування на місці проведення заходу

приміщень для персоналу, доготівельних приміщень тощо.

Проведення фестивалю на відкритому повітрі передбачає зведення над столами шатрів, встановлення тентів для захисту гостей і продуктів від сонячних променів і ймовірних опадів.

Підсобні приміщення необхідно розташовувати так, щоб можна було забезпечити зручний їх зв'язок із майданчиком для обслуговування гостей.

Про необхідний персонал – шеф-кухаря, офіціантів, кількох кухарів, барменів, супутній персонал (водії та інше), а також посуд, спеціальне обладнання, наприклад, фуршетні спідниці, марміти, бойлери, за потреби – мобільні електростанції, столи, намети, стільці, скатертини, повинна придбати кейтерингова фірма.

Кейтерингові послуги поділяються на основні та додаткові. До основних належать приготування та доставка продукції ресторанного господарства, послуги офіціантів, барменів; до додаткових – організація культурного дозвілля та дизайнерська робота з оформлення приміщень, прибирання приміщення після бенкету [28].

У наступному підрозділі нами буде досліджено менеджмент фестивального туризму.

1.3 Менеджмент фестивального туризму

Фестивальний туризм належить до спеціалізованих підвидів туризму, він покликаний задовольнити специфічні запити людей під час поїздки та відвідання об'єкта зацікавлення.

Особливості фестивалю – яскравість, неповторність, ексклюзивність і регулярність проведення. Те, що на фестиваль очікують, оскільки знають, що буде цікаво, свідчить про його успішний комерційний та іміджевий потенціал для організаторів, учасників і спонсорів. Фестиваль – це свято особливого

роду, для якого характерні розмах і масовість.

Визначальною особливістю саме фестивального туризму є те, що щороку він поповнюється новими фестивалями, які з одноразових переходять у розряд регулярних. Фестивальні тури є великим і стабільним сегментом сучасного міжнародного фестивального туризму.

Специфіка фестивального туризму полягає в тому, що традиційні туристично-екскурсійні послуги та об'єкти показують в межах культурного і / або спортивного туризму «пакують» у новий туристичний продукт, який поєднує в собі традиційні форми відпочинку з атмосферою свята й можливістю особистої участі в ньому. Усе це значно посилює враження туристів і робить туристичний продукт більш привабливим. Не випадково багато експертів пророкують, що в недалекому майбутньому кількість туристів, які відвідують різного роду фестивальні заходи, перевершить кількість традиційних культурно-пізнавальних турів.

Розроблені в межах фестивального менеджменту підходи й методи є обов'язковою складовою організації фестивального туризму. Фестивальний менеджмент передбачає вивчення особливостей бренду, визначення цільової групи, розробку концепції події, логістичне планування й координацію технічних аспектів, які передують заходу.

Обов'язковим елементом фестивального менеджменту є аналіз результатів фестивальної події, включаючи повернення вкладених коштів (інвестицій) і оцінку соціально-культурного ефекту події (суспільний резонанс, освітлення в середовищі масової інформації, впливу на імідж міста або території). Саму подію фестивальний менеджмент трактує вкрай широко – від етно-, музичних, театральних, історичних фестивалів до міжнародних кінофестивалів. Однак це розмаїття має одну особливість – усі події є запланованими, тобто спеціально й цілеспрямовано організованими [28].

Виокремлюють три основні сфери фестивального менеджменту:

1) події, фестивалі, пов'язані з організованим дозвіллям: спортивні

змагання, концерти, карнавали, фестивалі квітів тощо;

2) культурні події: релігійні свята, події в світі мистецтва, культурної спадщини та фольклору;

3) організаційні події: комерційні та промислові фести, ділові фестивалі тощо [28].

Менеджмент фестивального туризму є одним з найбільш складних видів управлінської діяльності. Не всі підходи і методи менеджменту туризму повною мірою застосовні в управлінні фестивальним туризмом. Це пов'язано з низкою причин:

– тимчасовим, дискретним характером фестивалю, який обмежений у часі від одного дня (фестиваль квітів) до одного місяця (театральний фестиваль). Багато фестивалів тривають усього кілька годин, але вимагають багато часу і сил на підготовку (фестиваль феєрверків). Це передбачає великі трудовитрати, які не можливо знизити навіть тоді, коли виробничий процес стане повністю налагодженим, увійде, так би мовити, «в автоматичний режим роботи». У менеджменті фестивального туризму цього «автоматизму» ніколи не досягнеш. Тут кожна подія, попри свою періодичність, завжди вимагатиме від менеджера значних трудовитрат;

– нестабільністю «трудового колективу», який безпосередньо бере участь у «виробництві» фестивалю. У фестивальному туризмі безпосередні «виробники» фестивалю – режисери, актори, аніматори, працівники сфери громадського харчування, представники транспортних компаній, готельних і туристичних підприємств – не є звичайним трудовим колективом. Вони періодично або епізодично долучаються до організації та проведення фестивалів. Тому класичні підходи менеджменту до управління персоналом або формування колективу тут неприйнятні. Для фест-менеджера важливо відібрати і залучити до проведення подій таких «співвиконавців і співорганізаторів» (суб'єктів господарювання, органів державного і місцевого управління, громадських організацій та об'єднань, юридичних і

фізичних осіб), які самі зацікавлені в передбаченому заході і розраховують отримати від його проведення ті чи інші дивіденди або бонуси;

– абсолютним збігом у часі процесів «виробництва» (проведення фестивалю) і «споживання» (участі у фестивалі). У фестивальному туризмі «виробництво» події, тобто безпосереднє проведення того чи іншого заходу, нерозривно пов’язане з його споживанням;

– необхідністю залучення й використання засобів виробництва, які не перебувають у власності або в управлінні менеджерів фестивального туризму [28].

Однією з особливостей event-менеджменту є те, що він застосовується різними суб'єктами на відповідних управлінських рівнях (рис. 1.3.1).

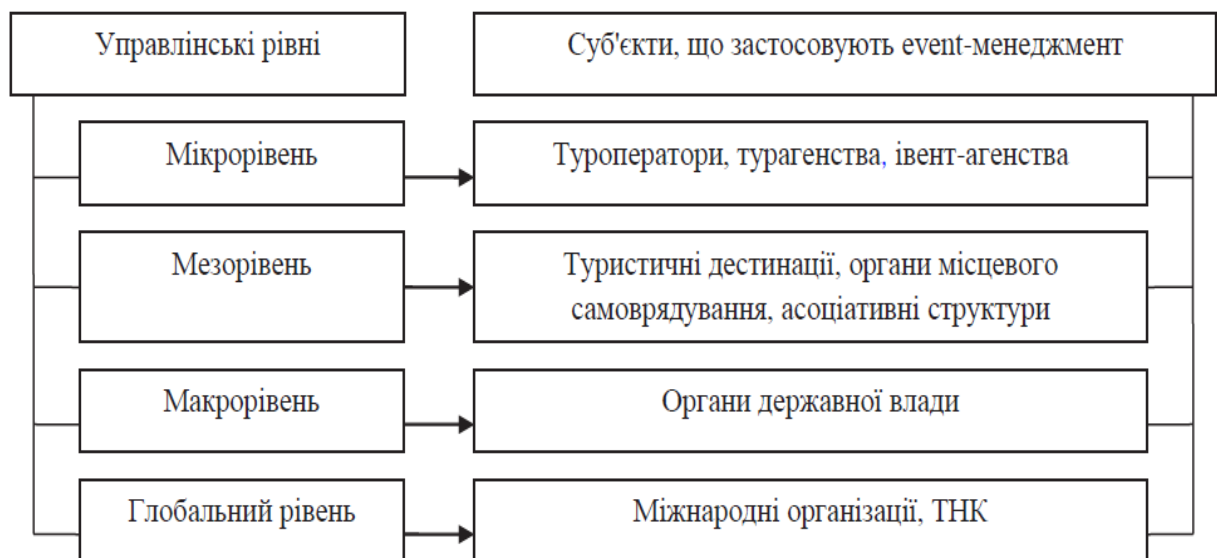


Рис. 1.3.1 Управлінські рівні суб'єктів event-менеджменту Джерело: розроблено авторами за даними [4; 8]

Ефективність event-менеджменту забезпечується застосуванням певних принципів, які охарактеризовано в табл. 1.3.1.

Event-менеджмент включає вивчення особливостей бренду, визначення цільової аудиторії, розробку концепції події, логістичне планування та координацію технічних аспектів, що безпосередньо впливають на проведення заходу.

Таблиця 1.3.1

Основні принципи, що забезпечують ефективність
event-менеджменту [8]

Принципи	Характеристика
Етичні принципи	Дотримання етичних норм, які відображають систему загальних цінностей, суспільних уподобань і правил етики, у практичній роботі event-менеджерів.
Принцип цілісності	Все, що планується та здійснюється в рамках події, має підпорядковуватися цілі її успішної реалізації.
Принцип суб'єктивного підходу	Означає, що кожний захід має свої особливості, зумовлені місцем, часом, визначеними завданнями, складом учасників, баченням проблеми замовниками та виконавцями.
Принцип медійності	Всі події, здійснювані в рамках event-менеджменту, повинні широко висвітлюватися, зокрема, засобами масової інформації як до початку події, так і після її закінчення.
Принцип ефекту впливу	Подія обов'язково має бути привабливою, викликати в аудиторії позитивні емоції своєю незвичайністю, художнім оформленням тощо.
Принцип масовості	Подія має бути масовим заходом і мати підтримку значної кількості прихильників, що закликають до подальшого розширення числа учасників події.
Принцип забезпеченості	Подія має бути забезпечена необхідними ресурсами (матеріально-технічними, фінансовими, кадровими та ін.)
Принцип ефективності	Ефективність заходу визначається на основі оцінки збільшення потоку туристів, а також впливу події на розвиток інших галузей, таких як транспорт, торгівля, готельний та ресторанний бізнес та ін.

Обов'язковими елементами event-менеджменту є аналіз події, інвестування в неї та повернення вкладених коштів, вплив на імідж міста [4].

Застосування системного підходу до організації event-менеджменту передбачає виділення окремих його компонентів, якими, на думку дослідників, мають бути такі блоки.

1. Концептуальний блок – розробка концепції та сценарії заходу; визначення цільової аудиторії, партнерів і зацікавлених сторін, тривалості, місця та оптимальної форми проведення події).

2. Організаційний блок – розроблення логічної схеми створення події,

визначення оптимальної структури, послідовності та змісту робіт, що потребують виконання, організація взаємозв'язків з партнерами і зацікавленими сторонами, визначення порядку здійснення контролю за всіма процесами в ході підготовки до створення заходу та його реалізації.

3. Блок планування – стратегічне планування (оцінка зовнішнього і внутрішнього середовища на основі використання методу SWOT-аналізу з метою виявлення потенціалу сильних сторін та зовнішніх можливостей); поточне планування (визначення термінів виконання робіт та призначення відповідальних, виявлення потреби в ресурсах, складання кошторисів і загального бюджету заходу); оперативне планування (деталізація завдань за комплексами робіт для їх виконавців на короткостроковий період для забезпечення виконання поточного плану).

4. Маркетингово-комунікаційний блок – створення плану висвітлення заходу, визначення засобів масової комунікації, які є ефективними для просування події, підготовка матеріалів для її анонсу, інформаційне просування заходу та висвітлення його результатів.

5. Інформаційно-аналітичний блок – формування інформації, необхідної для підготовки події, визначення економічного ефекту від її реалізації, оцінки задоволення відвідувачів заходу та їх бажання повторної участі в ньому, складання проміжної та підсумкової звітності щодо виконання плану подієвого заходу.

При плануванні заходу особливої уваги потребує його стратегічна частина, розроблення якої передбачає оцінку зовнішнього і внутрішнього середовища з використанням методу SWOT-аналізу. Це дозволить врахувати потенціал максимізації сильних сторін і можливостей та/або мінімізувати вплив слабких сторін і загроз в процесі підготовки подієвого заходу.

Підсумовуючи розгляд особливостей застосування event-менеджменту в управлінні подієвим туризмом, слід виділити основні чинники, що стримують розвиток даного напрямку менеджменту в Україні, якими є:

проблеми, пов'язані з економічною кризою, політичні фактори, недостатня підтримка подієвого туризму з боку держави, зниження попиту на послуги подієвого туризму, що зумовлено низькою платоспроможністю потенційних відвідувачів подієвих заходів, недостатність фахівців, які можуть професійно виконувати функції event-менеджера. Поступове вирішення цих проблем сприятиме поширенню подієвого туризму, що може стати основою для підвищення попиту на послуги event-менеджменту в управлінні цим перспективним напрямом туристичної галузі [8].

Event-менеджмент – це комплекс заходів, що здійснюються для створення масових та корпоративних подій. Сутність event-менеджменту полягає в плануванні та керуванні процесом організації заходів з метою досягнення бажаного результату. Організатори заходів повинні вміти ефективно взаємодіяти зі спонсорами, постачальниками послуг, учасниками та гостями, а також забезпечувати високий рівень сервісу та безпеки на заході.

Event-менеджмент є важливою складовою частиною сучасного бізнесу, яка дозволяє компаніям та організаціям просувати свої продукти та послуги, збільшувати свою репутацію та залучати нових клієнтів. Для успішного проведення заходу необхідно мати достатній досвід, знання та креативне мислення, а також здатність ефективно взаємодіяти з усіма учасниками та контролювати хід подій.

Одна з цілей event-менеджменту у комерційній організації – створення згуртованого колективу співробітників. Керівництво організацій усвідомило, як важливо працювати з людьми, адже внаслідок копіткої праці з цим ресурсом з'являється можливість забезпечити максимально якісне виконання співробітниками своїх обов'язків. Співробітники мають позитивно сприймати корпоративну культуру організації, її цінності, розділяти їх. Проведення подій для співробітників може багато в чому допомогти розв'язувати це питання. Працездатність та лояльність значно підвищуються, коли

співробітник усвідомлює, що саме для нього, а не лише для споживачів, виділяється бюджет на заходи та свята. У результаті, як і внаслідок тренінгів, покращується соціально-психологічний клімат у колективі та збільшується його згуртованість.

Event-менеджмент також впливає на формування позитивного іміджу держави. Один із найпродуктивніших кроків у цьому напрямку, що застосовуються у всьому світі – це організація видовищних спортивних заходів. Event-менеджмент прагне не лише підвищити видовищність заходу, а й отримати матеріальну вигоду для організаторів за допомогою глядачів та спонсорів. Для цього менеджерам доводиться перетворювати спортивний захід на ціле шоу-виставу, щоб інтерес глядачів та спонсорів підвищувався.

Івент-менеджмент є важливою галуззю, що забезпечує планування та виконання різних видів заходів, від конференцій та виставок до святкування та фестивалів. Організатори повинні мати глибокі знання в різних сферах, таких як маркетинг, фінанси, координація, безпека та інші аспекти, щоб забезпечити успішну реалізацію події.

Успіх івенту залежить від досконалого планування, ефективної взаємодії з усіма учасниками та контролю за ходом подій. Івент-менеджер повинен мати достатній досвід та знання в області маркетингу, фінансів, логістики, комунікацій та інших суміжних галузях. Крім того, важливо мати креативне мислення та здатність дивитися на ситуацію з різних сторін, щоб знайти найкращі рішення в будь-якій ситуації [5].

Івент-менеджмент також охоплює підготовку рекламних та PR-кампаній, що сприяє збільшенню зацікавленості гостей та партнерів заходу, забезпечує більшу відвідуваність та популярність заходу. Також івент-менеджер повинен знати, як ефективно використовувати соціальні медіа та інтернет-ресурси для залучення нових учасників та гостей.

Важливо зазначити, що івент-менеджмент не обмежується лише проведенням заходів. Він також містить в собі аналіз результатів проведення

заходу, оцінку ефективності та прийняття рішень щодо подальшого розвитку та покращення заходу у майбутньому.

Основна мета будь-якого івенту – це сприяння досягненню певної мети та досягнення бажаного результату.

Наприклад, ідея, яка закладена в основу корпоративного заходу, може бути спрямована на підвищення мотивації та збільшення комунікативної ефективності співробітників. У такому випадку івент може включати в себе різноманітні тренінги, розваги, командоутворюючі заходи тощо.

Ідея, яка закладена в основу культурно-мистецького заходу, може бути спрямована на просування мистецтва та культури, а також залучення нової аудиторії до культурної спадщини. У такому випадку івент може включати в себе виставки, концерти, театральні вистави, музичні фестивалі тощо.

Також ідея, яка закладена в основу благодійного заходу, може бути спрямована на залучення коштів для благодійної діяльності та сприяння досягненню певної мети. У такому випадку, це – аукціони, концерти, благодійні перегони, вечірки тощо.

Жоден івент не обходиться без планування. Планування є ключовим етапом організації будь-якого заходу. Воно містить визначення мети та цілей заходу, визначення бюджету, вибір місця проведення, відбір учасників або запрошених гостей, розробку програми заходу, вибір інструментів для реклами та просування заходу, підготовку матеріалів тощо.

Крім того, ще одним важливим елементом будь-якого івенту є команда професіоналів, яка здійснює його організацію та проведення. Це можуть бути фахівці з івент-менеджменту, маркетингу, дизайну, технічних питань, гостинності, а також волонтери та інші спеціалісти з різних галузей.

Крім того, неможливо уникнути таких елементів, як технічне обладнання (звукове, світлове, відео тощо), декорації та реквізиту, а також смачної їжі та напоїв, які зазвичай забезпечуються спеціальними партнерами або замовляються на зовнішніх підприємствах. Отже, планування, команда

професіоналів та необхідне обладнання і реквізит є необхідними елементами будь-якого івенту.

Івент-менеджмент – важлива складова туризму та має великий вплив на його розвиток. Організація туристичних івентів не тільки приваблює туристів, але й сприяє розвитку інфраструктури та економіки регіону. У зв'язку з цим, особливості івент-менеджменту у туристичній галузі потребують детального вивчення [5].

Однією з основних складових івент-менеджменту є етапи організації івентів. Для туристичних івентів ці етапи можуть включати підготовку місця проведення, пошук і набір виконавців та організаторів, розробку програми заходу, координацію роботи команди та багато іншого. Кожен етап має свої особливості та вимагає пильної уваги організаторів.

Важливою складовою туристичних івентів є їх види та вплив на розвиток туризму. Наприклад, культурні івенти сприяють збереженню культурної спадщини та привертають до регіону туристів, які цікавляться історією та культурою. Спортивні івенти, у свою чергу, приваблюють туристів, які бажають відвідати заходи з фізичної активності та змагань. Розважальні івенти можуть бути спрямовані на приваблення сімейних пар та дітей, які хочуть відпочити та розважитися.

Організація туристичних івентів має свої особливості у межах різних видів туризму. Наприклад, в організації культурних івентів важливим є пізнання культурної спадщини та традицій регіону, а також співпраця з місцевими організаціями та експертами. У спортивному туризмі, дуже важливим є відповідність івенту рівню підготовки та фізичним можливостям учасників, а також безпека під час проведення івенту. У туризмі з розміщенням, на перший план виступає комфорт та безпека гостей під час проведення заходів.

Зважаючи на те, що туристичні івенти можуть бути проведені у різних місцях та з різними цільовими групами, необхідно підібрати відповідну

стратегію просування заходу. Тут важливо враховувати особливості кожного заходу та його цільову аудиторію. Відповідно до цього, організатори можуть використовувати різні канали комунікації, такі як соціальні мережі, рекламу в інтернеті, пресрелізи та інші.

Окрім того, важливо не забувати про екологічний аспект проведення туристичних івентів. Організатори повинні враховувати вплив заходу на природне середовище та вживати заходів для зменшення негативного впливу [5].

Отже, фестиваль – це подія що відзначається спільнотою та зосереджується на якомусь характерному аспекті чи аспектах цієї життя спільноти. Подієвий менеджмент – це комплекс заходів, що здійснюються для створення масових і корпоративних подій. Івент-менеджер – це сполучна ланка між підрядниками та замовниками, які хочуть отримати круту подію.

У наступному розділі нами буде проведено аналіз передумов та тенденцій розвитку фестивального туризму Львівській області.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1 Оцінка стану туристичної діяльності у Львівській області

Львівська область посідає одне з перших місць в країні за наявністю природних, рекреаційних та оздоровчих ресурсів, які представлені цілющими мінеральними водами (7 видів), лікувальними грязями, озокеритом, на базі яких відомі курорти України та за кордоном – Трускавець, смт Східниця, смт Моршин, смт Немирів, смт Великий Любин, смт Шкло. Південну частину Львівщини займають гірські ландшафти Українських Карпат. На його території знаходяться національні парки «Сколе Бескиди» та «Яворівський». В області є 400 територій та об'єктів природно-заповідного фонду, зокрема державний заповідник «Розточчя», 33 заповідники, ботанічний сад Львівського національного університету І. Франка, 240 пам'яток природи, 55 парків – пам'яток садово-паркового мистецтва, 61 охоронюваний урочище [32].

Відсоток природно-рекреаційного потенціалу Львівщини у загальному природно-ресурсному потенціалі України становить 5,377 %. За даним показником Львівщина поступається лише Закарпаттю. Показник якого становить, приблизно, 7,036 %. У структурі рекреаційних ресурсів області 70 % припадає на ресурси відпочинку та туризму та 30% – на ресурси санаторно-курортного лікування. Загалом, природно-рекреаційні ресурси Львівщини складають 14,3 %, які суттєво перевищують відповідний показник для України (9,5 %) [60].

Особливістю регіону, яка значно підвищує увагу до нього та спонукає до розвитку культурного туризму, є те, що у 2009 р. Львів здобув статус культурної столиці України. Головними підставами такого успіху являється

включення до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО історичної частини міста через велику кількість архітектурних пам'яток, проведення понад 100 фестивалів у Львові та області щорічно, безліч замків та фортець, об'єднаних у «Золота підкова», більше 60 музеїв та 100 храмів різних конфесій, які викликають велику зацікавленість регіоном з боку туристів [56].

В регіоні існує більше 50 туристичних маршрутів (замки, руїни замків, збережені старожитності, монастирі та храми тощо). Згідно з дослідженнями, найбільш поширеними екскурсійними маршрутами, що рекомендують туристичні агентства, є: «До Страдчанської печери», «Жовква та Крехівський монастир», «Свірський замок та Звенигород», «Невідома Львівщина – околиця Львова», «Мала Золота підкова», «На батьківщину Івана Франка в Нагуєвичах», «Перлини Белзького князівства». Польських туристів запрошують відвідати важливі місця їхньої історії – Жовкву, Городок, Івано-Франківськ, а німецькі туристи віддають перевагу колишнім німецьким колоніям – Хоросно, Тернопіль (Дорнфельд), Мервичі (Візенберг) [56].

Різноманітність природних умов та багатство еколого-рекреаційних ресурсів Львівщини створюють сприятливі умови для розвитку екологічного туризму. Загалом у Львівській області є:

- 1) 1 заповідник Розточчя (площею 2084,50 га);
- 2) 2 національні природні парки – «Яворівський» (7078 600 га) та «Сколівські Бескиди» (35684 га);
- 3) 3 регіональних ландшафтних парку – «Верхньодністровські Бескиди» (8536 га), «Надсянський» (19428 га) та «Знесення» (312100 га);
- 4) 37 резервів;
- 5) 176 пам'яток природи;
- 6) 48 охоронних урочищ;
- 7) 261 парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва;
- 8) 3 ботанічних саду та 1 зоопарк [54].

Щодо інфраструктури туристичної галузі, то вона охоплює: 124 санаторії, 500 садіб зеленого туризму, 250 закладів розміщення, 280 закладів харчування, 12 туристичних інформаційних центрів, понад 162 державних та громадських музеїв та галерей, 10 театрів, інші туристичні та рекреаційні заклади; 320 найбільш відвідуваних туристичних об'єктів та пам'яток архітектури, 37 природних комплексів. Регіон надає послуги з підготовки фахівців з підтримки туризму 8 організацій, 3 консульства, 14 туристичних громадських організацій [36].

Туристичні послуги надають 354 туристичних підприємства. Екскурсійні маршрути обслуговують 750 кваліфікованих гідів та перекладачів [60].

За кількістю суб'єктів туристичної діяльності Львівська область займає 3 місце в Україні. У 2020 р. в порівнянні з 2018 р. зменшилась кількість туроператорів із 63 до 61, а в порівнянні з 2019 р. збільшилась на 3 туроператора (5,2 %). Кількість турагентів збільшилась із 2018 р. до 2020 р. на 122 (69,3 %). Також збільшилась кількість суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність із 43 за 2018 р. до 61 за 2020 р., збільшення на 18 (41,9%).

У табл. 2.1.1 наведено суб'єкти туристичної діяльності у Львівській області за 2018-2020 рр.

Якщо порівнювати ці показники з загальними по Україні, то з 2018 р. по 2020 р. в Україні збільшилась кількість суб'єктів туристичної діяльності (юридичні особи) із 1743 за 2018 р. до 1867 за 2020 р., збільшення на 124 (7,1 %), в порівнянні з 2019 р. на 34 (1,8 %). Як бачимо із табл. 2.1.1 туристичні послуги на території Львівської області у 2020 р. надавали 272 суб'єкта туристичної діяльності (фізичні особи-підприємці).

У 2020 р. в порівнянні з 2018 р. збільшилась кількість суб'єктів туристичної діяльності із 123 за 2018 р. до 272 за 2020 р., збільшилась на 149 (121,1 %), а в порівнянні із 2019 р. їх кількість збільшилась на 72 (36 %).

Таблиця 2.1.1

Суб'єкти туристичної діяльності у Львівській області
за 2018-2020 рр. [14]

Найменування показника	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2018	2019	2020	2020/ 2018	2020/ 2019	2020/ 2018	2020/ 2019
Юридичні особи							
Туроператори	63	58	61	-2	+3	-3,2	+5,2
Турагенти	79	72	73	-6	+1	-7,6	+1,4
Суб'єкти що здійснюють екскурсійну діяльність	17	12	14	-3	+2	-17,6	-16,7
Всього	159	142	148	-11	+6	-6,9	+4,2
Фізичні особи підприємці							
Турагенти	97	161	225	+128	+64	+131,9	+39,7
Суб'єкти що здійснюють екскурсійну діяльність	26	39	47	+21	+8	+80,8	+20,5
Всього	123	200	272	+149	+72	+121,1	+36
Разом:	282	342	420	+138	+78	+48,9%	+22,8

Тобто, в 2020 р. туристичну діяльність в області впроваджували 148 суб'єкти туристичної діяльності (юридичні особи), середньооблікова кількість штатних працівників становила 725 осіб, із них мали вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму 366 (50,5 %), жінок 507 (69,9 %), осіб до 30 років 214 (29,5 %).

Фізичні особи підприємці – 277, середньооблікова кількість штатних працівників становила 235 осіб, із них 87 (37 %) мали вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму.

Тобто, у 2020 р. туристичну діяльність в області впроваджували 148 суб'єктів туристичної діяльності (юридичні особи), середньооблікова кількість штатних працівників становила 725 осіб, із них мали вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму 366 (50,5 %), жінок 507 (69,9 %),

осіб до 30 років 214 (29,5 %). Фізичні особи підприємці – 277, середньооблікова кількість штатних працівників становила 235 осіб, із них 87 (37 %) мали вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму.

За даними Головного управління статистики у Львівській області середньооблікова кількість штатних працівників туроператорів у Львівській області більше 400 (2018 р. – 403, 2019 р. – 406), що становить 8,4 % від усіх в Україні за даними 2019 р. Середньооблікова кількість штатних працівників суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність у Львівській області в 2018 р. – 74, 2019р.- 66 осіб.

Важливим видом туристичної діяльності протягом останніх років була екскурсійна діяльність. Упродовж 2019 р. в області діяли 342 суб'єкти туристичної діяльності. За цим показником Львівщина посідає 3 місце в Україні. Серед них: 58 туроператори, 233 турагентів, 51 бюро екскурсійних послуг. Зауважимо, що в 2011 р. туристичні послуги надавали 354 туристичних підприємств. Упродовж 2014 р. у Львівській області діяло 235 суб'єктів туристичної діяльності, що менше порівняно з 2013 р. на 13,6 %. Таким чином, бачимо, що кількість суб'єктів туристичної діяльності щороку зростає [14; 58].

На сьогодні туристично-екскурсійні маршрути обслуговують 750 кваліфікованих екскурсоводів та гідів-перекладачів. У 2013 р. у Львівській області було зареєстровано близько 850 фахівців туристичного супроводу (екскурсоводів, гідів-перекладачів, провідників по горах), які у встановленому порядку отримали Дозвіл на право здійснення туристичного супроводу та надають послуги з екскурсійного обслуговування [58].

Функціонує 6 установ, які проводять курси екскурсоводів та гідів-перекладачів по Львову та Львівській області:

1. Курси «Мандри-Плюс», м. Львів, вул. Герцена,7.
2. Курси при Львівській Асоціації Розвитку Туризму, м. Львів, вул. Тиктора, 5.

3. Курси Інституту туризму Федерації профспілок України при ТЗОВ «Львівське регіональне підприємство з туризму «ГАЛІНТУР», м. Львів, вул. Олени Степанівни, 2.

4. Курси Інституту туризму Федерації профспілок України при ПрАТ «ЛВВІВТУРИСТ», м. Львів, вул. Коновальця, 103.

5. Курси Фонду Святого Володимира, при Туристично-краєзнавчому центрі «Паломник» м. Львів, вул. Антоновича, 22.

6. Курси при Західно-українській регіональній асоціації інноваційних фірм «Львівтехнополіс» м. Львів, вул. Чорновола, 57/706а [58].

Безпосередніми елементами туристичної індустрії є установи державного регулювання сфери туризму. Головними з таких є Управління туризму та курортів Львівської обласної державної адміністрації та Управління туризму Департаменту розвитку Львівської міської ради.

Також на Львівщині проводять активну діяльність туристичні громадські організації та асоціації, а саме: Львівська асоціація розвитку туризму, ГО «Клуб велотуристів друзів природи «Рух», Львівський обласний осередок «Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму», Львівська обласна громадська організація «Товариство власників осель «Галицькі оселі», Асоціація гірських провідників «Ровінь», Львівська міська громадська організація «Федерація спортивного туризму», Центр краєзнавства, екскурсій і туризму учнівської молоді, Західноукраїнська туристична асоціація, «Туристична асоціація рекреаційного розвитку Сколівщини», Асоціація курорт «Сколівський», ГО «Орявчик-Звенів», Клуб Велосипедного туризму «Колесо вітрів», ЛГТО «Обрій», Львівська Асоціація туристичних організацій, Товариство краєзнавців Яворівщини «Гостинець», Львівська обласна молодіжна хостел асоціація.

Основними завданнями згаданих організацій є насамперед реалізація державної політики у сфері туристичної діяльності, забезпечення прав громадян на відпочинок та охорону здоров'я, залучення інвестицій,

пропаганда та популяризація вітчизняного туристичного продукту.

За підтримки державних та громадських органів регулювання та управління туристичною індустрією, на території міста та області були створені центри туристичної інформації. В Львові функціонує 6 таких центрів (Центр туристичної інформації м. Львова, Центр туристичної інформації на залізничному вокзалі, Центр туристичної інформації в аеропорту, Туристично-інформаційний центр Львівської асоціації розвитку туризму, Центр туристичної інформації «Лемберг-Тур», Західноукраїнський інформаційно- туристичний центр «Hostelling International», інші – в Жовкві (Туристично-інформаційний центр м. Жовкви, Туристичний інформаційний центр Державного історико-архітектурного заповідника у м. Жовкві), в Самборі (Туристично-інформаційний центр м. Самбора), та Трускавці (Трускавецький інформаційно- курортний центр).

Львівщина поступово утверджує імідж туристичного хабу країни. Лише протягом останнього року тут розроблено й виготовлено туристичну презентаційно-довідкову та сувенірну продукцію, яка розповсюджувалась на виставкових і презентаційних заходах: путівник «Мандри Львівщиною: природні та еколокації», путівник «Гастромандри Львівщиною», путівник «Персональний гід Львівщиною» (укр. та англ. мовами), туристичні карти Львівщиною (укр., англ. та пол. мовами), гра «Мандрівка Львівщиною» та «Мандрівка Україною», туристичні буклети Львівщини на івриті, туристичні флаєри «LVIV REGION – MUST VISIT» (укр., англ. та кит. мовами), а також інша сувенірна продукція (парасолі з логотипом «LvivRegion – reopleofaction», горнята, рюкзаки, бафи, екосумки, дощовики та USB флеш-накопичувачі з брендуванням, сувенірні значки «Львівщина – люди дії», крафтові пакети із логотипом Львівщини та інше). Було створено 7 промоційних відеороликів про Львівську область: «Львівщина з неба», «В долині Карпатського зубра», «Гологори», «Львівщина. Подорож. Замки», «Львівщина. Подорож. Здоров'я», «Львівщина. Подорож. Гастромандри» та

«Львівщина. Подорож. Активний туризм». Розроблено оновлений дизайн та технічне завдання для ребрендингу туристичного сайту Львівщини www.lviv-region.travel. А також організовано 32 промотури Львівщиною: для представників ЗМІ та блогерів; для туроператорів; для провайдерів медичного туризму; для екскурсоводів та гідів. Організовано та проведено 51 туристичний захід на Львівщині, серед яких найбільш вагомими були Перший форум медичного та оздоровчого туризму Львівського регіону, Міжнародний фестиваль гостинності та готельно-ресторанного бізнесу «HoReCa SHOW Lviv», «Гастрономічна презентація «Європейська кухня з локальних продуктів», Міжнародний день гір «Безпека зимових мандрів у горах», Форум гідів, Туристичний форум «WinwiththeLion / Перемагай з левом», Стратегічна сесія «Великі цілі – досяжні», Східноєвропейський форум гостинності і курортології «Кришталевий лотос», Всесвітній день туризму на Львівщині, День молоді на Львівщині (туристична локація), Львівський міжнародний форум індустрії туризму та гостинності тощо. Представлено Львівщину на 30 виставково-презентаційних заходах – Королівства Іспанії, Ізраїлю, Турецької Республіки, Грузії, Китаю, Республіки Польща (Лодзь, Гданськ, Варшава), Латвійської Республіки, Республіки Азербайджан, Республіки Білорусь, Англії, Республіки Сербія, Республіки Португалія, Чеської Республіки та України (Київ, Львів, Ужгород, Чернівці). Створено мобільний додаток про шляхи активного туризму на Львівщині LvivRegion&GO. Розроблено та ознаковано понад 420 км шляхів активного й екологічного туризму на території Львівської області. Організовано 13 семінарів та навчальних тренінгів для представників туристично-рекреаційного комплексу, екскурсоводів, гідів-перекладачів, гірських провідників, інших (понад 600 осіб) [26].

Львівська область займає 2 місце серед регіонів України за кількістю туристів, обслуговуваних туристичними фірмами. У 2020 р. кількість обслуговуваних туристів (без екскурсоводів) туроператорами та турагентами

Львівської області збільшилась, зокрема підприємцями юридичними особами із 122485 за 2018 р. до 143222 за 2020 р., збільшення на 20737 осіб, що складає 16,9 %.

Кількість обслуговуваних туристів підприємцями – фізичними особами також збільшилась відповідно на 53555 осіб (101,7 %). А кількість обслуговуваних туристів громадян України підприємцями – фізичними особами у межах України зменшилась із 29063 за 2018 р. до 17857 за 2020 р., зменшення на 5367, що становить 38,5 %. Це говорить про те, що потрібно більше розвивати місцевий туризм і активізувати організацію туристичних подорожей у межах рідного краю. Розвиток місцевого туризму не потребує значних капіталовкладень, оскільки передбачає використання наявної інфраструктури населених пунктів та помешкань сільських господарів.

На рис. 2.1.1 показано частку Львівської області в Україні за кількістю туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності.

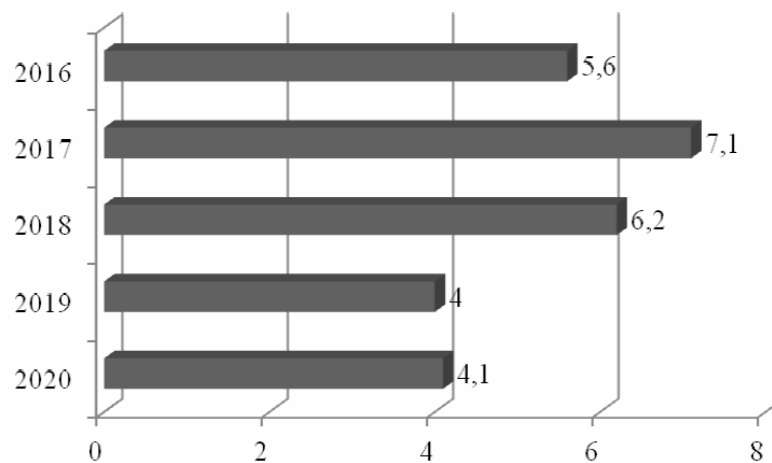


Рис. 2.1.1 Частка Львівської області в Україні за кількістю туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності за 2015-2020 рр., % [14]

У 2020 р. частка Львівської області в Україні за кількістю туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності становить 4,1 %. За 2020 рік кількість туристів іноземців, обслуговуваних турагентами та туроператорами України збільшилась, зокрема туроператорами із 2018 р. до

2020 р. на 5165, що становить 15,8%. У 2020 р. кількість туристів-іноземців, обслуговуваних турагентами та туроператорами України збільшилась, зокрема туроператорами із 2018 р. до 2020 р. на 5165, що становить 15,8 %.

При проведенні аналізу туристичного потоку в'їзних (іноземних) туристів, обслуговуваних туроператорами та тур агентами Львівської області за 2020 р. всього Львівську область відвідали 7929 іноземних туристів. За метою поїздки туристи розподілились наступним чином: дозвілля, відпочинок -5477 (69,1 %); лікування 2419 (30,5 %); спортивний туризм 24 (0,3%); службова, ділова, навчання -9 (0,1 %).

Туристичний збір – це місцевий збір, кошти від якого зараховуються до місцевого бюджету. Місцеві ради самостійно приймають рішення про необхідність справляння даного збору на території громади. Як бачимо за даними табл. 2 лідерами за обсягом туристичного збору в 2020 р. на Львівщині є: міста обласного значення Львів 10 366 144 грн, м. Трускавець 5 722 637 грн, м. Моршин 342 661 грн.

Львівська область увійшла до областей України за найбільшими обсягами надходжень від сплати туристичного збору, що надійшли до місцевих бюджетів у 2019 р. Частка надходжень у Львівській області склала 13,4 млн грн (14,8%). Протягом 2019-2020 рр. область зайняла другі місця серед регіонів України за обсягом туристичного збору, кількістю розміщених у готельних закладах та за кількістю туристів з України. Обсяг надходжень від сплати туристичного збору у 2019 р. склав 90,7 млн грн, що на 29,2 % більше, ніж у 2018 р., а в порівнянні з 2016 р. на 67,7 %. Обсяг надходжень від сплати туристичного збору у Львівській області за 2019 р. більше, ніж в 2018 р. на 25 %, від 2016 р. на 59,4 % [64].

Згідно даних Головного управління статистики у Львівській області динаміка руху туристичних потоків за останні 20 років мала хвилеподібну тенденцію – неодноразові зростання у 2003, 2008, 2010, 2013 рр., із абсолютним піком у 2019 р. і обґрунтованими спадами у 2014 р. та 2020 р.

(рис. 2.1.1) [9; 14].

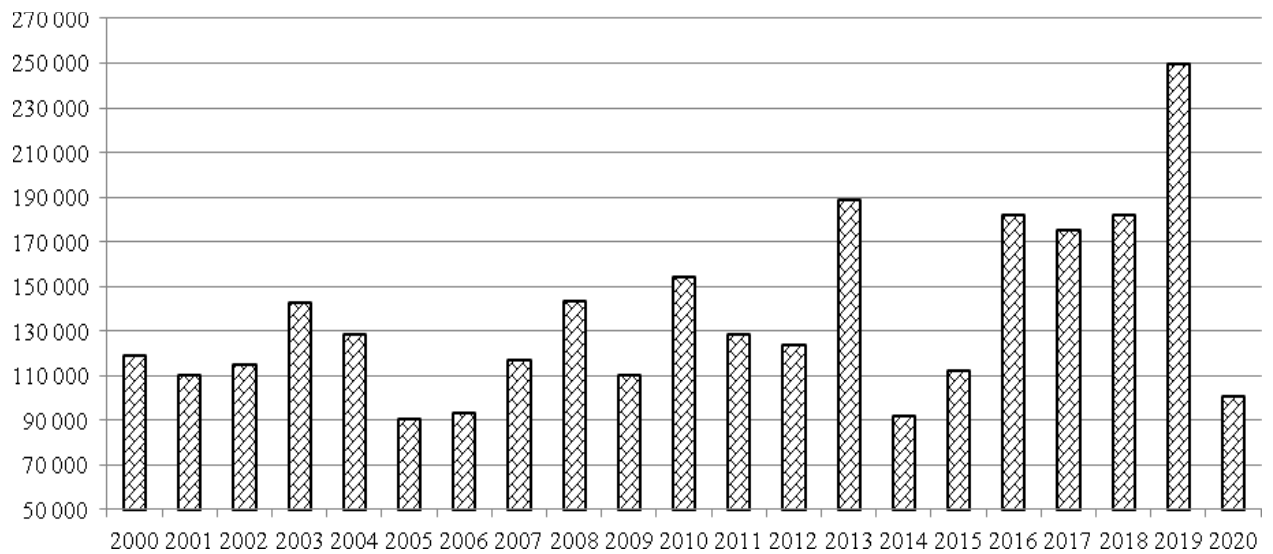


Рис. 2.1.1 Кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності у 2000–2020 рр., осіб [9; 14]

Анексія Криму росією та війна на сході України негативно вплинули на позитивну динаміку розвитку туристичної галузі у Львівській області. Так, у 2014 р. вдвічі скоротилася кількість туристів, обслугованих туристичними підприємствами, у 8 разів – кількість іноземних туристів, вдвічі – кількість українців, які подорожували закордон та внутрішній туристичний потік (рис. 2.1.2) [9; 14].

Як свідчать дані рис. 2.1.2 до 2019 р. показники покращилися та встановили новий рекорд – майже 250 тис. туристів, та більше 150 тис. громадян України, які здійснили подорожі за кордон. Прикро, що така позитивна тенденція була перервана коронавірусною пандемією 2020–2021 рр.

Уже в 2020 р. послугами суб'єктів туристичної діяльності Львівщини скористалися лише 100824 тис. осіб – це найнижчий показник за останні 6 років та більш ніж вдвічі менша кількість туристів, ніж у 2019 р. (249442 осіб). 99 % туристів – громадяни України, 3/4 з яких – українців, які подорожують за кордоном, решту (25 %) становлять туристи-громадяни України, які подорожують в межах держави.

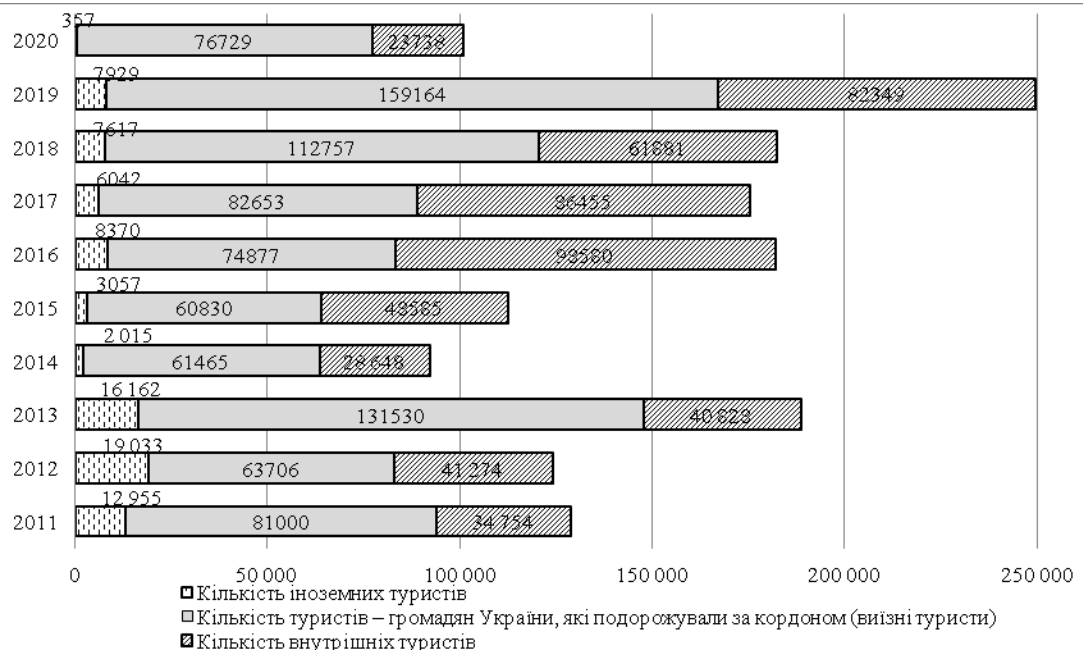


Рис. 2.1.2 Кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності Львівської області у 2011-2020 рр., осіб [9; 14]

Як відомо, показники 2019 р. установили рекорд кількості українців, що подорожували за межами України за весь період державної незалежності – майже 160 тис. осіб. Прикро, але у 2020 р. цей показник зменшився удвічі (76729 осіб). Поїздками туристів-громадян України в межах держави було охоплено близько 23 тис. осіб, втричі менше ніж попереднього року [13; 23].

Туристичні підприємства області у 2020 р. обслужили лише 357 іноземних туристів – в 20 разів менше, ніж у 2019 р., та найменше за весь період статистичних спостережень. Частка іноземців від загального потоку туристів у 2020 р. становила менше 0,5 %.

У 2020 р. Львівську область найбільш чисельно відвідали громадяни Азербайджану, Польщі, Молдови, значно менше – Австрії, Німеччини, Білорусі. Тоді як у 2019 р. туристичними підприємствами Львівщини надано послуги 7, 9 тис. іноземних туристів із 31 країни світу, серед них переважали громадяни Польщі – 1,5 тис. осіб, Азербайджану – 1,3 тис., Білорусі – 0,9 тис. осіб. Загалом, за останні 10 років Львівську область відвідали туристи більш ніж із 100 країн світу. Найбільше туристів з Польщі, Білорусії, Латвії,

Німеччини, США, Канади, Великобританії, Данії, Франції, Азербайджану, Австрії, Італії, Ізраїлю, Угорщини.

Статистичний аналіз туристів міста Львова у 2019 р. демонструє, що традиційними відвідувачами залишились поляки (18,3 % у загальному потоці туристів-іноземців), білоруси (6,6 %), німці (5,4 %), турки (6,2 %) та американці (2,5 %). Неочікуваним виявився приріст туристів з Великобританії – майже вдвічі, до 3 %, та, вперше за останні декілька років, у ТОП-10 країн-відвідувачів увійшли Австрія та Франція, по 1 %. 36% усіх гостей міста – гості з України, здебільшого молодь. Вони часто повертаються до Львова двічі чи навіть тричі за рік, адже не встигають все одразу обійти. На другому місці – поляки, на третьому – білоруси. Серед поляків найпопулярніший «сентиментальний» туризм, коли старше покоління шукає тут своїх далеких родичів або відвідує місця, де народилась і про які розповідала їх родина. Молоді ж поляки їдуть не за сентиментами, а щоб відвідати нове яскраве місто. Почастішали візити білорусів, оскільки є добре сполучення Мінськ–Львів. Їхня поведінка теж відрізняється, вони, як правило, ходять великими групами.

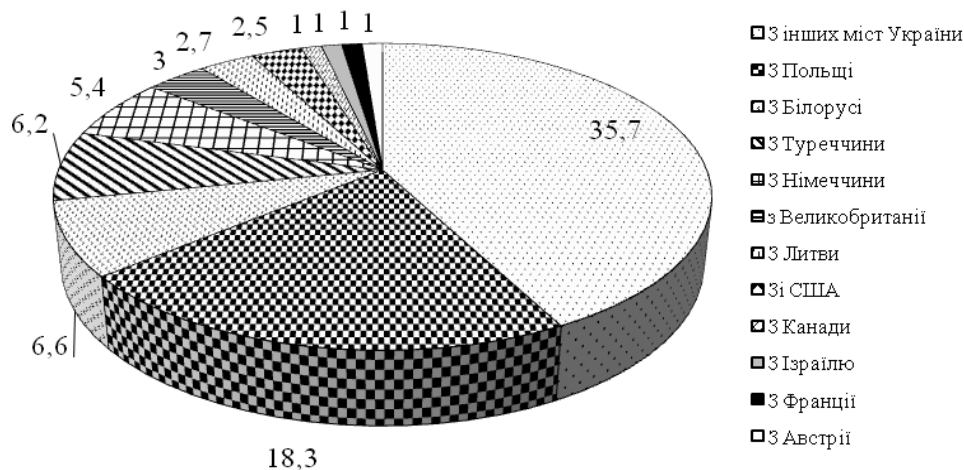


Рис. 2.1.3 Розподіл іноземних туристів м. Львова за країнами їх прибуття у 2019 р., % [9; 14]

До наведеного на рис. 2.1.3 варто додати, що 2020 р. був особливо складним для туристичної галузі Львова: міжнародні сполучення

зменшилися на 74 %, а падіння рівня міжнародного туризму призвело до втрат від експортних доходів, за даними ВТО у розмірі 1,3 трильйона доларів США. Туристів поменшало, проте вони є. Зібрати якісну аналітику за 2020 р. виявилось вкрай складним завданням. Тим не менш, певні дані є – за 2020 р. центри туристичної інформації відвідало 15910 туристів, з яких 51 % – це українці. У зв'язку з карантинними обмеженнями кількість іноземних відвідувачів знизилась на 85,6 %, а українських – на 55,4 %. У топ-5 країн відвідувачів увійшли Польща, Білорусь, Туреччина, Німеччина та Литва. Серед українських міст у першій п'ятірці Київ, Харків, Одеса, Дніпро та Івано-Франківськ.

Бюджет міста Львова поповнився на 168 млн грн коштом прямої сплати податків від туристичної галузі (не враховуючи туристичного збору), що на 28 млн менше попереднього 2019 р., коли міський бюджет Львова отримав 196 млн грн від туризму (на 45 млн грн більше, ніж у 2018 р.).

На рис. 2.1.4 наведено надходження в місцевий бюджет від галузі туризму в 2014-2019 рр., тис. грн

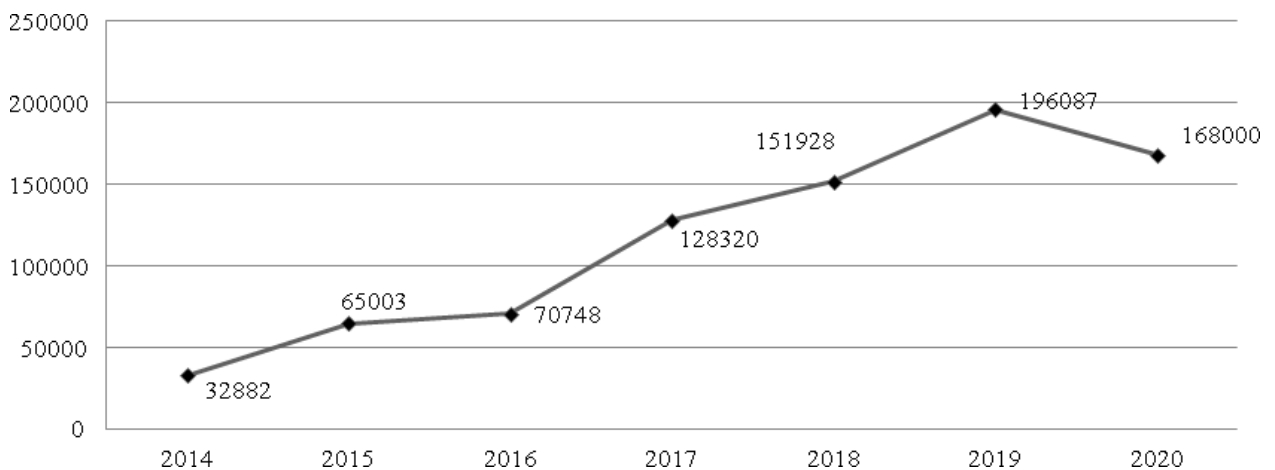


Рис. 2.1.4 Надходження в місцевий бюджет від галузі туризму в 2014-2019 рр., тис. грн [9; 14]

Загалом туристична галузь у Львові сплатила 370 млн грн податків у бюджети усіх рівнів, що на 20 % менше в порівнянні з 2019 р.

Туристичний збір приніс місту у 2020 р. 4,9 млн, що на 50 % менше,

ніж у 2019 р., зазначимо, що більшу частину року, з березня до кінця грудня, ухвалою Львівської міської ради суб'єкти господарювання були звільнені від сплати даного податку [23; 62].

Позитивну динаміку зростання кількості іноземних та вітчизняних туристів у Львівській області забезпечують:

1. Наявність значної кількості історичних, архітектурних та культурних об'єктів, у тому числі включених до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

2. Збереження та підтримка традицій та культурної ідентичності (проводиться значна кількість традиційних фестивалів та ярмарків).

3. Різноманітні природні ресурси, які забезпечують розвиток туризму в будь-яку пору року (лижний туризм, оздоровлення та відпочинок, активний туризм тощо).

4. Вигідне географічне розташування регіону в центрі Європи та транспортна доступність, що сприяє збільшенню кількості туристів, включаючи транзитних туристів.

5. Густа мережа транспортних маршрутів, включаючи міжнародне значення, міжнародні рейси, державний кордон з країнами-членами ЄС, які є сприятливими факторами для залучення туристів з багатьох країн (Львівська область межує з Республікою Польща, зокрема, з 8 міжнародними прикордонними переходами, 4 з них автомобільні та 4 залізничні, є пункт пропуску міжнародного повітряного кордону – аеропорт Львів) [32].

У наступному підрозділі нами буде здійснено аналіз передумов розвитку фестивального туризму у Львівській області.

2.2 Аналіз передумов розвитку фестивального туризму у Львівській області

У ХХІ ст. одним із найперспективніших напрямів, за оцінками експертів Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), є подієвий, або ж івент-туризм. Запозичене з англійської мови слово event (подія, захід) вживають для означення запланованої події, яка відбувається у визначений час з конкретною метою і має резонанс у суспільстві. До івенту належать фестивалі, карнавали, паради, святкування; конференції, форуми, симпозіуми, круглі столи; освітні заходи: семінари, тренінги, презентації, відкриття торгових центрів, офісів, підприємств чи представництв компаній, прийоми, заходи, пов'язані з просуванням торговельної марки тощо [69].

Наприклад у Польщі 2013 р. відбулося 2727 івент-подій: під відкритим небом 772 концерти та 135 фестивалів; закритих приміщеннях – 436 концертів і 62 фестивалі. В національному масштабі 2013 р. кількість відвідувачів цих заходів становила 8047123 особи (події з безкоштовним входом – 4418997 осіб, з платним – 3628126 глядачів) [67].

Туризм у незалежній Україні проголошено одним з пріоритетних напрямів розвитку. У непростих умовах український туризм з року в рік нарощує показники розвитку, поліпшує якість і культуру обслуговування, відкриває пересічним громадянам наші міста і села як культурно-мистецькі центри. На жаль, досі чіткої класифікації фестивального туризму, як і туризму загалом, не існує.

Щороку в Україні проводять понад 400 фестивалів. Така кількість фестивальних заходів, як соціокультурних подій потребує їхньої класифікації.

Дослідники виокремлюють такі головні чинники стратегічного розвитку фестивального туризму:

- здобуття незалежності, свободи діяльності;

- пропаганда міжнародної дружби і співпраці, культурного обміну;
- збагачення та розвиток мистецтва, бажання демонструвати його широким верствам суспільства;
- відновлення традицій і пласту етнокультурної спадщини;
- розширення культури і світогляду людей;
- зростання витрат на туристичні подорожі (фестивальний туризм доволі дешевий, отож його популярність серед українців з кожним роком зростає).

Перелічимо найвідоміші фестивальні заходи 2018 р.: ювілейний Zahidfest; II Етнофестиваль гостинності, фестиваль «Удеч фест», м. Жидачів; II Фестиваль «Горбо Гори»; II Західноукраїнський фестиваль «Куховарня Radofest»; Міжнародний фестиваль козацької слави «Кульчиці-Фест» у с. Кульчиці Самбірського району; Фестиваль української середньовічної культури «Тустань»; Woodstock Ukraine, Український пісенний проект «Українська пісня».

Нами опитано туристів-відвідувачів фестивалів, які проходили протягом жовтня-листопада 2018 р. Як засвідчують результати опитування вибірок респондентів-учасників фестивальних дійств, первинну мотиваційно-ключову інформацію про туристичну дестинацію (в нашому випадку – про фестивалі у м. Львові) більшість туристів, які прибули з-поза меж Львівщини, отримали від своїх друзів і родичів (64 %), частину промоції було здійснено через інтернет-джерела (26 %) і лише 10 % опитаних зазначили, що дізналися про той чи інший фестиваль на Львівщині завдяки туристичній агенції.

Також під час опитування ми цікавилися у гостей, чи виправдав захід (Свято сиру і вина, Львівський тиждень моди/ Lviv Fashion Week, JazzBez Festival) їхні сподівання: 80 % ствердно відповіло на запитання, 15 % скаржилось на організацію заходу, 5 % вказало інші причини, через які захід не сподобався. Загалом 40 % туристів під час опитування оцінило гостинність та привітність місцевого населення та хороший рівень сервісу.

Важливою проблемою стратегічного розвитку фестивального туризму є питання безпеки. Аналізуючи стан безпеки в туристичній сфері, зокрема в готельному бізнесі, в туристичних DESTINATION, можна навести чимало прикладів щодо непоодиноких і навіть масових випадків травмування та загибелі туристів. Наголосимо, що фестивальний туризм є одним із підвищених факторів ризику в плані безпеки.

Наведемо лише декілька прикладів, які стосуються трагедій з туристами в Україні: на фестивалі «Республіка», який щороку збирає тисячі туристів і гостей, 22-річна киянка зірвалась зі скелі і загинула, на цьому ж фестивалі 2017 р. впав з урвища львів'янин; під час проведення Всесвітнього фестивалю бойків у с. Явора Турківського району Львівської області загинула 1 людина, а ще четверо отримали травми; на фестивалі у Кам'янці-Подільському через недотримання норм безпеки при поводженні зі зброєю загинула одна особа; у селі Олешків Снятинського району в одну із байдарок влучила блискавка, від чого човен перекинувся: один з двох потерпілих, які перебували в плавзасобі, самотійно вибрався на берег, інший громадянин республіки Польща пропав.

У нашій державі діє Закон України «Про туризм», що передбачає систему гарантування безпеки туристів та порядок продажу туристичних послуг, враховуючи розгляд усіляких ризиків, що можуть спричинити несприятливі наслідки і завдати шкоди здоров'ю туриста та його майну [2]. Стаття 13 «Безпека в галузі туризму» цього закону інформує нас про важливість дотримання умов для організації безперешкодного відпочинку туристів, їхній захист при здійсненні туристичних подорожей тощо. Згідно із законом, безпека в галузі туризму – сукупність факторів, що характеризують соціальний, економічний, правовий та інший стани забезпечення прав і законних інтересів громадян, юридичних осіб і держави в галузі туризму.

Окреслюючи коло проблем розвитку фестивального туризму у Львівській області, необхідно зазначити: чинне законодавство не стимулює

розвитку фестивального туризму; законодавча база в сфері інвестування й спонсорства фестивальних заходів недосконала; місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування недостатньо активно взаємодіють у справі забезпечення розвитку фестивального туризму в окремих населених пунктах і адміністративних районах; брак кваліфікованих кадрів у районах Львівської області; інфраструктура загального призначення (незадовільний стан доріг і транспортного сполучення, готельна мережа, торгівля і громадське харчування) в осередках фестивального туризму поза Львовом розвинена недостатньо;

Стратегічне бачення розвитку фестивального туризму в Львівській області передбачає здійснення комплексу заходів щодо удосконалення системи управління туристичною галуззю, зміцнення матеріальної бази фестивального туризму, створення умов для реалізації інвестиційних проектів у сфері створення нових фестивалів і удосконалення якості існуючих, нарощування обсягів надання фестивального продукту за рахунок розширення внутрішнього та іноземного ринку, зростання якості обслуговування туристів, підвищення ефективності використання фестивальних ресурсів та об'єктів історико-культурної спадщини, поліпшення транспортного обслуговування тощо.

Отже, Львівська область – доволі перспективний туристичний регіон України для стратегічного розвитку фестивального туризму. За умови достатнього фінансування, яке слід скеровувати насамперед на розвиток інфраструктури та пропаганду природно-рекреаційного й історико-культурного потенціалу, можна очікувати становлення її на одне з перших місць за розвитком цього виду туризму, який може і повинен приносити прибуток [3].

Практично кожне місто і селище міського типу Львівської області цікаве своїми культурними й спортивними подіями, які відбуваються за чималого згромадження глядачів. Історико-культурний потенціал міст і

селищ Львівської області є засадничою передумовою широкого розвитку в них заходів фестивального туризму.

У Львівській області в зимовий період відбувається понад десять фестивалів і масових святкових дійств всеукраїнського рівня та майже півсотні регіонального значення.

Цикл зимового фестивального туризму розпочинає Фестиваль «Спалах Різдвяної Звізди» – щорічне свято-парад Різдвяної Зірки у Львові, яке проходить на центральних вулицях і площах Львова в межах Різдвяних святкувань 7-9 січня.

В рамках святкування цих зимових свят лунає й Велика коляда (Веб-сайт velykakoliada.org.ua) (з 1999 року) – всеукраїнський різдвяний хоровий фестиваль, який відбувається щороку у Львові у Храмі Пресвятої Євхаристії (колишній Домініканський костел) під патронатом Львівської міської ради.

Незабаром після Різдва в Хмільному домі Роберта Домса відбувалася Рок-Коляда, щорічний музичний фестиваль, особливістю якого є те, що колядки та щедрівки виконуються не у традиційному народному звучанні, а у етно-роковому стилі.

Міське Свято Пампуха (з 2008 р.) – щорічний гастрономічний фестиваль львівського пампуха (традиційної різдвяної випічки на Галичині), який відбувається в часи Різдвяних святкувань (щорічно з 7 по 9 січня). Свято Шоколаду – щорічний фестиваль шоколаду для справжніх гурманів та ласунів, який немає приуроченої дати, а відбувається традиційно в різні пори року, часто його організовують на День святого Валентина.

Міжнародний Форум Івент Індустрії відбувається у період 20-22 лютого у м. Львові. У 2021 р. вчетверте на події зібрался провідні спеціалісти з різних країн світу та розглянуть актуальні питання, котрі постають сьогодні перед глобальним івент-ринком.

Отож, щороку зимовий Львів зміцнює позиції центру українського різдвяного туризму.

Підтвердженням тому, є те, що Львів займає перше місце в рейтингу найпривабливіших міст України для зустрічі Нового Року та святкування Різдва, складеному ще у 2010 р. «Родзинкою» святкування у Львові є вуличні вистави просто неба, паради із живим вертепом, шопкою та феєрією на сцені із забавками, концертуванням, та колядою. На Різдво навіть традиційний, знаний логотип Львова змінюється – «присипаний снігом».

Упродовж весни у Львівській області проводять близько 20 фестивалів різноманітної тематики, що містять виразну релігійну та мистецьку складову, так що кожен охочий може знайти щось до душі.

На початку березня у Пороховій вежі відбувається Фестиваль вина та мистецтва – Lviv art and wine Камерний. Це новий концепт гастрономічно-мистецького фестивалю у форматі камерної зустрічі із спогляданням мистецтва та келихом вина.

9–10 березня у Львові проходять Відкритий конкурс піаністів «Віртуозні Самоцвіти» і Всеукраїнський фестиваль–конкурс хорового співу та інструментальної музики «Галицькі Самоцвіти». В програмі фестивалю–конкурсу – українські дитячі, юнацькі та дорослі творчі колективи, а також індивідуальні виконавці [25].

Масові весняні фестивалі розпочинаються циклом святкувань релігійного характеру. Великодній ярмарок у Львові – щорічний ярмарок, що проходить у Львові на проспекті Свободи, в квітні-травні місяці.

Фестиваль Писанок+фестини «Велика Гаївка» – традиційні Великодні фестивалі для Львова, що проходять в Шевченківському Гаю (музеї народної архітектури та побуту під відкритим небом) та на центральних площах Львова.

День Міста – святкування Дня народження міста, яке припадає на початок травня. В 2020 році День міста Львів припадає на 2 травня. Пандемія коронавірусу вносить корективи у плани на цей туристичний рік. День міста, цього року були змушені перенести. У рамках відзначення Дня міста Львова

відбувається вже традиційне свято День Батяра – львівський фестиваль вуличних гульвіс, так званих батярів, який відбувається в межах святкування Днів Львова на початку травня.

Весняний Будівельний Форум – платформа для зустрічі виробників, дилерів та дистриб'юторів сучасних технологій та будівельних матеріалів з представниками торгівлі, архітекторами, підрядниками та інвесторами в західному регіоні країни.

Дитячий міжнародний фестиваль у Львові – це книжковий ярмарок від ГО «Форум видавців – дітям», фестиваль дитячого читання «Книгоманія», майстер-класи, спортивні змагання, ігри та розваги для дітей. Фестиваль складається з творчої, літературної та спортивної частин, однак основною є літературна програма.

Міжнародний фестиваль «Флюгери Львова» – традиційний щорічний фестиваль етно- та джазової музики, що впродовж перших 4-ох днів травня розважає львів'ян та гостей міста якісною етно-джазовою музикою.

Міжнародний фестиваль музичного мистецтва «Віртуози Львова» – чи не найстаріший та найтриваліший фестиваль Львова, який збирає у Львівській Філармонії десятки міжнародних виконавців та оркестрів класичної музики

Максимально насичена різноплановими фестивалями і святковими дійствами, розрахованими на численних туристів, літня пора. В цей час Львівську область для участі у фестивалях, за підрахунками експертів, відвідує 0,5–0,8 млн туристів з інших регіонів України та з-за кордону.

Гастрономічний фестиваль «Львів на тарілці» – львівський фестиваль для справжніх гурманів, який проходить на центральних площах і вуличках Львова у спекотну пору року, зазвичай у червні.

Міжнародний фольклорний фестиваль «Етновир» – один з найбільших щорічних фольклорних фестивалів України, який збирає у Львові справжніх поціновувачів етно-музики.

Міжнародний фестиваль короткометражних фільмів «Wiz–Art» – щорічний літній фестиваль короткометражного кіно, на якому представляють свої роботи як відомі кіномайстри, так режисери-початківці.

Міжнародний фестиваль ретро-автомобілів «Леополіс Гран Прі» – це захоплюючий парад ретро-автівок зі всього світу, які святково курсують вулицями Львова [25].

ДРЕВО (2019 р.) Львів – міжнародний театральний фестиваль культурної традиції.

Міжнародний джазовий фестиваль «Alfa Jazz Fest» – насправді одна з найгучніших музичних подій у Львові, найбільший джазовий фестиваль міста, проходить у Львові починаючи з 2011 р.

Lviv Ice Cream Festival! – фестиваль, якого чекають не тільки діти, а й дорослі. Локації пропонують великий вибір морозива, неймовірні поєднання смаків та подач.

Шостий рік поспіль управління туризму Львівської міської ради спільно з мистецьким об'єднанням «Фарбований лис» організовує графіті-фестиваль «Алярм». Цьогоріч найбільший в Україні графіті-фестиваль відбудеться 25–26 липня.

З 9 по 12 серпня 2019 р. у Львові відбувся Міжнародний Фестиваль Українського Танцю та Культури. Мета Фестивалю – збереження, поширення, актуалізація та популяризація української культури в Україні та світі, презентація усього розмаїття українського танцю, музики й пісні з усіх куточків світу, де проживають українці.

Проте, найбільші і наймасовіші фестивалі літа відбуваються за межами міста. Одним із найбільших етнофестивалів Львівщини по праву вважаються Всесвітні бойківські фестини. У рамках фестин проводилися мистецькі, літературно-краєзнавчі, туристичні та спортивні конкурси, науково-практичні конференції, виставки -презентації місцевих громад.

Літо – пора музичних фестивалів. «Земля героїв – Зашків»,

«Підкамінь», «Кульчиці-фест», «Славське Рок», «Ту Стань!», Fort.Missia.

Осіння пора традиційно вважається у Львові часом свят.

«Lviv Fashion Week» – щорічний фестиваль моди у Львові, який проводиться двічі на рік: навесні і восени. Ця 4-денна масштабна модна подія у декількох локаціях Львова, яка включає в себе: модні покази актуальних колекцій українських та закордонних, молодих та вже відомих дизайнерів, освітній форум, присвячений проблематиці модної індустрії.

Міське свято «На каву до Львова» – щорічне «найароматніше» свято Львова, на якому три дні кава править життям міста.

Лента за лентою – вересневий локальний фестиваль, який збирає у своїх колах всіх патріотів України, піднімає український дух і відтворює історію української незламності та непокори перед ворогом.

Форум видавців у Львові – найбільша літературна подія не тільки Львова, але й всієї країни, – щорічний фестиваль книговидавців, на якому представлені найрізноманітніші видання, починаючи від дитячої літератури і закінчуючи світовими бестселерами на тему економіки, психології, філософії, езотерики, медицини, енциклопедичні видання..

Свято сиру і вина – гастрономічне дійство, на якому можна довідатись про культуру сироваріння. Це щорічний жовтневий фестиваль сиро-винного промислу Львівщини.

Не можна не згадати Міжнародний фестиваль «Золотий лев». Щовечора площа перед Львівською Оперою перетворюється на сцену для безкоштовних театральних вистав і вуличних дійств [25].

Вибір Львова як об'єкта дослідження мистецько-музичного життя є не випадковим. За досвідом фестивальних традицій, їх багатством, масштабом і численністю він в Україні поступається лише Києву. Будучи містом з потужними традиціями академічного виконавства, поліконфесійним і полікультурним осередком, а також значним туристичним центром, Львів став локацією численних фестивальних акцій, серед яких музичним

відводиться левова частка.

Одним із найстаріших музичних фестивалів міста є Міжнародний фестиваль музичного мистецтва «Віртуози», завданням якого є популяризація академічної музичної культури різних епох, жанрів і стилів. Він триває майже місяць (травень-червень), здебільшого на філармонійній сцені.

Цей же напрям репрезентує Міжнародний фестиваль музики Маттіаса Кендлінгера у Львові. В основі його програм – виступи австрійсько-українського симфонічного оркестру K & K Philharmoniker, співзасновник K & K Балету й Українського національного хору міста Львова (заснував та очолив) – диригент, композитор та ініціатор проекту Маттіас Георг Кендлінгер. Оркестр під його керівництвом понад двадцять років успішно виступає на міжнародному рівні й випустив уже понад 20 альбомів із записом концертних живих виступів.

Міжнародний Фестиваль Сучасної Музики «Контрасти» (у жовтні 2021 року відбувся двадцять сьомий раз) ініціює Львівська національна філармонія імені Мирослава Скорика. У його програмах фігурують твори новітньої симфонічної, хорової, камерної та електронної музики, зокрема в цього річного фестивалі вони представляли доробок митців з України (Мирослава Скорика, Михайла Шведа, Ганни Гаврилець, Олександра Козаренка, Богдана Селіна, Олександра Щецинського, Богдани Фроляк), Чехії, Угорщини, Австрії, Німеччини, Швеції, Латвії, Іспанії, Ірландії, Польщі, Швейцарії, Франції, США.

Представницьким був і склад виконавців: окрім українських музикантів, сучасне академічне й експериментальне музичне мистецтво представляли інструменталісти та диригенти з Японії, Швейцарії, Польщі й Німеччини. Родзинкою фестивальних пругам традиційно є світові та національні першовиконання, ювілейні вшанування митців і презентація новітніх форм концертних програм. Так, цього річ прем'єрами були

оркестрові твори Германа фон Гленка, Ганса Шойбле, Германа Гьотца, партитури яких було віднайдено в нововідкритому музичному відділі Цюріхської бібліотеки та проекту «Скорик-Мусоргський» у рамках вшанування патрона Львівської національної філармонії. Нетрадиційними презентаціями творів стали кілька камерних концертів у «Ніч Контрастів» та аудіовізуальний перформанс біля пам'ятника Францу Ксаверу Моцарту.

До яскравих фестивальних подій академічної музики варто віднести також Міжнародний фестиваль оперного мистецтва імені Соломії Крушельницької, у якому беруть участь національні театри України, Польщі, видатні солісти опери й артисти Австрії, Болгарії, Іспанії, Японії.

У контексті фестивалю було проведено виставку «OPERA ART»: Євген Лисик та учні, Тадей і Михайло Риндзаки, лекції та презентації видань.

«Фестиваль давньої музики» у Львові представляє напрям історично інформованого виконавства, де подаються твори давніх епох на автентичних інструментах (чи їх копіях) і зі збереженням відповідних манер виконання. Засновником фестивалю у 2003 році був відомий львівський музикознавець Роман Стельмащук. Протягом минулих років завдяки його музичним контактам, а також контактам С. Тихоненка фестиваль відвідали виконавці-автентики зі Швеції, Швейцарії, Німеччини, Великої Британії, Нідерландів, Чилі, США, Угорщини, Чехії, Словаччини, Польщі, Росії, Білорусі, України. Особливістю фестивальних програм є їх формування навколо дослідження музичних традицій регіону. Зокрема, тематикою програм були: «Львів-750» (2006 р.), «3 часів Речі Посполитої» (2008), «3 часів Гетьманщини» (2009 р.), «Музичний Львів і спадщина Габсбургів» (2010), «Слідами Львівської лютневої табулятури» (2011 р.), «Похвала Музиці або Львівська Цециліада 2012» (2012 р.), «3-над берегів Дунаю» (2014) тощо. Цьогорічний фестиваль, присвячений музиці барокової доби (16–17 та 23–24 жовтня), відбувся у вісімнадцятий раз.

Фольклорні й етнофестивалі в полікультурному місті мають вагоме

представництво. Однією з найбільших подій є Міжнародний фестиваль фольклору «Етновир», який відбувається в межах святкувань Дня Незалежності України під егідою Міжнародної ради Організацій фестивалів фольклору і традиційних мистецтв. Він проводиться на відкритих площадках і включає конкурс оркестрів, етнофешн, кухню народів світу, марш-паради.

Свідченням поваги до мультикультуралізму музичного середовища регіону є проведення комплексних і спеціалізованих етнофестивалів. Зокрема, уже традиційним є проведення Міжнародного фестивалю єврейської музики – «LVIVKLEZFEST» (від 2009 р.). Його започатковано за ініціативою ВСБФ «ХЕСЕД-АР'Є», за підтримки Американського єврейського об'єднаного розподільчого комітету «Джойнт» і компанії «Холдинг емоцій». Він розгортає свою концертно-театралізовану діяльність у поєднанні з народними ремеслами і кухнею на відкритих майданчиках міста за участю зірок єврейської музики з України, Росії, Молдови, Польщі, Австрії, Німеччини, Франції, Великобританії, Швеції, Ізраїлю, США. Дійства доповнюються концертами канторської музики, лекціями, семінарами, кінопоказами, виставками, дитячими розвагами, молодіжними квестами тощо.

Нову особливу тематику задала фестивальному рухові політична ситуація. У 2015 р. було проведено перший в Україні спільний Фестиваль вимушених переселенців та львів'ян. Метою заходу був обмін культурним досвідом і боротьба зі стереотипами про переселенців. У ньому взяли участь вихідці з окупованої частини Донбасу та Криму, виконувався джаз і фолк, окрім цього, ставилися вистави, велися публічні дискусії та обговорення.

Щорічною подією став Міжнародний фестиваль «Французька весна», який націлений на знайомство з музичними творами французьких авторів різних трямків і перегляд допрем'єрних показів культових французьких стрічок. У Львові гостями цьогорічного 20-денного фестивалю стали Ірена Карпа, Оксана Муха, Павло Табаков, Давід і Стефан Фоенкіноси, Луї-Сіріль

Требюше, Поль Гоглер та інші.

Традиційним для Львова став також Міжнародний фестиваль, присвячений постаті польського піаніста, композитора, політичного та суспільного діяча Ігнація Яна Падеревського, пов'язаного з нашим містом важливим подіями творчого життя. Він включає симфонічні, камерні й сольні концерти виконавців з України, Польщі, Німеччини, Швейцарії, театральні вистави, покази фільмів, зустрічі з легендами музики та вручення почесної відзнаки «Paderewski».

Від 2011 року у Львові проводиться міжнародний джазовий фестиваль «Leopolis Jazz Fest» (що до 2017 року іменувався «Alfa Jazz Fest»), який входить до переліку найбільших джазових фестивалів у Європі, унесений до переліку найкращих фестивалів Європи. Крім концертних виступів видатних виконавців включає джем-сейшени, майстер-класи й автограф-сесії світових зірок джазу. На гала-концерті фестивалі у Львові відбувається вручення Міжнародної музичної премії «Leopolis Jazz Music Awards» ім. Едді Рознера.

У Львові як у важливому осередку хорового мистецтва та професійного плекання співаків і хорових диригентів велика увага приділяється хоровим фестивалям. Їх метою є популяризація жанру хорової музики, усебічне сприяння розвитку хорового виконавства в Україні, сприяння налагодженню контактів між хоровими колективами.

Дитячі хорові фестивалі, окрім загальних цілей, обов'язково містять просвітницький складник. Так, наприклад XV Всеукраїнський хоровий фестиваль «Жайвір скликає друзів» ставить завдання залучення дітей і молоді до вивчення, розуміння та вшанування хорової спадщини українських (Микола Колесса, Філарет Колесса, Микола Леонтович, Анатоль Кос-Анатольський, Станіслав Людкевич тощо) і зарубіжних композиторів, хорових диригентів, громадських діячів хорової культури. Його організовує Народний художній колектив України – камерний хор «Жайвір» у співпраці з

Департаментом з питань культури, національностей та релігій ЛОДА,

Громадським об'єднанням «Разом» і Центром творчості дітей та юнацтва Галичини м. Львова. Фестиваль орієнтований на найширший спектр учасників: хорові колективи спеціалізованих музичних закладів (спеціалізовані музичні школи, школи мистецтв, музичні школи, музичні ліцеї, коледжі, музичні факультети вищих педагогічних навчальних закладів, музичних вищих навчальних закладів, хори загальноосвітніх шкіл і позашкільних навчальних закладів), дитячі та молодіжні хорові колективи м. Львова,

Ометюх Ю. Музично-мистецькі фестивалі Львова початку ХХІ століття: структурно-системний аналіз області, інших регіонів України, української діаспори й хорові колективи з інших країн. У контексті перебігу фестивалю, окрім концертів, відбуваються тематичні лекції, майстер-класи, презентації методичних і репертуарних видань. Умови карантинних обмежень змусили до пошуку варіативних форм участі. Зокрема, цьогорічний XV дистанційний Всеукраїнський он-лайн фестиваль хорового мистецтва «Жайвір скликає друзів» відбувся 12-13 червня 2021 р.. У день Європи він поставив завданням спільне виконання «Оди до радості» із симфонії № 9 Л. Бетховена.

Щорічний відкритий дитячо-юнацький хоровий фестиваль «Співаймо канон», окрім наведеного вище переліку завдань, має на меті підвищення виконавського рівня дитячих колективів і заохочення до багатоголосого співу у формі канону.

Фестивальні програми передбачають обов'язкову наявність у програмі композицію у формі канону, виконання спільних конкурсних творів і проведення навчального семінару для керівників хорових колективів Родзинкою XII фестивалю (проводився 18-21 листопада 2021 р.) був зведений віртуальний хор учасників з виконанням спеціально написаних творів Л. Горової «Пісня наша дзвенить» та М. Дацка на вірш Лесі Українки «Хотіла б я піснею стати». Кожен із фестивалів присвячено обраній

провідній темі (пам'яті І. Білозіра, ювілеям Б. Фільц, Т. Шевченка, А. Шептицького, Лесі Українки та іншим).

На теренах Західної України церква займала вагоме місце у збереженні, відродженні та популяризації української спадщини, традицій, обрядів підтримувала, стимулювала й популяризувала українську пісню, у тому числі календарно-обрядові пісні. Таким, зокрема, є щорічний всеукраїнський різдвяний хоровий фестиваль «Велика коляда» у Храмі Пресвятої Євхаристії (колишній Домініканський костел) під патронатом Львівської міської ради. Ідейним натхненником фестивалю був настоятель храму Пресвятої Євхаристії й голова патріаршої комісії у справах молоді УГКЦ о. Йосиф Мілян. Цей фестиваль за роки проведення набув статусу всеукраїнського й відбувається щороку з 2000 р. Проходить у Львові у Храмі Пресвятої Євхаристії, традиційно розпочинаючись із 7 січня аж по 25 січня, і завершується двома гала-концертами (дитячих і дорослих колективів). Репертуар учасників від церковних хорів далеких міст і сіл до професійних колективів становлять традиційні колядки, їх сучасні обробки й аранжування, академічні музичні твори на різдвяну тематику.

Далеко неповний перелік хорових фестивалів доповнюють Регіональний хоровий фестиваль «Хваліте Господа з небес», Всеукраїнський фестиваль хорового співу та інструментальної музики «Галицькі Самоцвіти», Міжнародний хоровий фестиваль «Львівські зустрічі».

Значно менш численними, проте дуже продуктивними є фестивалі, безпосередньо пов'язані з літургійною практикою. Від 2005 р. на базі Храму Преображення Господа нашого Ісуса Христа щорічно проводиться фестиваль духовної хорової музики «Великодні дзвони». Він ініційований парохом Храму Преображення ГНІХ о. Ярославом Чухнієм, керівничкою парафіяльного хору «Родина» Ярославою Крилошанською та хормейстеркою Зоряною Степанишин. Його учасниками є хорові церковні і світські колективи різних українських християнських конфесій Львівщини (УГКЦ,

УАПЦ, УПЦ КП), а також хор Вірменської церкви у Львові.

Таким у подальшому став і Фестиваль Давнього Церковного Співу «Під Покровом» (проводився 13–15 жовтня 2017 року) у храмах і монастирях Львова, Львівській національній музичній академії ім. М. В. Лисенка й у Національному музеї ім. Андрея Шептицького. Організатори прагнули донести до широкого загалу Церкви багату літургійно-музичну традицію давньої української богослужбової культури. Програма фестивалю включала також відкриті лекції, святкову програму богослужінь, концерти й майстер-класи з давнього церковного співу.

У Львові з 10 до 14 січня 2020 р. вдруге проводився Фестиваль традиційного церковного співу «Днесь рождається від Діви», який організовує львівський літургійний центр «Передання» з благословення високопреосвященного владики Ігоря Возняка, митрополита Львівського (УГКЦ). Його учасниками є хорові колективи, співочі групи й окремі співці-протопсалти з християнських церков. Окрім виступів у храмах і монастирях міста, він включає відкриті лекції, наукові заходи, святкові богослужіння, майстер-класи з традиційного церковного співу, діалогічні майданчики. Такими торік, зокрема, були хор вірменського собору та собору св. Юра, хорова капела «Дударик», камерний хор «Київ», театральний центр Наталки Половинки «Слово і голос», церковний хор з Торонто, який презентував традиційні й авторські колядки, написані канадськими композиторами українського походження. «Головна мета заходу – доносити до широкого загалу церкви і поціновувачів літургійного мистецтва багату спадщину вітчизняної літургійної культури, відкривати свіжий погляд на передання, як на універсальний світоглядний феномен» [65].

Не менш різнопланово представлено фестивалі інструментальної музики, серед яких є академічні, експериментальні, дитячі.

У Львові 15-19 вересня 2021 р. відбувся єдиний в Україні фестиваль сучасної бандури – «Lviv Bandur Fest 2021», який експонував виконання на

бандурі творів у стилях джаз, соул, фолк ф'южн, електронна музика, етно, авторська пісня, актуальні експерименти, окрім цього, у її супроводі звучали старовинні пісні й відомі світові хіти. Окрім хедлайнерів експериментального бандурного виконавства (Марина Круть, B&B Project, TROYE ZILLIA, Тріо Романа Гриньківа, KoloYolo тощо), фестиваль включав майстер-класи від виконавців і круглий стіл бізнес-партнерів.

У 2017 р. започатковано щорічний Всеукраїнський фестиваль класичної гітари «Guitar Vik», заснований у пам'ять провідної діячки львівського гітарного виконавства й педагогіки Вікторії Сидоренко. Концертні події в фестивалі доповнюють концерти, майстер-класи, семінари-дискусії та творчі зустрічі з визначними виконавцями України та зарубіжжя.

Окрему групу творять дитячі фестивалі. Їх завдання – підтримати прагнення дітей до музикування, продемонструвати здобутки осередків дитячо-юнацької творчості, які поєднуються з просвітницькими, патріотично-виховними, навчальними, тематичними вимогами. Міжнародний дитячий фестиваль «У колі друзів», ініційований Центром дитячої творчості «Веселка», відбувається до святкування Дня Матері за участю ансамблів народних інструментів, бандуристів, сопілкарів, фольклорних, а також хореографічних, вокальних ансамблів.

Музичний складник (солісти-вокалісти; оркестри й інструментальні ансамблі, вокальні, вокально-інструментальні та вокально-хорові ансамблі) є важливим компонентом програми комплексного патріотичного Фестивалю «Сурми Звитяги», який має на меті привернення уваги до мистецьких творів, присвячених образам національної героїки, а також до представлення авторських композицій.

Особливим фестивалем культурно-історичної реконструкції є локальний Патріотичний фестиваль «Лента за лентою». Музичний компонент (пісні визвольної боротьби) в ньому є складником показових театралізованих змагань, історичних квестів, різних розважально-спортивних батлів,

поетичних читань та історичних лекцій.

Серед дитячих фестивалів варто звернути увагу на обласний фестиваль «Мрії збуваються!» для дітей з особливими освітніми проблемами, організатором якого став Навчально-реабілітаційний центр «Мрія». Участь у ньому беруть представники спеціальних шкіл-інтернатів і навчально-реабілітаційних центрів, а це є важливим кроком у бік інклюзивної мистецької самореалізації й виховання [35].

Окрему увагу приділимо характеристиці туристичних подій та фестивалів у регіоні.

Форум гідів – це платформа для комунікації, обміну думками, ідеями, покращення якості надання послуг, знайомства з новими туристичними продуктами, генерування нових ідей та впровадження інноваційних і креативних рішень.

Навесні цього року відразу три українських міста – Київ, Львів та Трускавець прийматимуть Всесвітній форум медичного та оздоровчого туризму – Global Healthcare Travel Forum. Він проводиться щороку (кожен рік – нова країна), традиційно збираючи провідних провайдерів ринку, міжнародних експертів та представників професійних асоціацій з 56 країн – 18 травня Львів разом з усім світом відзначатиме Міжнародний день музеїв. Понад сорок років цю традицію підтримує близько півтори сотні країн. «Цього року святкування події у львівських музеях знову стало можливим наживо. Це чудова нагода зустрітись серед оновлених експозицій і виставок, натхненно провести час, подискутувати про майбутнє музеїв та підтримати їх», – додають організатори [25].

Ніч у Львові – ексклюзивний фестиваль музеїв у Львові, протягом якого кожен охочий може відвідати будь-яку музейну установу Львова чи Львівщини безкоштовно. Під час фестивалю львів'яни та гості міста матимуть можливість відвідати понад 100 нічних екскурсій, театралізованих дійств, мистецьких перформансів у музеях, театрах, храмах, підземеллях,

галереях тощо.

З 20 по 22 жовтня Львів гостинно прийматиме учасників Львівського міжнародного форуму індустрії туризму та гостинності. Традиційно в рамках форуму будуть працювати дві виставки – XXI Міжнародна виставка «ТурЕКСПО» та XIV Спеціалізована виставка «Готельний та ресторанний бізнес».

На сьогоднішній день фестивальний туризм набуває великої популярності і розповсюдженості серед інших видів туризму. Він охоплює людей не тільки молодого віку, але й інші вікові групи. Туристи відправляються у подорож з метою відвідати різноманітні культурні заходи, фестивалі, карнавали, тим самим вони задовольняють свою потребу у видовищах і у психологічному відпочинку від буденності.

Фестивальний туризм задовольняє більш за все інтелектуальні і емоційні туристичні потреби, адже даний вид туризму є специфічним і неймовірно видовищним.

Технологія організації фестивальних турів є доволі складною. Фестивальний туризм залежить від наявності антропогенних туристичних ресурсів й існувати без них не може. Фестивальний туризм мало прив'язаний до природних умов. Це пов'язано з тим, що фестивалі можуть проводитись як у приміщенні, так і на вулиці. В основному фестивалі проводяться у містах і за містом. Можна сказати, що природні ресурси не є визначним фактором в організації фестивалів.

Основна кількість фестивалів Львівщини припадає на весну і літо – відповідно 31 % і 40 %. Зимовий період не має попиту серед організаторів різноманітних дійств, унаслідок чого на зиму припадає лише 14 %. Це можна пояснити тим, що фестиваль – це, здебільшого, так звані «open-air» дійства, і організовувати його за температури нижчої за -10 – -15°C не доцільно. Для Львівщини типовими є фестивалі, програми яких розраховані на два-три дні, частка таких дійств у області сягає 57,5 %. Близько третини (31,5 %)

фестивалів Львівської області тривають три дні (як правило, у п'ятницю, суботу та неділю), 16,5 % культурно-масових заходів регіону припадає на одноденні фестини; зазвичай вони приурочені до певної дати релігійного календаря, святкування Дня міста чи села, або до дати вшанування видатної особистості чи події, що колись відбулася у цей день.

Географічний розподіл фестивальних туристичних потоків у Львівській області надто нерівномірний, що пояснюється насамперед різними рівнями соціально-економічного розвитку, інфраструктурним забезпеченням тощо. Основним центром формування масової пропозиції – широкої гамми з близько півсотні фестивалів різних типів – у Львівській області є її адміністративний і культурний центр м. Львів. На нього припадає 59 % усіх фестивалів регіону. Цю тенденцію можна пояснити багатьма чинниками, зокрема досконалішою інфраструктурою, адаптованою до запитів потоків масового туризму, ширшими можливостями залучення спонсорів, більшою популярністю серед туристів тощо. В області формується мережа альтернативних стосовно Львова регіональних центрів фестивального туризму: Трускавець, Дрогобич, Славське, Кульчиці, Моршин, Стрий, Самбір, Турка, Яворів, Золочів, Броди і Сокаль.

Нещодавно започатковані культурно-масові дійства, орієнтовані як на місцеві громади, так і на додаткові потоки туристів, у традиційних осередках фестивального руху урізноманітнюють календар заходів подієвого туризму. Крім того, щороку стартують нові проекти в тих містах і селах, які раніше не мали досвіду організації фестивалів [25].

Отже, Львівська область має значний потенціал для розвитку туристичної індустрії. Регіон володіє потужним рекреаційно-туристичним потенціалом, вигідним географічним розташуванням, історико-культурними пам'ятками, неповторними краєвидами, багатою спадщиною, безцінними рекреаційними ресурсами та має всі умови для успішного розвитку фестивального туризму і відпочинку в умовах повоєнного відновлення

України.

У наступному підрозділі нами буде здійснено розробку фестивального туру по Львівській області.

2.3 Розробка фестивального туру по м. Львів

Ми пропонуємо фестивальний тур «Craft Beer & Vinyl Music Festival», м. Львів.

1 день туру

Прибуття до Львова на свято пива 2024. Трансфер в готель. Поселення згідно з правилами готелю після 14:00.

Наша приємна весняна пригода у Львові розпочинається знайомством з найдавнішою і з найбільш відвідуваною частиною міста, а саме з її пивної складової. Пивні і броварні міста з такою кількістю видів пива, якої Ви ще не бачили. Ми відвідаємо знамениті пивні і броварні: театр пива «Правда», «Кумпель», «Старгород», Королівську пивоварню, Монс Пилс і, звичайно ж, музей пива. Власне тут довго розмовляти нема про що, коли у Львові фестиваль пива і звичайно локації фестивалю «Craft Beer & Vinyl Music Festival».

2 день туру

Сніданок. Крім того, що Львів – це пивна столиця України, тут є ще багато, що буде цікаво шанувальникам пива. Якщо раків, креветок і кальмарів до пива замінити на м'ясо барбекю, то виходить вже зовсім інша, львівська культура вживання пива зі стейком. А для цих цілей у Львові місць багато і ще більше. Ви в цьому переконаєтесь.

Ми рекомендуємо відвідати локації фестивалю «Craft Beer & Vinyl Music Festival» та пройти черговий етап «застосування» пива в життєвій практиці – гриль пиво. Крім того, для цінителів також буде цікавий ресторан

«Півний дім Роберта Домса». Сотні фахівців спеціалізуються на цьому чудовому напої.

3 день туру

Сніданок. Звільнення номерів до 12:00 згідно з правилами готелю. Здача речей в камеру зберігання готелю або залізничного вокзалу. Вільний час у Львові. Ще раз пройти затишними вуличками Львова і попрощатися з цим дивовижним містом, а також придбати сувеніри та подарунки для рідних, близьких і тих, кого Ви згадували найчастіше перебуваючи у Львові на святі пива.

Самостійний трансфер на вокзал. Від'їзд.

1. Основні дані для проектування туру.

1.1. Тривалість туру – 3 дні.

1.2. Розміщення – 2 ночівлі у готелі.

1.3. Чисельність групи.

Чисельність групи туристів становить 10 осіб, вік 18+ років.

1.4. Супровід гідом.

Група забезпечена супроводом гіда-екскурсовода.

1.5. Транспортне забезпечення.

До м. Львів туристи добираються самостійно. За програмою даного туру, група є трансфер за маршрутом туру і назад комфортабельним автобусом.

1.6. Основні локації туру

1. Пивавоварня «Правда».

95% пива, яке виготовляють в Україні, не є пивом. Продукт, який ми звикли так називати, нав'язують нам компанії-монополісти, успіх яких визначає майстерність маркетологів, а не пивоварів.

Місія закладу – дати людям можливість пити правдиве пиво. Ми вважаємо, що Львів заслуговує на свій унікальний стиль пива, належним

чином визнаний у всьому світі.

«Правду» створено для того, щоб світове розмаїття сортів було і в Україні. Тому ми варимо широку палітру сортів – від класики до сауерів. Вважаємо, що кожне пиво базується передусім на технологічній досконалості і збалансованості, у якій першу скрипку грає робота наших маленьких партнерів – дріжджів, а ми їм тільки допомагаємо. І якщо закладено правильну основу, пиво не має дефектів і помарок, тоді у гру вступають екзотичні хмелі й інші спеції.

Про наше пиво уже говорять у різних країнах та на різних континентах і так дізнаються про нас, Львів та Україну. Етикетки на пляшках нашого пива несуть месиджі про нас в усі куточки світу.

Ще одна мета «Правди» – створювати сорти, які поєднують знані міжнародні стилі з питомою українською тематикою. Наприклад, «100 років УНР» – імперський стаут, настояний на чорносливі і копченій груші. Або «Замкова гора» – кислий берлінервайс із додаванням квіток бузини.

«Правда» розташована на площі Ринок. Будівля початку ХХ століття має назву кам'яниця Ціппера, відомого у свій час торговця. До початку Другої Світової війни тут розташовувався ювелірний салон, потім — торговий дім, а після 50-тих років – універмаг. Але «Правда» – це не просто ресторан. «Правда» – це театр. У нас грає власний духовий оркестр ПРАВДА-orchestra, а кухарі готують авторські страви на відкритій кухні. Ми розказуємо про виробництво нашого пива і частуємо пивом просто з форфасів. Інтер'єр Театру пива «Правда» оформлено у стилі лофт, тому відчуття, що ви на заводі, не покидає – смакуючи пиво.

2. Kumpel' Group зародилася у 2008 р., коли львівський ресторатор Марк Зархін відкрив перший у Львові ресторан із пивоварнею в самому серці закладу та автентичною галицькою кухнею – «Кумпель». Саме тоді і зародилася ідея відроджувати та розвивати регіональну гастрономічну та пивну культуру у Львові.



Фото 2.3.1 Театр пива «Правда», м. Львів [37]

Поряд з популяризацією регіональної кухні, у мережі взяли за мету відновлювати та створювати нові страви, приготовані з натуральних, екологічно чистих продуктів, які вирощені на теренах регіону або вироблені локальними фермерськими господарствами.

Kumpel' Group сьогодні – це чотири ресторани, перша у Львові винотека Cafe1, дві власні пивоварні, екскурсійне агенство «Кумпель-тур» та крамниці з кумпельовим пивом, авторськими сувенірами, фірмовими наливками та продуктами з фермерських локальних господарств.

Кожен ресторан мережі має свою неповторну атмосферу та унікальний характер.

Ресторація Бачевських – ресторан зі стравами нової галицької кухні, опрацьованими шеф-кухарем Олександром Чернишенком, авторською коктейльною картою та колекцією у понад 100 видів фірмових наливок;

Ресторан-пивоварня «Кумпель» – перший у Львові ресторан з власною

пивоварнею просто у приміщенні закладу, автентичною галицькою кухнею та своєрідною батярською атмосферою;

Пивна ресторація «Кумпель» – компанійський заклад з найбільшим асортиментом кумпельового пива, великими залами, контактною барною стійкою та відкритою терасою.

Винотека «Safe1» – перша у Львові винотека з найбільшим вибором рожевого вина, багатим асортиментом вин з усього світу та європейською кухнею [31].

3. Пивоварня ресторану «Старгород», м. Львів.

Як зазначають власники: Ми варимо справжнє чеське Пиво!

Традиційно весь процес дозрівання і зберігання Пива відбувається у підвалі при температурі $2 \pm 1^\circ \text{C}$.

Справжнє чеське Пиво живе тільки 20 хвилин після того, як його дістали з підвалу! Кімнатна температура, повітря, світло ... і через 20 хвилин Ви відчуєте зміну смаку Пива (Пиво вмирає)...

Ми не пастеризуємо Пиво, ми не фільтруємо и не додаємо в Пиво консервантів – ми не користуємося технологіями масового виробництва!

Ми – наступники вікових європейських традицій пивоваріння!

Пиво в Чеській пивоварні «Старгород» вариться на обладнанні кращих європейських виробників. А контроль за приготуванням Старгородського Пива здійснюється Празьким інститутом пивоваріння і його представниками в нашій пивоварні, це пивовар з Чехії – Франтішек Швець.

Зараз в «Старгороді» Франтішек представляє (Прага, Чехія), яким розроблено та впроваджено технології виробництва чеського Старгородського Пива за класичною технологією.

Щодня в «Старгороді» проводяться екскурсії на пивоварню. Це буде цікаво тим, хто хотів би побачити пивоварню повністю, а не тільки варочний порядок, розташований в залі ресторану. Гості можуть дізнатися детальніше про сьогодення Старгородського Пива, його відмінності від Пива масового

виробника, користі справжнього чеського Пива, технології виробництва Пива в «Старгороді» і використовувану сировину [38].

4. «Хмільний дім Роберта Домса» – пивний ресторан (ресторан-пивниця) у Львові при Львівській пивоварні, названий на честь Роберта Домса. Відкритий у травні 2007. Знаходиться по вулиці Клепарівській, 18 в пивницях «Львівської пивоварні» поблизу Музею пивоваріння.



Фото 2.3.2 «Хмільний дім Роберта Домса» – пивний ресторан [70]

Із середини 1980-х років у цьому приміщенні на три зали функціонував перший в СРСР пивний ресторан «Золотий колос» при Львівській пивоварні (в ті часи – пивоварна фірма «Колос»).

Ресторан «Хмільний дім Роберта Домса» є популярним не тільки у Львові – тут відбулося багато заходів та імпрез, зокрема концерти джазового фестивалю «Флюгери Львова», етно-рок-фестивалю «Рок-коляда», презентації книг та інше. У закладі регулярно відбуваються концерти або вечірки.

5. Ресторация «Королівська пивоварня».

Заклад варять авторське пиво, які оціняють гурмани.

Пиво «Правди» світле ячмінне/Pilsner ABV 4.7%, OG 12.5 %. Класичне світле пиво з м'яким солодовим тілом і тонкою хмелевою гірчинкою після смаку.

Пиво «Достатку» світле пшеничне/Wheat beer ABV 4.5%, OG 12.5 %. Пшеничне пиво баварського типу. Це пиво вирізняють серед інших за кисло-солодким смаком та малою хмелевою гіркотою. У букеті цього пива присутні приємні аромати пряних спецій, банана та зелених яблук.

Пиво «Влади» копчене/Schlottfegerla ABV 5.2%, OG 12.9 %. Темне пиво поєднує приємний солодово-копчений смак із помірною хмелевою гіркотою. Рецепт цього пива датований 1903 р. У тогочасній Баварії були дуже популярні пива з копченого солоду, який при виготовленні просушували димом фруктових та дубових порід деревини. Саме дим надавав пиву того неповторного, аж до копченого аромату, смаку [55].

6. М'ясний ресторан Монс Піус, м. Львів.

Взимку 2010-го м'ясний ресторан Монс Піус відкрив свої двері для гостей. Монс Піус з латинської – «гора благодаті», саме так називався колишній вірменський банк, в приміщенні якого з'явився наш ресторан. Банк існував 300 років, аж до 1939 року, тож для нас було дуже важливо зберегти якійсь елементи, як то балки, епітафії чи вітраж Розена в майже первозданному вигляді. М'ясо – це те, заради чого гості приходять до нас з 2010 р. М'ясники ресторану, на чолі з шеф-кухарем, ніколи не стоять на місці у роботі з м'ясом; вони використовують нові технології та обладнання для приготування ідеального продукту. В Монс Піусі використовуються технології сухого дозрівання м'яса в спеціальних камерах від 40 до 365 днів. Приготування відбувається у вугільних пічках, при ідеальній для цього температурі. Ми знаємо, що ви будете приємно вражені, адже Монс Піус – це втілення нашої любові та поваги до м'яса!



Фото 2.3.3 М'ясний ресторан Монс Піус, м. Львів [33]

7. Львівський музей пивоваріння «Львівварня».

Однією з найважливіших сторінок в історії пива на Заході України стала поява першої промислової броварні 1715 р., яка і заснувала культуру споживання цього напою як певної традиції у Львові.

Саме вона стала одним з найбільших виробників пива в Австро-Угорської імперії, а незабаром – увійшла в трійку броварень і збільшила кількість поціновувачів кращого смаку і технологій приготування.

Інтерактивні експонати музею надають відвідувачам унікальну можливість на один день відчувати себе знавцем історії пивоваріння і стати її частиною не просто на словах, а відчувати все це на собі під час захоплюючої екскурсії.

На другому поверсі експозиції всі бажаючі можуть поспостерігати за процесом варки напою в чанах, а також розглянути і навіть спробувати основні інгредієнти з яких складається пиво.

Тільки на території музею пивоваріння ви можете знайти більше ніж тисячу екземплярів, які розкажуть вам про легенди пивоваріння та занурять вас в атмосферу створення нових рецептів і пошуку ідеальних смаків.

Після закінчення екскурсії ми занурюємося в пивну феєрію, яка відкривається у всіх куточках старовинного міста. Пиво, раки, креветки, в'ялені кальмари – кожен гурман знає ці обов'язкові атрибути чоловічих зустрічей і не тільки.



Фото 2.3.4 Львівській музей пивоваріння «Львіварня» [27]

1.7 Програма обслуговування

Програма обслуговування туристів у турі «Craft Beer & Vinyl Music Festival» наведена у табл. 2.3.1.

Вартість путівки включає в себе наступні пункти: вартість проїзду; вартість зазначеного у програмі харчування; вартість проживання; вартість трансфера; вартість екскурсійної програми; вартість страхового поліса.

Таблиця 2.3.1

Програма туру «Craft Beer & Vinyl Music Festival» [складено автором]

День	Дні та локації туру
1-й день	
12.00-13.00	Зустріч групи на залізничному вокзалі м. Львів. Трансфер в готель «Гетьман»
13.00-14.00	Обід у готелі «Гетьман»
14.00-15.00	Поселення в готелі
15.00-21.00	Відвідування фестивальних локацій туру: театр пива «Правда», «Кумпель», «Старгород», Королівську пивоварню, Монс Пилс і, звичайно ж, музей пива.
21.00-23.00	Повернення до готелю «Гетьман»
2-й день	
09.00-10.00	Сніданок у готелі «Гетьман»
10.00-14.00	Відвідування фестивальних локацій туру.
14.00-15.00	Обід. Ресторан «Півний дім Роберта Домса».
15.00-23.00	Вільний час
3-й день	
09.00-10.00	Сніданок у готелі «Гетьман»
11.00-12.00	Звільнення номерів згідно з правилами готелю. Здача речей в камеру зберігання готелю або залізничного вокзалу. Вільний час у Львові. Самостійний трансфер на вокзал. Від'їзд

1.8 Калькуляція туру (табл. 2.3.2).

Таблиця 2.3.2

Калькуляція туру «Craft Beer & Vinyl Music Festival»

[складено автором]

№ з/п	Найменування витрат	Ціна, грн	Кількість	Формула	Загальна сума, грн
1	2	3	4	5	6
1	Трансфер	2000	-	-	2000
2	Вартість харчування на групу у готелі (сніданок - 2 шт, обід - 1 шт)	600	група 10 осіб	-	6000
3	Вартість проживання	1000 2-х містний номер «стандарт»	група 10 осіб	-	5000

Продовж. табл. 2.3.2

1	2	3	4	5	6
4	Заробітна плата гіда	500	3 дні, 1 особа	$V_z = \text{Денна ставка} * \text{Кількість днів роботи} * \text{Кількість гідів}$	1500
5	Накладні витрати	-	10 %	$V_n = (p_1 + p_2 + p_3 + p_4) * 10\% / 100\%$	1450
6	Страховання туристів від нещасних випадків	50 грн турист/день	група 10 осіб	$V_s = \text{Вартість 1 доби} * \text{Кількість діб} * \text{кількість туристів}$	1500
7	Прибуток	-	10 %	$C_p = 10\%/100\% * (p_1 + p_2 + p_3 + p_4 + p_5 + p_6)$	1745
8	Загальна вартість туру	-	-	$V_{tz} = p_1 + p_2 + p_3 + p_4 + p_5 + p_6 + p_7$	19200
9	Ціна путівки на 1 особу	-	група 10 осіб	$C_p = V_{tz} / \text{Кількість осіб}$	1920

Отже, вартість 1 путівки складе 1920 грн.

У вартість входить: проживання в готелі у Львові; сніданок та обід (стандарт-розміщення); трансфер до готелю по приїзду до Львова; транспортне обслуговування; супровід гіда-екскурсовода.

У вартість туру не входить: дегустації пива і закуски; факультативні екскурсії; особисті витрати.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Фестивальний туризм все більше охоплює все більшу кількість відвідувачів. Однак це загалом відображає світову тенденцію людей до культурно-пізнавальної та розважальної форми відпочинку. Фестивальний туризм – унікальний вид туризму, оскільки він є фактично невичерпним за своїм змістом.

В Україні з потужним креативним потенціалом та національними традиціями за дієвого державно-приватного партнерства будь-який фестивальний захід може стати точкою розвитку фестивального туризму в країні і виходу національного фестивального туризму на міжнародний рівень. Фестивальний туризм є перспективним ресурсом підвищення іміджу України та джерелом підвищення її економічного добробуту, чинником зростання зайнятості, підвищення культурного рівня населення регіонів країни та розвитку суміжних галузей економіки в умовах її повоєнного відновлення.

Вплив фестивального туризму на туристично-рекреаційний комплекс Львівської області досить значний і має позитивний ефект, адже цей вид туризму доволі стрімко розвивається, область відвідують все більше туристів, до місцевого бюджету надходять кошти. В області щорічно проводиться понад 150 фестивалів, однак не всі мають підтримку на державному рівні. Організаторами все частіше виступають громадські організації та підприємці. Для потреб туристів в області розроблено календар фестивалів і подій. Для розвитку фестивального туризму на Львівщині необхідно робити акцент на максимально цікавих і найбільш відвідуваних подіях, а також створювати нові туристичні продукти задля зміцнення туристичного потенціалу регіону.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анхольт С. Створення бренду країни. Бренд-менеджмент. Лондон: Плєйс. 2007. № 1. С. 36-44.
2. Бернадська Г. О. Тенденції розвитку фестивального туризму на території Рівненської області. Науковий вісник Херсонського державного університету. Географічні науки. 2018. № 9. С. 219-226.
3. Білоус С. Тенденції стратегічного розвитку фестивального туризму у Львівській області Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2018. Вип. 45. С. 281-289.
4. Бусловська А. С., Сардак С. Е. Івент-менеджмент в управлінні розвитком туризм. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2018. № 3 (14). С. 142-145. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/ebm.in.ua/journal/14_2018/25.pdf (дата звернення: 15.03.2024).
5. Венгеренко А. В. Особливості event-менеджменту у туристичній галузі; наук. керівник Ю. І. Продіус. Сучасні інформ. технології та телекомунікаційні мережі : тези доп. 58-ої конф. молодих дослідників ОП-бакалаврів. Одеса, 2023. С. 299-301.
6. Верба В. А., Гребешкова О. А. Проектний аналіз: слайд курс. Навч. посіб. К.: КНЕУ, 2006. 236 с.
7. Вишневська Г. Г. Українські фестивалі як засіб просування позитивного іміджу країни. Культурологічна думка. 2016. №10. С. 235-242.
8. Воскресенська О., Фурсов А. Event-менеджмент в управлінні розвитком подієвого туризму. Молодий вчений. 2019. Вип. 2 (66). С. 248-252.
9. Головне управління статистики у Львівській області. URL: <https://www.lv.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 10.03.2024).
10. Горшкова Л. Особливості фестивального туризму як складника івент-туризму. Приазовський економічний вісник. 2019. Вип. 6 (17). С. 111-

117.

11. Грицку-Андрієш Ю. П., Бучко Ж. І. Фестивальний туризм в системі рекреаційно-туристської діяльності. Науковий вісник Чернівецького університету. 2010. Вип. 519-520. С. 56-60.

12. Давидюк Ю. В., Сироїд Н. П., Ярмолюк Д. І. Стан та перспективи розвитку фестивального туризму у Бразилії. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. 60-1. С. 7-13.

13. Державна агентство розвитку туризму URL: <http://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 15.03.2024).

14. Державна служба статистики України. Офіційний сайт URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 10.03.2024).

15. Дмитришин Л. І. Просторова модель уніфікації та конкуренції в регіональному туристичному секторі. Проблеми економіки. 2014. № 3. С. 335-340.

16. Запотоцький С., Горін І. Туристично-рекреаційний потенціал Львівської області: географічні особливості використання та відтворення. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2018. № 1 (70). С. 72-79.

17. Зеленська Л. В. PR-технології як засіб просування фестивального туризму. Актуальні проблеми обліково-аналітичного процесу в управлінні підприємницькою діяльністю: матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Мукачєво, 19 листопада 2019 р.) / гол. ред. М. В. Реслер. Мукачєво: МДУ, 2019. С. 198-199.

18. Інфраструктура туризму: конспект лекцій. Для здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 242 «Туризм» за усіма формами навчання. Укладачі: О. В. Поступна, Н. А. Леоненко (теми 1, 6, 11, 12). Харків: НУЦЗУ, 2020. 233 с.

19. Карпенко Ю. В. Сутність і структура соціального капіталу сфери туризму в умовах модернізації економіки. Економічний вісник Донбасу.

2017. № 1 (47). С. 110-118.

20. Карпенко Ю. В. Сучасні тенденції глобалізації та регіоналізації відносин у сфері туризму. Економічний вісник Донбасу. 2017. № 3 (49). С. 49-62.

21. Козловська М. В. Святкові видовища в соціокультурних практиках сучасності: фестивальний туризм. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2021. № 4. С. 56-60.

22. Колосок А. М., Оболончик А. В. Соціальний аналіз проекту фестивалю візуального мистецтва. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 17. С. 156-159.

23. Кучинська І. В., Рібун М. В. Місце Львівщини на ринку туристичних послуг України. Вісник Львівського інституту економіки і туризму: зб. наук. ст. / Мін-во освіти і науки України. Львів. інст-т економіки і туризму; [редкол. : І. О. Бочан та ін.]. Львів: ЛІЕТ, 2014. № 9. С. 84-94.

24. Лупак Р., Тарасюк В., Вархоляк Х. Аспекти розвитку фестивального туризму. Галицький економічний вісник. 2020. № 5 (66). С. 30-37.

25. Лущик М. В. Про особливості розвитку фестивального туризму (за матеріалами Львівської області). Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2021. № 5. Т. 2. С. 87-94.

26. Лущик М. В. Тенденції розвитку туристичної індустрії Львівської області в умовах пандемії. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки 2021. № 6. Т. 1. С. 172-183.

27. Львівській музей пивоваріння «Львіварня». URL: <https://lvivarnya.com.ua/> (дата звернення: 15.03.2024).

28. Мальська М. П., Грицишин А. Т., Білоус С. В., Топорницька М. Я. Фестивальний туризм: теорія та практика. К.: Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. 232 с.

29. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. К.: Знання, 2008. 661 с.

30. Медвідь Л. Фестивальний туризм Закарпаття: сучасний стан та перспективи розвитку. Науковий вісник Чернівецького університету. 2011. Вип. 614-615. Географія. С. 86-89.

31. Мережа ресторанів «Kumpel' Group». URL: <https://kumpel.in.ua/> (дата звернення: 15.03.2024).

32. Мігущенко Ю. В. Проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі Львівської області. Ефективна економіка. 2015. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2015/91.pdf (дата звернення: 15.03.2024).

33. М'ясний ресторан Монс Піус. URL: <https://monspius.com.ua/> (дата звернення: 15.03.2024).

34. Нагірняк А. Львівщина як складова туристичної галузі України. Економіка та суспільство. 2021. Вип. 30. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/643> (дата звернення: 15.03.2024).

35. Ометюх Ю. Музично-мистецькі фестивалі Львова початку ХХІ століття: структурно-системний аналіз. Актуальні питання гуманітарних наук. 2021. Вип 43. Т. 2. С. 74-80.

36. Павліш Л. В. Львівщина як перспективний регіон України для розвитку туризму. Торгівля, комерція, підприємництво. 2013. Вип. 13. С. 124-128.

37. Пивоварня «Правда». URL: <https://www.pravda.beer/pravda/> (дата звернення: 15.03.2024).

38. Пивоварня ресторану «Старгород». https://lviv.stargorod.net/ua/site/beer/* (дата звернення: 15.03.2024).

39. Про курорти: Закон України від 05.10.2000 р. № 2026-III URL: <http://zakon2.rada.gov.ua> (дата звернення: 18.03.2024).

40. Про курорти: Закон України від 5.10.2000 р. № 20265-III URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text> (дата звернення: 18.03.2024).

41. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України

№ 222-VIII від 2.03.2015 року URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text> (дата звернення: 18.03.2024).

42. Про оздоровлення та відпочинок дітей: Закон України від 04.09.2008 р. № 375-VI URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/375-17> (дата звернення: 12.03.2024).

43. Про охорону навколишнього природного середовища: Закон України від 25.06.1991 р. № 1264 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1264-12#Text> (дата звернення: 18.03.2024).

44. Про позашкільну освіту: Закон України від 22.06.2000 р. № 1841-III URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1841-14#Text> (дата звернення: 18.03.2024).

45. Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян: Закон України від 21.01.1994 р. № 3857-XII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3857-12#Text> (дата звернення: 18.03.2024).

46. Про порядок направлення дітей на оздоровлення та відпочинок: Положення від 31.01.2018 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z084118> (дата звернення: 18.03.2024).

47. Про Правила дорожнього руху: постанова Кабінету Міністрів України від 10.10.2001 р. № 1306 (дата звернення: 18.03.2024).

48. Про природно-заповідний фонд України: Закон України від 16.06.1992 р. № 2465-12 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-12>. (дата звернення: 18.03.2024)

49. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 №168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 18.03.2024).

50. Про туризм: Закон України від 11.02.2015 р. № 324/95-вр URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр> (дата звернення: 18.03.2024).

51. Програма розвитку туризму та курортів у львівській області на 2021

– 2025 роки. Львів: ЛОДА, 2021. 19 с.

52. Програма соціально-економічного та культурного розвитку м. Львова на 2021-2026 роки. URL: <http://cityadm.lviv.ua/lmr/economy/strategija/programa-socialnoekonomichnogo-takulturnogo-rozvitku-m-lvova-na-2011-2013-roki> (дата звернення: 15.03.2024).

53. Проскуріна М. О. Культурологічні та економічні аспекти фестивального руху Угорщини та України. URL: http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/proskurina_maria_o._cultural_and_economic_aspects_of_the_festival_movement_in_hungary_and_ukraine_maria.pdf (дата звернення: 18.03.2024).

54. Рекреаційний потенціал Львівщини. Статист. збірник. Головне управління статистики у Львівській обл. 2011. URL: https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2011/ZB212010Y11_2.pdf (дата звернення: 15.03.2024).

55. Ресторация «Королівська пивоварня» URL: <https://royal-brewery.com/> (дата звернення: 15.03.2024).

56. Савіцька О. П., Федорович О. І. Культурний туризм: реалії та перспективи у Львівській області. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 24 (1). С. 376-383.

57. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу: навчальний посібник. Ніжин: Ніжинський державний університет ім. М. Гоголя, 2010. 336 с.

58. Список туроператорів. MISTO.TRAVEL. URL: <https://misto.travel/index.php?mod=page&id=14827> (дата звернення: 15.03.2024).

59. Стецько Н. Концептуальні засади розвитку етнофестивального туризму в Україні. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія «Географія». 2016. № 2. С. 138-146.

60. Тимошенко О. В., Мельник А. О. Сучасний рівень розвитку туризму у Львівській області. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського.

Серія : Економіка і управління. 2019. Т. 30. № 6. С. 82-86.

61. Топорницька М. Я. Територіальна організація та перспективи розвитку етнофестивального туризму у Львівській області. Географія та туризм. 2012. Вип. 21. С. 89-96.

62. Туристично-рекреаційний потенціал Львівщини. Управління туризму та курортів Львівської ОДА. URL: https://loda.gov.ua/turyzm_na_lvivshchyni (дата звернення: 15.03.2024).

63. Управління туризму Львівської міської ради. URL: <https://cityadm.lviv.ua/lmr/office/upravlinnia-turyzmu> (дата звернення: 15.03.2024).

64. Харченко О. М., Верес К. О., Наумова О. В. Формування туристичного іміджу Львівської області. Ефективна економіка. 2022. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10035> (дата звернення: 12.03.2024).

65. Шиян О. У Львові відбудеться фестиваль літургійної музики. Zaxid.net. 2020. 8 січня. URL: <https://zaxid.net/news/> (дата звернення: 15.03.2024).

66. Щурик М. В., Бринзей Б. С. Фестивальний рух як один із перспективних напрямів розвитку event-туризму в регіоні. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 39-2. С. 57-60.

67. Rerek M., Dłużewska A. Czy muzyka ma znaczenie? Powody uczestnictwa w koncertach jednodniowych i festiwalach muzycznych. Journal Geography and tourism. URL: http://www.geography.and.tourism.ukw.edu.pl/artykuly/vol4.no1_2016/gat-vol4-2016-1_04-rerek.pdf (дата звернення: 15.03.2024).

68. Social Analysis Sourcebook. The World Bank. 2003. URL: <http://siteresourcesworldbank.org/INTTTSR/Resources/SocialAnalysisSourcebookFINAL2003Dec.pdf> (дата звернення 10.03.2024).

69. UNESCO: Final Report on «A Global Assessment of the 1989 Recommendation on the Safeguarding of Traditional Culture and Folklore: Local Empowerment and International Cooperation» URL: <https://www.unesco.org/>(дата звернення: 15.03.2024).

70. Wikipedia. Вільна енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/> (дата звернення: 15.03.2024).