

DOI

**FESTIVAL TOURISM: FEATURES AND FUNDAMENTALS OF
ORGANIZATION**

**ФЕСТИВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ОСНОВИ
ОРГАНІЗАЦІЇ**

Коваленко Олександр Вікторович,

кандидат педагогічних наук, доцент,

завідувач кафедри туризму,

Сумський національний аграрний університет,

м. Суми, Україна

Шейко Віталій Ілліч,

доктор біологічних наук, професор,

професор кафедри біології,

Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя,

м. Ніжин, Україна

Анотація.

У даному розділі колективної монографії наведено декілька варіантів визначення поняття «фестивальний туризм» і зазначено, що до цей вид туризму включає низку заходів культурного, спортивного, етнографічного, виставкового (ділового) видів туризму. У роботі констатується, що фестивальний туризм в нашій державі до сьогодні не отримав широкого розвитку, оскільки в країні ще не сформувалися періодично повторювані та соціально значущі фестивалі, які залучають широкі маси вітчизняних та іноземних туристів. У цьому розділі монографії також представлені переваги фестивального туризму у порівнянні з іншими видами туристичної діяльності, які вказують на важливість технології організації та проведення заходів у сфері фестивального туризму для запуску

регіонального розвитку та демонструють неможливість досягнення цих цілей старими методами управління. У роботі авторами представлені різні класифікації видів фестивального туризму та зазначено, що особливістю всіх видів фестивального туризму є те, що вони суттєво впливають на розвиток регіону проведення фестивалів. У цьому розділі колективної монографії описано основні заходи щодо розвитку та вдосконалення фестивального туризму в Україні. У роботі також стверджується, що проведення фестивалів має значний вплив на соціально-економічний стан регіону: фестивалі є каталізатором у розвитку туристичної інфраструктури, сприяють формуванню позитивного іміджу регіону як туристичної дестинації. Для виконання стратегічних завдань розвитку туризму в регіоні необхідно оцінити всі наслідки, як позитивні, так і негативні, від проведення фестивалів. Також автори зазначають, що оцінка будь-якого фестивалю має здійснюватися з урахуванням принципів сталого розвитку з трьох точок зору: економічної, соціальної та екологічної. На сьогоднішній день існує декілька підходів до оцінки економічної ефективності фестивалю: модель «витрати-випуск» і модель загальної економічної рівноваги, яка базується на моделі інтегральних матриць фінансових потоків. У роботі також представлено єдиний підхід, який відповідає принципам сталого розвитку та враховує, поряд з економічною ефективністю, вплив фестивалю на соціальну сферу та довкілля.

Annotation.

This section of the monograph presents several options for defining such a concept as festival tourism, and states that this type of tourism includes several activities of cultural, sports, ethnographic, exhibition (business) types of tourism. The work states that festival tourism has not yet received wide development in our country, as the country has not yet formed periodically recurring and socially significant festivals that attract large masses of domestic and foreign tourists. This section of the monograph presents the advantages of festival tourism in comparison with other types of tourism activities, which indicate to us the importance of the technology of organizing and conducting events in the field of festival tourism for the launch of regional development and demonstrate the impossibility of achieving these goals with

old management methods. The work also presents various classifications of types of festival tourism and states that a feature of all types of festival tourism is the fact that they significantly affect the development of the region where festivals are held. This section of the collective monograph describes the main measures for the development and improvement of festival tourism in Ukraine. The work also claims that the holding of festivals has a significant impact on the socio-economic condition of the region. Festivals are a catalyst in the development of tourism infrastructure, contribute to the formation of a positive image of the region as a tourist destination. All effects, both positive and negative, of holding festivals should be evaluated to fulfill the strategic tasks of tourism development in the region. The work states that the evaluation of any festival should be carried out considering the principles of sustainable development from three points of view: economic, social, and environmental. To date, there are several approaches to evaluating the economic efficiency of the festival: the "cost-output" model and the general economic equilibrium model, which is based on the model of integrated matrices of financial flows. The work also presents a unified approach that meets the principles of sustainable development and considers, along with economic efficiency, the impact of the festival on the social sphere and the environment.

Вступ.

Туризм – одна із сфер світової економіки, що найбільш динамічно розвивається. Розвиток туристичної промисловості сприяє диверсифікації джерел доходів регіонального бюджету, що в сукупності з іншими джерелами може стати фактором синергетичного ефекту соціально-економічного розвитку окремої дестинації. Тобто, сфера туризму забезпечує значний внесок у збільшення внутрішнього валового продукту, створення нових робочих місць та підвищення якості життя населення без виснаження природних ресурсів.

Фестиваль – один із найважливіших мотивуючих факторів у туризмі. Фестивалі помітно впливають на розвиток та маркетингові стратегії більшості туристських дестинацій. Роль і вплив заздалегідь спланованих подій у сфері

туризму підтверджено документально, особливо сильний вплив фестивалі надають конкурентоспроможність туристичної дестинації.

Заходи фестивального туризму мають велике економічне значення. У період їх проведення активізується діяльність усіх об'єктів індустрії туризму. Споживчий попит значно перевищує пропозицію. Спостерігається відродження місцевих культурних традицій, звичаїв, розвиток народної творчості. Основною перевагою фестивального туризму є той факт, що для розвитку цього виду туризму не потрібна наявність багатих туристично-рекреаційних ресурсів. Таким чином, фестивальний туризм є альтернативним видом туризму для регіонів, які не мають видатної історико-культурної спадщини, а також природних ресурсів.

Розвиток фестивального туризму проходить в межах економіко-соціальних змін, які відбувались по всьому світові останні декілька століть. Найбільш даний вид туризму набув свого розвитку одразу після Другої світової війни, тоді з'явилося досить багато нових фестивалів та бажання людей до різноманітних подорожей і вражень.

Фестивальний туризм у світі дуже швидко розвивається і є одним із найперспективніших напрямків. Він є доволі актуальним напрямком розвитку і для нашої держави. У доповідній період кількість відвідувачів вітчизняних фестивалів з року в рік зростала, це говорить нам про те, що фестивальний туризм є досить популярним напрямком, який має усі перспективи на поширення всією територією України. Треба зазначити, що даний вид туризму наразі є одним із перших претендентів на зайняття чільного місця серед інших видів у індустрії туризму нашої держави.

Розділ 1. Сутність та особливості фестивального туризму

На сьогодні у світі одним із найбільш перспективних напрямків туризму, за визначенням експертів Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), є подієвий туризм. На думку М. Мальської та колективу авторів¹ до даного виду туризму відносять:

¹Мальська, М. П., Грицишин, А. Т., Білоус, С. В. & Топорницька, М. Я. (2022). Фестивальний туризм: теорія та практика: навч. посібник. Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 232 с.

- карнавали, фестивалі, паради;
- форуми, конференції, круглі столи, симпозіуми;
- заходи освіти такі як тренінги, семінари тощо;
- чемпіонати та інші спортивні змагання;
- події ділового характеру: ярмарки, виставки, презентації, відкриття нових ТРЦ, заходи, що пов'язані із просуванням певної торговельної марки й інші.

За визначенням Г. Шуки¹ подієвий туризм є економічною діяльністю юридичних та фізичних осіб, яка передбачає формування турпродукту на основі відвідування певних подій та реалізацією цього продукту туристам, якщо їх потреби на пов'язані із підприємництвом та здобуттям освіти.

На думку Ю. Грицку-Андрієш та Ж. Бучко² подієвий та фестивальний туризм є тотожними поняттями, що мають на меті організацію пізнавальних туристичних подорожей із метою відвідування певних подій (концертів, релігійних святкувань, карнавалів, парадів сучасних субкультур тощо), з періодичністю 1 раз на рік.

Професор Д. Гетц³ трактує фестивальний туризм, як термін, що використовується для опису маркетингової стратегії та стратегії розвитку регіону, які, в свою чергу, спрямовані на реалізацію економічного потенціалу подій (фестивалів).

Н. Лейпер⁴ визначає фестивальний туризм наступним чином: «Під фестивальним туризмом розуміється певна туристична діяльність, яка пов'язана з різними суспільними подіями, а також рідкісними природними явищами, що приваблюють своєю унікальністю екзотичністю неповторністю країн».

Фестивальний туризм – це напрямок порівняно молодий, який тільки нещодавно почав свій активний розвиток в нашій країні. Основна мета поїздки в даному виді туризму присвячена будь-якій події.

¹Шука, Г. П. (2023). Подієвий туризм: навч.-метод. посібник. Берегове: ЗУІ. 171 с.

²Грицку-Андрієш, Ю. П. & Бучко, Ж. І. (2010). Фестивальний туризм у системі рекреаційно-туристської діяльності. Науковий вісник Чернівецького університету. № 519-520. С. 56-60.

³Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*. Volume 29 (3). P. 403-428.

⁴Leiper, N. (2004). *Tourism management*. Frenchs Forest: Pearson Education Australia. 234 p.

Унікальні події тури, що поєднують у собі традиційний відпочинок та участь у найбільш видовищних заходах планети, поступово завойовують дедалі більшу популярність¹.

Фестивальний туризм передбачає наявність неминущої атмосфери свята, індивідуальні умови відпочинку та незабутні враження. Головна особливість цього виду туризму – безліч яскравих неповторних моментів. Основна мета поїздки приурочена до будь-якої події. Цільова аудиторія фестивального туризму – це забезпечені туристи з доходом вище середнього, а також компанії, що складаються з кількох пар. Це доволі перспективний вид туризму, який має динамічний розвиток².

Отже, можна вважати, що фестивальний туризм – це спеціалізований підвид подієвого туризму, який має на меті задовільнити специфічні запити туристів протягом їх подорожі й відвідування об'єктів зацікавлення. Також це вид туристської діяльності, що приваблює туристів різноформатними громадськими заходами культурного чи спортивного життя, які, у свою чергу, сприяють розвитку інфраструктури туризму, згуртуванню населення та формуванню позитивного іміджу дестинації. Фестивальний туризм включає низку заходів культурного, спортивного, етнографічного, виставкового (ділового) видів туризму. Але далеко не всі із заходів, що проводяться, слід відносити до даного виду туризму, лише ті, які приносять будь-який дохід і можуть вважатися ресурсною складовою регіону, що приймає туристів. На нашу думку, необхідно розглядати фестивальні заходи саме як різноманітні форми культурної комунікації, що утворюють синтетично-мистецький простір із певними ознаками багатогранності, а також багатofункціональності.

Окремі види ресурсів фестивального туризму доцільно класифікувати за тематиками заходів, а саме: національні та релігійні свята; музичні, театральні, гастрономічні фестивалі; спортивні змагання, карнавали, виставки тощо.

¹Білоус, С. В, Масюк Ю. О. & Красько, А. Б. (2019). Фестивальний туризм як новий напрям українського туризму. Географія та туризм: Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції Харківського національного педагогічного університету ім. Г. С. Сковороди. С. 160-164.

²Dwyer, L. & Wickens, E. (2013). Event Tourism and Cultural Tourism. New York: Rutledge. 640 p.

Фестивальний туризм можна розглядати як такий, що проявляється у специфічних сутнісних формах, котрі наведено на рисунку 1.

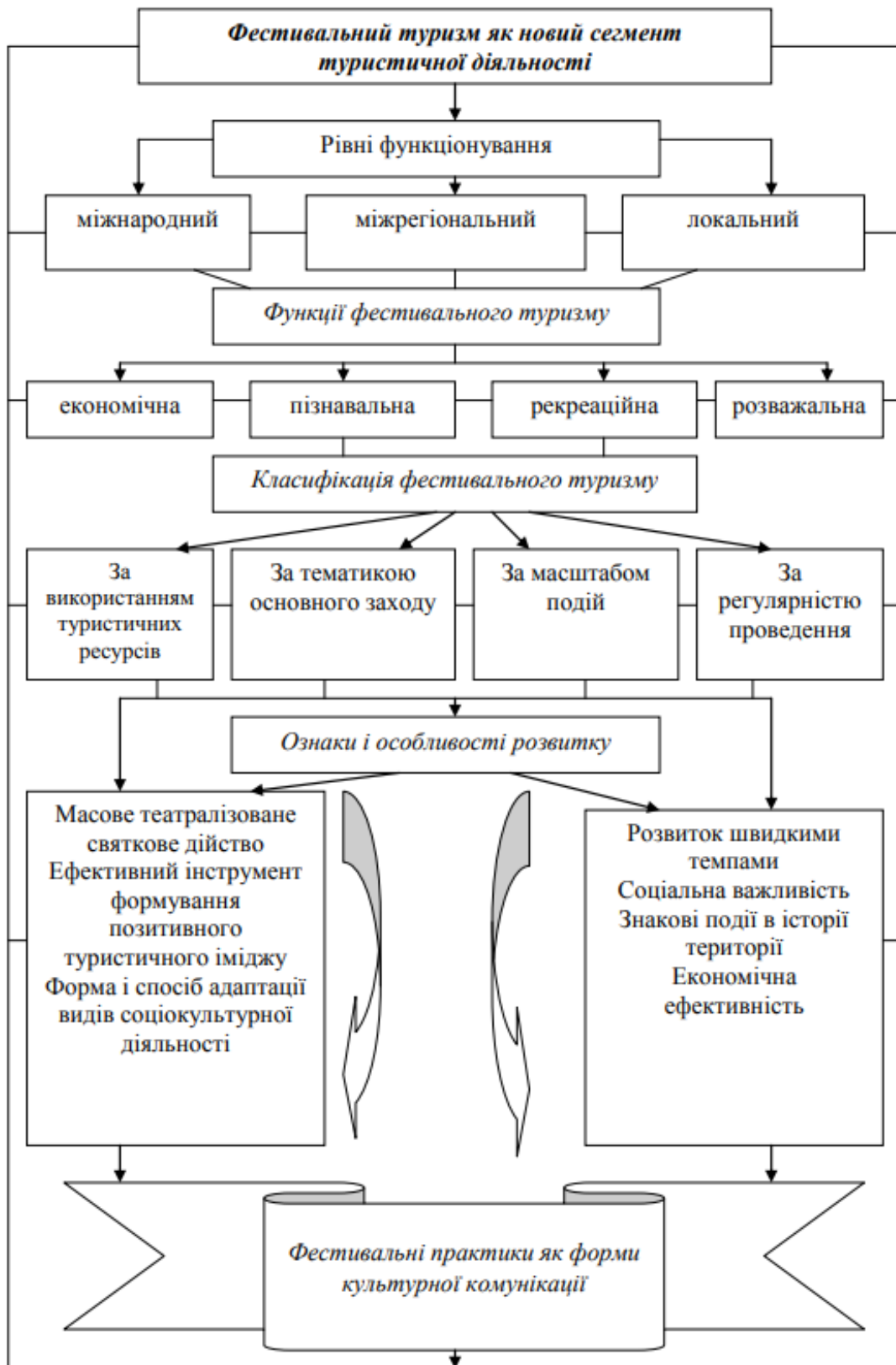


Автори: А. Молодецький, А. Пташнік¹

Рис. 1. Типізація фестивального туризму

Фестивальний туризм, що є одним із найперспективніших видів туризму виконує наступні функції: пізнавальну, економічну, розважальну та рекреаційну. Багато з дослідників визначають певні рівні функціонування даного виду туризму, до яких можна віднести: міжнародний, регіональний чи міжрегіональний, а також локальний. Відповідно до визначеної класифікації видів фестивального туризму можна визначити ознаки та особливості, які і представлені на рисунку 2.

¹Молодецький, А. & Пташнік А. (2012). Значення фестивального туризму у розвитку міст та регіонів. Історія української географії. Випуск 26. С. 113-118.



Джерело: складено автором за матеріалами М. Топорницької¹

Рис. 2. Фестивальний туризм як новий сегмент туристичної діяльності

¹Топорницька, М. (2012). Місце фестивального туризму у класифікаційній схемі масових видів туризму. Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини. Вип. 29 (2). С. 246-253.

Розглянемо основні фестивалі, що зарекомендували себе в усьому світі, серед яких¹:

1. Національні свята разом із фестивалями:

- міста Лондон та Дублін та їх Фестивалі Святого Патріка;
- Берлін та його Фестиваль Культур, а також Парад Кохання;
- Амстердам і його відомий парад Pride Amsterdam або Парад Сексуальних Меншин;
- Едінбург і їх неоднозначний Парад Військових Татуювань;
- Аяччо, що на острові Корсика та їх Святкування Дня Народження Наполеона Бонапарта;

2. Всесвітньо відомі театралізовані шоу Європи:

- Німеччина та її Фестиваль на Льоду, а також Шоу Romanza та Mystery;
- Великобританський Шоу-Фестиваль Lord of the Dance;
- Французький Фестиваль «Цирк майбутнього» у м. Париж;

3. Європейські фестивалі кіно та театру:

- Німецький Фестиваль Короткометражних Фільмів у Оберхаузені;
- Французький Канський Кінофестиваль;
- Німецький Театралізований Фестиваль Spierlart у Мюнхені;
- Італійський Фестиваль Оперного Мистецтва у Вероні;

4. Фестивалі гастрономічного напрямку:

- Берлінський Міжнародний Фестиваль Пива;
- Всесвітньо відомий Октоберфест у м. Мюнхен;
- Фестиваль Морепродуктів на іспанському острові Гров;
- Французьке Божоле Нуво або Свято Молодого Вина;
- Паризький Салон Шоколаду;

5. Фестивалі та виставки квітів:

- Британська Виставка Квітів у Челсі;
- Лондонська Виставка Квітів у палаці Хемптон Корт;

¹Euro-Festival Project: Arts Festivals and European Public Culture (2023). Euro-festival Organization. Retrieved from <http://www.euro-festival.org>

- Японський Фестиваль Хризантем;
- Голландська Виставка Тюльпанів;
- Японський Фестиваль Бонсай у Нарі;

6. Музичні фестивалі та конкурси:

- Швейцарський Фестиваль Capricies у Кране Монтана;
- Бельгійський Фестиваль Ars Musica у Брюселі;
- Швейцарський Фестиваль «Сніг та Симфонія» у Санкт Моріці;
- Німецький Фестиваль TDK TIME WARP у м. Маннхайм;
- Голландський Фестиваль Поп-музики Pink Pop у м. Ландграфф;
- Швейцарський Фестиваль Джазу у Монтрі (Швейцарія);
- Британський Фестиваль Музики та Мистецтв у м. Хенлі;
- Швецький Фестиваль Джазу у м. Стокгольм;
- Музичний конкурс «Євробачення».

До найвідоміших культурних фестивалів також належить Единбурзький фестиваль. У Британію до міста Единбург з'їжджаються різноманітні оперні, балетні та театральні колективи, різні фольклорні ансамблі які визначені як найкращі у світі. Дуже популярні міжнародні Фестивали класичної музики вже декілька десятків років проводять у містах у Сантандері, що в Іспанії, та Люцерні, що у Швейцарії. Найвідоміші мистецькі фестивалі збирають десятки тисяч відвідувачів. Найважливішими творчими подіями стали світові Фестивали кіномистецтва, які вже традиційно проводять у французькому м. Канни та італійській Венеції (перший світовий міжнародний кінофестиваль з 1932 р.), Берлінський та Токійський кінофестивалі, а також Каїрський кінофестиваль, який є найбільшим кінофестивалем в арабському світі.

Але ж дійсно справжньою світовою славою користуються такі події, як карнавали. Церемонію на честь бога Осіріса (Давній Єгипет) можна вважати першим карнавалом у світі. Слова «карнавал» у перекладі з італійського «carnе vale» означає – прощавай м'ясо. Воно пов'язане із святом обжерства, яке проходилося напередодні Великого посту перед святом Великдень, коли було дозволено їсти багато м'яса, пити алкоголь та весело проводити час. Саме ця

традиція посідає значне місце у християнських народів. За тиждень до того, як почнеться 40-денний пост, починають проходити карнавали у великих містах та містечках країн як Латинської Америки, так і в Європі.

Карнавали – це свобода, свобода у виборі розваг, чи у виборі сексуальних партнерів, саме звідси і поширюються на карнавалах використання масок (маскаради), коли жінки та чоловіки одягаються у химерні костюми й маски та прагнуть бути невпізнаними, а головне – привабливими.

Ще у середньовіччі жителі французьких міст встановили традицію карнавалу, як свята загальнодержавного значення із шаленими танцями та любовними іграми, на що політичні партії відповіли жартівливою критикою влади. Тоді ж в таких італійських місцях, як Рим та Неаполь (та інших), карнавали проходили вулицями цілими парадами. Багато гостей із інших країн приїжджали подивитися на італійські маскаради.

Своєрідні та складні сплетіння долей людських комедійних або трагічних, пов'язаних безпосередньо із карнавалами й маскарадами, ставали теммами видатних літературних шедеврів, які й стали, в свою чергу, основою класики саме цього жанру. Естетичність та екзотичність карнавальних подій і сьогодні приваблюють туристів зі всього світу. Значна кількість карнавалів проводиться регулярно та у встановлені терміни, до яких за часом приурочуються туристичні поїздки. Вдалими прикладами є відомі Бразильські Карнавали, а також Італійські Карнавали та Маскаради.

Бразильський карнавал є найвідомішим фестивальним заходом світу. Цей карнавал є національним святом та уособив в собі особливий стиль життя досить унікальної країни Латинської Америки. Населення країни Бразилія пройшло довгий шлях формування, як сплаву індіанського населення (місцевих аборигенів), нащадків африканських народів, і звісно ж Азійських та Європейських переселенців. Поєднання різноманітних культури та релігії і є основою традицій, вінцем яких стало всенародне свято під назвою Бразильський Карнавал. Воно не має аналогів за масштабами проведення, активностей та подій, значимості у суспільному житті та фінансових витрат, які йдуть на його

проведення. Роком народження Карнавалу у Бразилії вважають 1641 рік, коли губернатор міста Ріо-де-Жанейро оголосив один із тижнів «всенародним святом», яке проводилось на честь коронації португальського імператора.

Десятки тисяч туристів приїжджають на такі фестивальні заходи, як:

- Корида в таких країнах, як Іспанія та Португалія;
- Паради та Фестивали квітів у Нідерландах та Таїланді;
- Лондонський Парад Королівської кінної гвардії;
- Французькі та Швейцарські фестивали вина та пива;
- Конкурси краси «Міс світу» та «Міс Всесвіт», найстаріший із яких було засновано ще у 1951 р. у м. Сан-Сіті, ПАР;
- Гонки буйволів та Стрибки слонів у Таїланді, Забіги ящірок у США, Міжнародний чемпіонат зі стрижки овець «Золоті ножиці» у Новій Зеландії¹.

Заходи, що проводяться під час фестивалів, мають велике економічне значення, бо саме на період їх проведення сильно активізується діяльність майже усіх об'єктів туристичної галузі, а споживчий попит на них значно перевищує існуючі пропозиції. Спостерігається значне відродження місцевих звичаїв, культурних традицій, розвиток народної творчості. У цій галузі є свої правила, професійні заходи та асоціації. Наприклад, IFEA (Міжнародна Асоціація фестивалів та подій), представництва якої є у більш ніж 40 країнах світу. Проведення фестивалів – це ціле мистецтво зі своїми особливостями та специфічним жанром. І у кожному різновиді фестивалів є фахівці, так як вони самі є частиною зовсім різних галузей. Фестивальна індустрія ділиться на багато секторів як за характером заходу, так і за кінцевими його цілями².

Треба відзначити, що особливістю фестивального туризму є той факт, що він має істотний позитивний вплив на розвиток регіону, що приймає, а саме: створення комфортабельних засобів розміщення; організація таких комплексів як

¹Fernandez-Mogollon, J. M., Fernandez-Folgado, J. A. & Duarte-Oliveira, P. A. (2014). Event tourism analysis and state of the art. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*. Volume 5 (2). P. 83-102.

²Dwyer, L. & Wickens, E. (2013). *Event Tourism and Cultural Tourism*. New York: Rutledge. 640 p.

спортивні, туристичні, екскурсійні, розважальні; розвиток транспортної інфраструктури регіону та інші. Саме завдяки цікавим подіям туристи їдуть до регіонів, які в інший час навряд чи могли б розраховувати на їхню увагу. Як правило, фестивалі проводяться для того, щоб збільшити туристичний потік або залучити відвідувачів під час «низького сезону».

Також необхідно зазначити, що саме фестивальний туризм можна вважати унікальним видом туризму, тому що він є невичерпним за своїм змістом. Майже усі експерти даної галузі вважають, що кількість учасників саме фестивальних турів у недалекому майбутньому значно перевищить кількість учасників традиційних екскурсійних турів.

Розділ 2. Розвиток фестивального туризму за кордоном та в Україні

Фестивальний туризм – це унікальні туристичні пропозиції, які включають крім традиційного відпочинку участь в цікавих заходах різних країн світу. Такі тури стають все популярнішими, все більша кількість людей хочуть по максимуму цікаво провести свої вихідні чи відпустку.

Учасники фестивальних турів висувають підвищені вимоги до готелів та інших засобів розміщення; трансферу та транспортній інфраструктурі (зручність доставки до місця події); закладів харчування; послуг гідів-перекладачів.

Особливістю фестивального туризму можна вважати те, що щорічно він поповнюється новими турами, які в свою чергу стають регулярними.

На сьогодні достатньо великим за обсягами та стабільним за регулярністю сегментом фестивального туризму є тури на карнавали. Під час організації цих турів обов'язково враховується низка вимог туристів, а саме місце розташування засобу розміщення поруч із місцем проведення карнавальних заходів; наявність якісних закладів харчування; архітектурний стиль та незвичний інтер'єр готельних номерів; кількість обслуговуючого персоналу; наявність поблизу крамничок чи пунктів прокату карнавальних костюмів¹.

¹Вороніна, Г. Б. (2010). Фестивальний туризм як новий напрям світового туризму. Географія та туризм: наук. зб. Київ: Альтерпрес. Вип. 10. С. 310-342.

Італія вже досить давно придбала репутацію однієї із «святкових» країн. Одним із найвідоміших та найпопулярніших є карнавал у місті Венеція, який щороку проходить у лютому місяці. Десять днів у цьому місті відтворюють святкову атмосферу XVIII століття: кавалькади, традиційні церемонії, різноманітні паради-маскаради змінюють один одного на венеціанських галасливих вуличках. Щороку Венеціанський карнавал відвідує понад пів мільйону туристів із усього світу. Карнавал традиційно відкривають святом під назвою «Festa delle Marie», яке присвячене звільненню дівчат, що були викрадені у Венеції піратами з Істрії. Від палацу Святого Петра розпочинається святкова хода яку закінчують на площі Святого Марка, де спалюють символічне опудало.

Також у лютому проходить всесвітньо відомий карнавал міста Віареджо. Свято починається маскарадом на площі П'яцца Маціні, де виступають оркестри разом із різноманітними музичними гуртами. Даний карнавал відомий тим, що учасниками є величезні ляльки-двійники знаменитостей та відомих політичних діячів. Парад триває декілька днів та закінчується величезним феєрверком.

11 листопада об 11 годині 11 хвилин у німецьких містах Кельн, Бонн, Дюссельдорф починаються карнавали. Одним із найбільш відомих та популярних карнавалів є карнавал міста Кельн. Протягом усього листопаду відбуваються так звані засідання карнавальних комітетів, де вибирають принца карнавалу. Обербургмістр вручає принцу ключі від ратуші, а вже через три місяці, в останній четвер лютого або так званий «Бабин четвер», одягнені в карнавальні костюми жінки, «захоплюють» цю ратушу і оголошують початок карнавалу. В цей день жінкам дозволено усе, а однією з найвідоміших традицій є зрізання краватки. Своєї кульмінації це свято досягає у «Рожевий понеділок». В цей день більше мільйона осіб бере участь у святковій ході, під час якої везуть величезних ляльок виготовлених із пап'є-маше. А у «Фіалковий вівторок» спалюється величезне опудало із соломи. Завершення карнавалу відбувається у «Попільну середу», коли усі учасники малюють собі на лобі попелясті хрести і їдять страви із риби.

Наприкінці лютого – початку березня у французькій Ніцці із 1294 року проводиться відомий карнавал в якому зазвичай бере участь близько мільйону туристів. Під час заходів обирають короля та королеву, а його центральними подіями є «Квіткові битви» та «Парад голів», коли величезні макети голів вагою до двох тон та розміром завбільшки 10 метрів рухаються містом на возах.

Канарські острови є центром фестивального туризму Іспанії. Починаючи із XVIII століття на острові Тенерифе проводять маскарадні ходи. Також є популярними так звані «Яечні битви», коли яйця наповнюють конфетті та серпантинном. Центральними подіями даного карнавалу є «Битва на верблюдах», а також найвідоміша церемонія «Похорон сардини».

Фестивальний туризм почав розвиватися у нашій країні нещодавно. Відповідно, фестивалів, здатних залучити зовнішніх туристів до України, поки що не надто багато. Як самостійна сфера даний вид туризму почав виокремлюватись лише приблизно 20 років тому. Лише на початку 2002 року українськи туристичні оператори розпочали пропонувати послуги туристам із організації поїздок на фестивалі. Показники в'їзного фестивального туризму в нашій державі не можуть бути постійними, так як напряду залежать від кількості і часу фестивалів, наприклад, Євро-2012 або Євробачення, які в свій час проходили в Україні. Місцеві або регіональні фестивалі в більшій мірі цікаві лише вітчизняним туристам і ніяк не сприяють розвитку саме в'їзного туризму. До причин повільного розвитку такого виду туризму, як фестивальний, можна віднести його недосконалість, і звісно ж низький рівень державного регулювання цієї галузі¹.

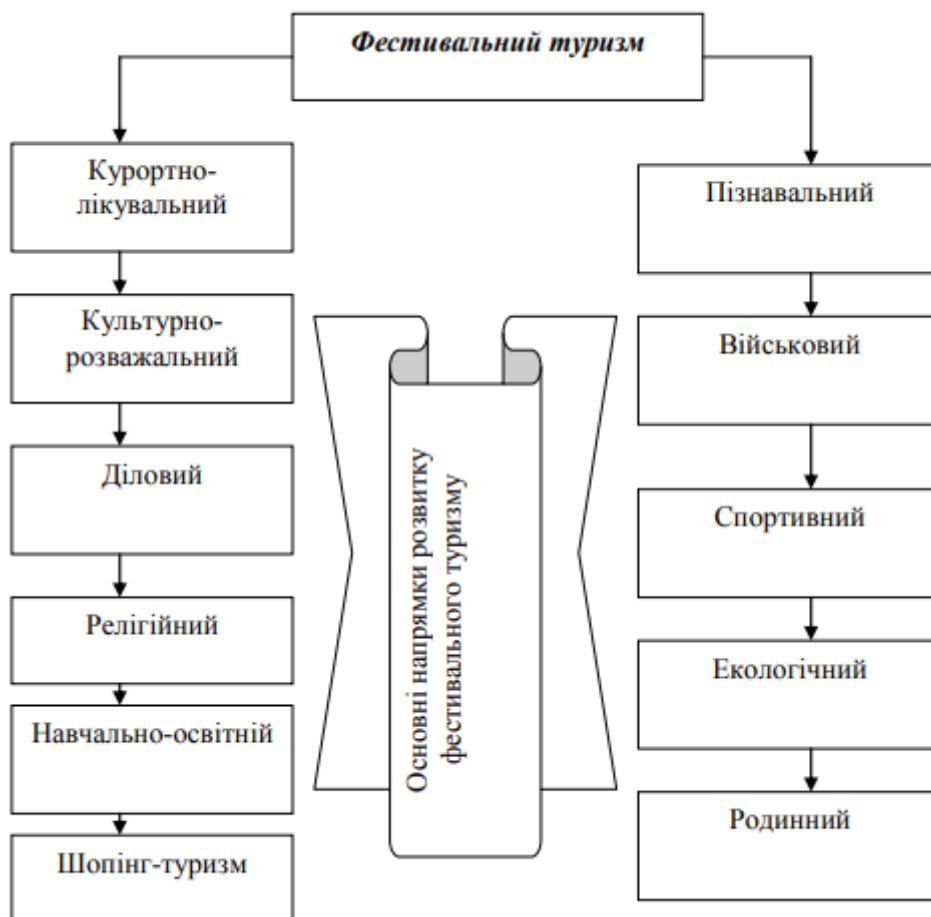
Український фестивальний туризм в останні 10 років почав значно розвиватись, що було зумовлено по-перше: національними, етнічними та природними особливостями нашої держави, а по-друге: співпрацею із країнами ЄС, вивчення їх досвіду, традицій.

¹Мальська, М. П., Грицишин, А. Т., Білоус, С. В. & Топорницька, М. Я. (2022). Фестивальний туризм: теорія та практика: навч. посібник. Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 232 с.

В нашій країні відбуваються різноманітні розважально-відпочинкові фестивалі, які звісно ж не мають певної глибокої мети та зосереджені в більшій мірі на відпочинку від щоденної буденності; гастрономічні а також промоційні фестивалі, такі як фестивалі пива, сиру чи вина.

Фестивалі, що проходять у різноманітних регіонах України, забезпечують популяризацію цих регіонів, а також сприяють розвитку саме цільових поїздок туристів. Кожне велике місто, що є обласним чи районним центром, а також чимало сіл та містечок нашої країни дуже цікаві своїми подіями, як культурними, так і спортивними, які проходять за чималого скупчення глядачів.

Фестиваль, який розглядається як туристичний ресурс, мультиплікаційний ефект – він нібито «примушує» до розвитку різних секторів індустрії туризму для ефективного використання власного потенціалу (рис. 3).



Автор: О. Коваленко

Рис. 3. Основні напрямки розвитку фестивального туризму

Як ми вже й згадували, наша держава має величезний природно-рекреаційний й історико-культурний потенціал, що в свою чергу надає можливості із забезпечення потужного розвитку фестивального туризму. Українці, як нація, є досить консолідованими, а їх традиції та культура можуть становити потужний сегмент національного турпродукту на міжнародному та внутрішньому туристичних ринках саме фестивального туризму.

В Україні практично немає якісної аналітики та досліджень щодо економічної ефективності фестивального туризму. Можна констатувати, що й реальної індустрії фестивального туризму нині в нашій країні немає.

Проаналізувавши статистику та досвід європейських країн, щодо функціонування та розвитку сфери фестивального туризму ми можемо стверджувати, що європейські експерти передбачають зростання інтересу до масштабних спортивних, культурних, подієвих заходів у найближчі 30 років, а європейські міста докладають величезних зусиль для розвитку фестивального туризму¹.

В Україні багато заходів, які б могли стати центром тяжіння туристів, такими не стають. Подія може стати туристичною, якщо її інформаційна підтримка починається за півроку або, найкраще, за рік до відкриття, при цьому бюджет на рекламу та маркетинг повинен дорівнювати бюджету на організацію заходу. Також, доцільно проводити щорічний відбір порядку 10-15 цікавих для туристів проєктів, на яких необхідно зосередити основні зусилля щодо організації, реклами та просування. Координація цього процесу та довгострокове планування мають бути організованими органами місцевого самоврядування. Організаторам також необхідно заздалегідь, не менш ніж за півроку, інформувати туристичну спільноту про відповідні плани.

Також для туристичних фірм важливими є стабільність та регулярність проведення заходу, стабільна ціна, система економічних стимулів (знижки, комісія тощо). Тільки так туристичний бізнес має змогу активно підключитися

¹Bramwell, B. (2017). A sport mega-event as a sustainable tourism development strategy. *Tourism recreation research*. №2 (22). P. 13-29.

до створення на основі регіональних подій повноцінного турпродукту.

Не менш важливим є вибір сезону для реалізації проекту, цільової аудиторії та просування власних культурних брендів. Наприклад, гарна тема для створення реальної привабливої, як для вітчизняних, так й іноземних туристів, туристської події – Фестиваль Маланок («Маланка-фест») у Чернівцях, український аналог європейських карнавалів.

Найефективнішою технологією по залученню до країни туристів є технологія організації «подій», яка широко застосовується останніми роками практично у всьому цивілізованому світі. Ця технологія є досить простою – спочатку турист приїжджає до нової для себе країни, залученої якимось видовищним фестивалем чи заходом. Потім, відчувши всі переваги та емоції від поїздки саме в цю країну, він повертається сюди наступного року або через 2-3 роки вже як звичайний турист, намагаючись дізнатися більше про саму країну (вперше його приваблювала саме якась подія). Не дивно, що у світі сьогодні триває запекла боротьба за проведення різноманітних видовищних фестивалів глобального значення.

На нашу думку, Україні необхідно цілеспрямовано займатися плануванням організації фестивального туризму на прикладі розвинених у сфері туризму держав. Світ має чимало місць, які прославилися не архітектурними пам'ятниками чи кліматом, а саме фестивалями, які там щорічно проводяться на регулярній основі. Прикладом може бути «Парад кохання» у Берліні, карнавал у Ріо-де-Жанейро, авіашоу у Ле Бурже тощо. У Лондоні, априклад, існує календар «Туристичних Фестивалів», які дозволяють залучати туристів не лише навесні чи влітку, а й у прохолодний сезон.

Важливо, щоб організатори фестивалів планували подібні події та допомагали надати їм статусу міжнародних. Наприклад, це може бути міжнародна авіавиставка, подібна до французької в Ле Бурже, бо потенціал її проведення в нашій країні дуже великий. Крім того, поки що зовсім не реалізовані можливості у проведенні щорічних великих народних свят, таких як різдвяні та новорічні гуляння, літні святки тощо. Іншими словами, чим

екзотичнішою буде подія, тим більше іноземних туристів можна залучити. Україна – величезна країна, тому великих щорічних заходів у нас може бути не менш ніж десяток.

Таким чином, вивчивши специфіку розвитку та вдосконалення фестивального туризму, історію розвитку та поточний стан даного виду туризму в Україні та світі, ми можемо запропонувати такі основні заходи щодо розвитку та вдосконалення фестивального туризму в нашій країні, а саме:

- формування організаційного й економічного середовища для створення та функціонування в регіонах туристичного комплексу, орієнтованого на максимальне використання природно-ресурсного потенціалу і особливостей місцевості;

- розробка фестивальних заходів регіону, створення та розвиток фестивальних та інших центрів районів та міст, туристичних маршрутів виходячи з їх видів, сезонності, інтересів туристів різних категорій, які акцентовано на певних місцях, архітектурних, археологічних, історичних, природно-ландшафтних та інших об'єктах;

- розвиток маркетингу й активної рекламної діяльності;

- збільшення самозайнятості місцевого населення через розвиток туристичної інфраструктури міст та районів;

- формування сприятливих умов для підвищення інвестиційної привабливості регіонів шляхом реалізації ліберальних, адаптованих до європейських стандартів господарських механізмів, а також активізації розвитку фестивального туризму в регіонах;

- створення сучасних туристсько-інформаційних центрів, якісне покращення сервісу, досягнення більшої гнучкості у різних заходах, формування широкого спектру розважальних можливостей для прихильників фестивального та розвитку суміжних видів туризму;

- охорона та покращення навколишнього середовища та зведення до мінімуму негативних наслідків перебування прихильників фестивального туризму;

- розвиток галузевої науки, здійснення прикладних наукових досліджень у сфері туризму;
- формування сучасної системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації туристських кадрів.

Розділ 3. Вплив фестивального туризму на соціально-економічний розвиток регіонів

Проведення фестивалів є важливою складовою забезпечення відпочинком та рекреацією населення регіону, а в окремих випадках фестивалі є основою у стратегії розвитку туризму в регіоні. Проведення фестивалів значною мірою впливає на соціально-економічний стан регіону.

Фестивалі є каталізатором у розвитку інфраструктури туризму, сприяють формуванню позитивного іміджу регіону як туристської дестинації. Усі ефекти, як позитивні, так й негативні від проведення фестивалів мають бути оцінені з метою виконання стратегічних завдань розвитку туризму у регіоні¹.

Оцінці фестивалів на сьогоднішній день у нашій країні приділяється мало уваги. Проведення оцінки ефективності кожного фестивалю дозволить скоригувати стратегію розвитку туризму у регіоні, оцінити соціальний, екологічний та інші ефекти від фестивалю. Також важливою складовою є зворотний зв'язок – туристи та місцеві жителі повинні також брати активну участь у плануванні фестивалів, до їхньої думки слід прислухатися з метою недопущення конфлікту влади та місцевих жителів. Таким чином, оцінка фестивалів має представляти комплексний, цілісний процес. Вона проводиться з погляду положень сталого розвитку, враховуючи економічні, соціальні та екологічні фактори, тобто має бути розроблений набір показників сталого розвитку, які визначалися б для кожного фестивалю окремо, для проведення моніторингу протягом певного періоду часу.

Розглянемо основні ефекти, викликані проведенням фестивалів, представлені у таблиці 1.

¹Allen, J. (2014). Marketing your event planning business: a creative approach to gaining the competitive edge. Mississauga, Ont.: Wiley. 221 p.

Класифікація ефектів від проведення фестивалів

№	Тип ефектів	Позитивні ефекти	Негативні ефекти
1	Економічні	<ul style="list-style-type: none"> - Зростання витрат; - Створення нових робочих місць; - Збільшення потреби у кадрах; - Збільшення запитів до рівня життя 	<ul style="list-style-type: none"> - Збільшення цін у час проведення фестивалю; - Спекуляції на ринку нерухомості; - Відсутність інтересу у туристів до фестивалю; - Недостатня кількість капіталу; - Недооцінка вартості фестивалю
2	Туристичні	<ul style="list-style-type: none"> - Підвищення пізнаваності регіону; - Інформованість щодо туристичного потенціалу інвестиційних можливостей; - Розвиток інфраструктури туризму та гостинності; - Підвищення транспортної доступності 	<ul style="list-style-type: none"> - Створення негативного образу дестинації внаслідок надто завищених цін, неякісних послуг тощо; - Негативні реакції з боку місцевого бізнесу внаслідок появи нових конкурентів
3	Екологічні	<ul style="list-style-type: none"> - Поява нових умов та зручностей; - Удосконалення місцевої інфраструктури 	<ul style="list-style-type: none"> - Нанесення шкоди екології; - Зміни у природних процесах; - Перенаселення регіону
4	Соціо-культурні	<ul style="list-style-type: none"> - Збільшення рівня зацікавленості в участі у заході; - Зміцнення місцевих традицій та звичаїв 	<ul style="list-style-type: none"> - Комерціалізація загальнодоступних місць для відпочинку та розваг; - Проведення фестивалів підлаштовується під прийом туристів; - Потенційне збільшення рівня злочинності; - Соціальна дезорганізація
5	Психологічні	<ul style="list-style-type: none"> - Підвищення патріотизму, загального духу населення; - Поінформованість про сприйняття дестинації туристами 	<ul style="list-style-type: none"> - «Оборонна тактика» місцевих жителів, неприйняття туристів; - Культурний шок; - Відсутність порозуміння між туристами та місцевими жителями
6	Політичні	<ul style="list-style-type: none"> - У разі вдалого проведення фестивалю можливе щорічне фінансування заходу органами державної влади; - Значна міжнародна пізнаваність регіону; - Вдосконалення навичок у організаторів заходів (з боку влади) 	<ul style="list-style-type: none"> - Експлуатація місцевого населення з метою задоволення амбіцій влади; - Неможливість досягнення справжніх місій і цілей фестивалю; - Інтеграція ідеологій та соціокультурних реалій; - Неможливість місцевого населення протистояти рішенням влади щодо фестивалів

Джерело: складено автором за матеріалами L. Hoyle¹

¹Hoyle, L. (2012). Event marketing: how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions. New York: John Wiley and Sons, Inc. 252 p.

На стадії організації будь-якого фестивалю слід враховувати всі можливі негативні наслідки та ефекти, зазначені у таблиці 1. За комплексного підходу до оцінки фестивалів доцільно проводити порівняльний аналіз ефективності подій у регіоні.

На сьогоднішній день існує кілька підходів до оцінки ефективності фестивалів, які представлені у таблиці 2. На підставі цілей оцінки ефективності виділено підходи та представлено інструментарій оцінки.

Табл. 2.

Підходи до оцінки ефективності фестивалів

№	Підхід	Мета	Методика оцінки
1	Розрахунок точки беззбитковості	- Оцінка фінансової стійкості та платоспроможності	- Оцінка витрат (змінних витрат і прибутку організаторів); - Визначення збитку або доходу
2	Оцінка рентабельності інвестицій	- Відображення вигід від грантів та спонсорів; - Оцінка ефективності для інвесторів або організаторів заходу	- Визначення кореляції між вкладеними коштами та кількістю відвідувачів фестивалю; - Обчислення коефіцієнта ефективності інвестицій
3	Оцінка економічного масштабу	- Оцінка масштабу одного чи кількох фестивалів з погляду розвитку дестинації	- Визначення загальної кількості відвідувачів фестивалю та їх витрат на заході, а також витрат організаторів
4	Економічний ефект	- Визначення макроекономічних вигід від проведення подій для дестинації	- Оцінити прямий та опосередкований дохід від фестивалю, а також зміни у рівні зайнятості; - Використання мультиплікаторів
5	Витрати Вигоди	- Оцінити витрати та вигоди з погляду дестинації, суспільства та екології; - Визначити повну вартість івенту	- Порівняти матеріальні та нематеріальні вигоди від фестивалю на короткострокову та довгострокову перспективи; - Оцінити залучені інвестиції; - Оцінити повну вартість фестивалю та прийнятність відповідних витрат.

Джерело: складено автором за матеріалами L. Hoyle¹

Для того, щоб фестиваль був успішним протягом декількох років, потрібна комплексна оцінка його ефективності, яка враховує різні фактори, такі як економічні, соціальні, екологічні та інші. Повинні бути враховані позитивні та

¹Hoyle, L. (2012). Event marketing: how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions. New York: John Wiley and Sons, Inc. 252 p.

негативні ефекти поряд із витратами та вигодами від проведення фестивалю.

Витрати та вигоди від фестивалю можуть бути матеріальними та нематеріальними. Матеріальні ефекти виражаються у сумі витрат учасників фестивалю чи у сумі прибутку, отриманої організаторами заходу. Нематеріальні ефекти, такі як підвищення патріотизму, формування позитивного іміджу DESTINATION оцінити набагато складніше. До нематеріальних негативних ефектів відносять шкоду навколишньому середовищу, які пов'язані з організацією фестивалю. До позитивних ефектів відносять загальне почуття задоволення населення, отримання яскравих емоцій та вражень

Слід зазначити, що однакове значення повинна мати оцінка позитивних та негативних ефектів від проведення фестивалю за низкою економічних, екологічних та соціальних критеріїв. Це забезпечить виявлення та подальші усунення негативних ефектів, а позитивні ефекти отримають подальший розвиток.

З метою забезпечення ефективності проведення оцінки фестивалю потрібний ґрунтовний, комплексний підхід. Регулярне проведення оцінки фестивалів дозволить відповісти на такі питання, як:

- Чи був фестиваль поведений цього року краще з погляду економічних, екологічних та соціальних чинників?

- Чи було створено додаткові робочі місця у зв'язку з проведенням фестивалю?

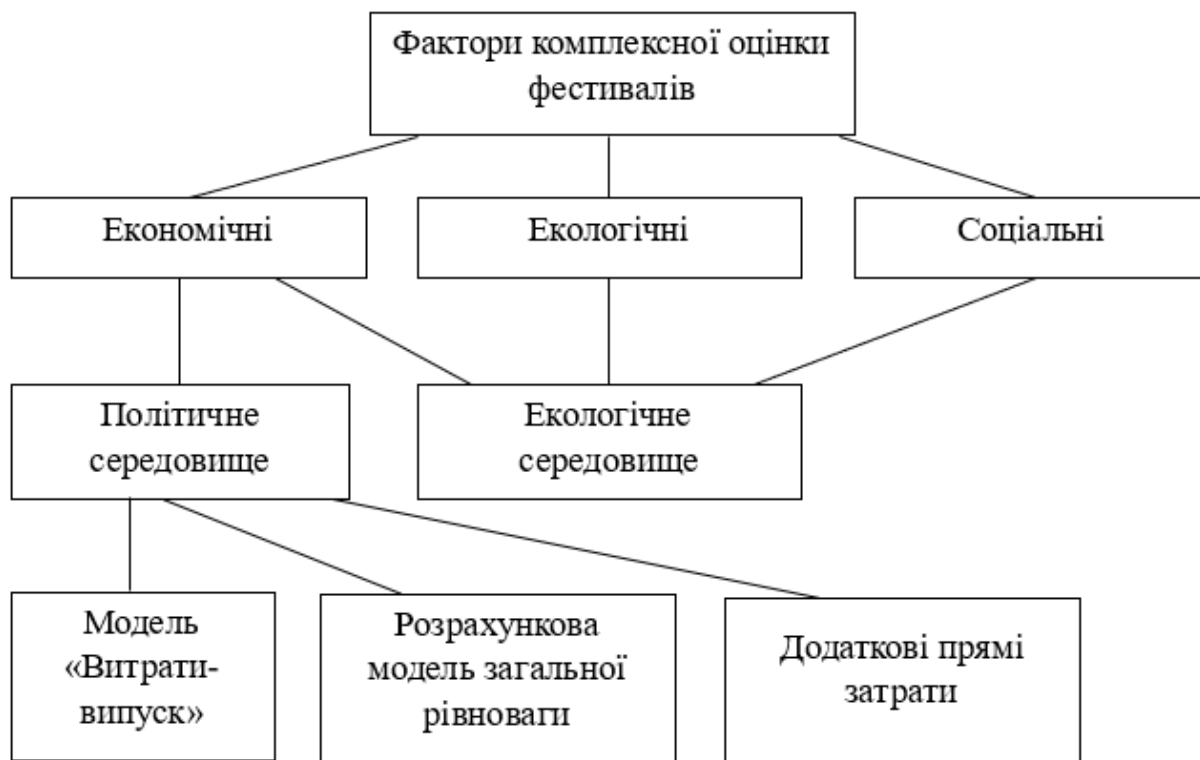
- Якою є відвідуваність заходу порівняно з попередніми роками та іншими заходами регіону?

- Які сфери щодо фестивалю мають бути покращені та вдосконалені наступного разу?

- Які типи фестивалів повинні проводитися та просуватися у регіоні?

- Які типи фестивалів мають отримувати державну підтримку?

Розглянемо основні комплексні методи оцінки фестивалів, їх переваги та недоліки (рис. 4).



Автор: О. Коваленко

Рис. 4. *Методи оцінки фестивалів*

Розглянемо всі наведені вище моделі оцінки фестивалів, а також способи збору необхідних даних для проведення їх оцінки. Ключовими моделями оцінки фестивалів вважаються моделі «витрати-випуск», а також розрахункова модель загальної рівноваги. Модель «аналіз витрат та результатів» є найбільш повною та комплексною та рекомендована для оцінки фестивалів. Але в залежності від різних факторів, що залежать від типів фестивалів, їх оцінка може проводитись і за іншими моделями.

Економічний ефект будь-якого фестивалю виявляється у сумі грошового потоку, який пов'язаний з його проведенням. Перший крок до визначення економічних результатів фестивалю – це виявлення суми прямого грошового потоку, як вхідного, так і вихідного з регіону. Загальна сума додаткових (нових для регіону) витрат, які виникають у зв'язку з проведенням фестивалю, є «додатковими прямими витратами». Цей показник є «витратами» в економічних моделях. На рис.5. подано схему визначення економічного ефекту фестивалю.



Автор: О. Коваленко

Рис. 5. Схема визначення економічного ефекту фестивалю

Дані про додаткові прямі витрати збираються в ході соціологічних та маркетингових досліджень організаторів, спонсорів та учасників, що проводяться під час фестивалю. Основними детермінантами «додаткових прямих витрат» є:

- щоденна кількість відвідувачів фестивалю та їх витрати;
- види фестивалів та їх учасників;
- тривалість поїздки (на фестиваль);
- рівень цін на товари та послуги у місці проведення фестивалю;
- витрати організаторів та спонсорів.

Таким чином, до «додаткових прямих витрат» відносяться наступні:

- витрати учасників фестивалю, якщо його відвідування – основна мета відвідування регіону/дестинації;
- витрати «збігу» – учасники фестивалю планують поїздки до регіону у будь-якому разі, але підганяють час поїздки під проведення фестивалю;
- витрати випадкових відвідувачів, туристів у регіоні проведення фестивалю;

- акумульовані витрати – витрати місцевих організацій організаторів фестивалю, які були б зроблені в будь-якому іншому регіоні, де проводився б фестиваль;

- витрати організаторів та спонсорів у разі якщо витрачання коштів пов'язане безпосередньо з проведенням фестивалю;

- ефект «витіснення» – місцеві жителі вважають кращим залишити регіон/місто на час проведення фестивалю через зростання цін та інше; їх витрати, пов'язані з переміщенням, потенційно могли бути здійснені на фестивалі;

- прямий імпорт, а саме витрати на товари та послуги, які безпосередньо пов'язані з участю в фестивалі, які виробляються поза регіоном, де він проводиться.

Оцінюючи «додаткові прямі витрати» треба використовувати відповідні дослідження та соціологічні опитування, якими мають займатися професіонали. Додаткові прямі витрати учасників, організаторів та спонсорів фестивалю стимулюють економічну активність та створюють додатковий товарообіг, збільшують зайнятість, дохід домашніх господарств, а також податкові надходження – всі ці фактори створюють «мультиплікативний ефект». Первинне вливання коштів на економіку регіону прямий вплив на економіку, стимулює виробництво та споживання благ¹.

Прямий вплив виявляється у розподілі учасником фестивалю коштів у різні сектори економіки. До вторинних ефектів відносять непрямий вплив та стимулюючу дію. Непрямий вплив виявляється у створенні циклу обороту коштів серед підприємств. Стимулюючий вплив виявляється у тому, що резиденти регіону отримують збільшену заробітну плату і витрачають більше коштів в регіоні, стимулюючи розвиток бізнесу. Але якщо кошти витрачаються на імпортні товари – створюється витік коштів. У загальному вигляді сукупний ефект фестивалю на економіку можна подати так, як на рисунку 6.

¹Вороніна, Г. Б. (2010). Фестивальний туризм як новий напрям світового туризму. Географія та туризм: наук. зб. Київ: Альтерпрес. Вип. 10. С. 310-342.



Автор: О. Коваленко

Рис. 6. Сукупний ефект фестивалю на економіку регіону

Оцінка мультиплікативного ефекту нерозривно пов'язана із моделлю оцінки «витрати-випуск». Економіко-математична балансова модель, що характеризує міжгалузеві виробничі взаємозв'язки економіки країни характеризує зв'язок між випуском продукції однієї галузі і витратами продукції всіх галузей, які є необхідними для забезпечення цього випуску. Міжгалузевий баланс складається у грошовій та натуральній формах.

Міжгалузевий баланс представлений у вигляді системи лінійних рівнянь. Міжгалузевий баланс (МОБ) є таблицею, у якій відбито процес формування та використання сукупного суспільного продукту в галузевому розрізі. Таблиця показує структуру витрат на виробництво кожного товару і структуру його розподілу в економіці. По стовпцям відображається вартісний склад валового випуску галузей економіки за елементами проміжного споживання та доданої вартості. По рядках відбиваються напрями використання ресурсів кожної галузі.

Метою використання цієї моделі є оцінка зміни економічної активності внаслідок проведення фестивалю за допомогою обчислення збільшення «на випуску» та додаткових ефектів у суміжних галузях. В умовах проведення фестивалю за допомогою даної моделі є можливою оцінка мультиплікатора зайнятості в тому випадку, якщо в регіоні проводиться велика кількість фестивалів і таким чином робочі місця створюються цілий рік. Для окремого фестивалю це неефективно. Також, за допомогою моделі «витрати-випуск» можна оцінити збільшення заробітних плат у регіоні. Зміни цього показника краще відображає ефект фестивалю відносно робочої сили.

Перевагами моделі «витрати-випуск» є такі:

- велика кількість економічних показників включаються до єдиної матриці, що є зручним у використанні;

- 30 років досліджень даного методу та його параметрів стали результатом низької вартості проведення аналізу за допомогою даної моделі, оцінка може проводитися на будь-якому рівні;

- результати аналізу легко інтерпретуються та використовуються у складанні прогнозів та планів.

Альтернативним способом оцінки впливу фестивалів є розрахункова модель загальної рівноваги. Даний метод широко поширений в Австралії, Великій Британії, США та Канаді. Модель полягає в математичній специфікації ключових взаємозв'язків економіки (визначають рівень попиту, пропозиції).

Модель калібрується під актуальні дані задля забезпечення достовірного подання економіки. За допомогою комплексної моделі економіки, яка включає в себе бізнес, уряд, споживачів, можна проаналізувати зміни туристських витрат, зміни в податкових надходженнях, зміну на туристичному ринку в усьому світі.

Моделі загальної рівноваги характеризуються високим рівнем емпіричних даних у формі деталізованих товарних потоків, ринку робочої сили, звітних даних. Сюди включаються також дані про поведінку споживачів, виробників, інвесторів, що дозволяє калібрувати дані відповідно до стану економіки. Цей параметр є суттєвою відмінністю моделі загальної рівноваги від моделі «витрати-випуск». Модель загальної рівноваги складається з набору рівнянь, що характеризують виробництво, споживання, торгівлю, уряд та вирішуються одночасно. В рамках даної моделі існує 4 типи рівнянь:

1. Рівняння споживчого попиту.
2. Рівняння пропозиції ресурсів.
3. Рівняння рівноваги у галузі.
4. Рівняння попиту на ресурси.

Кількість рівнянь та ступінь деталізації економічних змінних, таких як кількість секторів виробництва, типи факторів, споживчий попит залежить від доступної інформації про економіку, що досліджується.

З погляду дослідження фестивального туризму, модель загальної рівноваги корисна для упорядкування державної політики, оскільки модель дозволяє прораховувати різні варіанти сценаріїв, які можуть статися, надавати конкретні типи рішень кожному з них.

На додаток до високої точності розрахунків, модель дає чітке уявлення про природу впливу зовнішніх шоків (що призводять до порушення рівноваги).

Модель загальної рівноваги – це високоефективна система для дослідження впливу збільшення туристських витрат, пов'язаних з проведенням фестивалю на економіку регіону. Також, дана модель оцінює як позитивні ефекти від фестивалю, так й негативні.

Так як розрахункова модель загальної рівноваги представляє передову світову практику щодо оцінки впливу туристських витрат на економіку, дана модель також є високоефективною в оцінці впливу фестивалів на економіку¹.

Модель загальної економічної рівноваги спирається на модель інтегрованих матриць фінансових потоків (Social Accounting Matrix). SAM – своєрідна модель економіки, що використовується для дослідження економічної діяльності в масштабах країни на основі взаємопов'язаних балансів (рахунків), що відображають потоки руху продуктів та їх фінансових еквівалентів між економічними агентами у процесі здійснення ними різноманітних економічних операцій. Основою для побудови SAM є система національних рахунків (СНР). Найважливішим результатом аналізу SAM є можливість виділення найбільш значущих суб'єктів економіки (фінансових потоків) та оцінка їх впливу на характеристики системи, що розглядається.

Говорячи про економічну політику загалом, розрахункова модель загальної рівноваги майже повністю витіснила модель «витрати-випуск» у зв'язку з тим,

¹Грицишин, А. Т. (2021). Фактори розвитку фестивального туризму у другій половині ХХ століття. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». № 3 (47). Т. 2. С. 40-44.

що остання ґрунтується на спрощених умовах. Але за фактом, оцінка ефективності фестивалів, це одна з небагатьох сфер, де ще досі успішно використовується модель «витрати-випуск» для оцінки та складання подальших планів дій.

Переваги розрахункової моделі загальної рівноваги:

- модель може враховувати потік учасників фестивалю, навіть якщо він проводиться на декількох майданчиках одночасно;
- існує можливість обліку державного співфінансування фестивалю та розрахунку ефективності субсидій;
- ефективність фестивалю може бути розрахована для міста, регіону та країни в цілому.

Також, розглядаючи фестивальний туризм, розрахункова модель загальної рівноваги має й значні недоліки, такі як:

- модель може застосовуватись лише для мега-фестивалів (або інших великих подій);
- для розрахунку потрібна велика кількість економічних показників, що робить модель складною у використанні;
- розрахунок моделі є дорогим інструментом і може бути зроблений не в усіх регіонах.

На підставі даних недоліків, для оцінки ефекту від фестивалів найчастіше використовується модель «витрати-випуск».

Слід зазначити, що розрахункову модель загальної рівноваги з метою оцінки ефективності та впливу фестивалю на економіку слід розробляти для кожної країни та регіону окремо. Процес дорогий, але при проведенні великої кількості заходів для залучення туристів повністю виправдовує себе.

Разом з тим, наведені вище моделі тісно взаємопов'язані між собою. Вони відображають різні рівні комплексної оцінки будь-якого фестивалю.

Вищерозглянуті методи є методами економічної оцінки фестивалів. Слід зазначити, що проведення фестивалів вирішує низку найважливіших соціальних

та екологічних завдань, які не відображаються в економічному аналізі. Але ці фактори є важливими і також повинні знайти своє відображення поряд з економічними показниками.

Однією із спроб комплексно оцінити фестиваль є модель «витрати-вигоди». Модель заснована на методиці оцінки альтернативних варіантів на основі очікуваних доходів та витрат. Модель «витрати-вигоди» розглядає фестиваль одразу у кількох вимірах: з погляду економіки, екології та соціальної значущості. Це підхід до проведення оцінки вигід і витрат, спричинених кожним із альтернативних варіантів дій, що використовується для вибору одного з варіантів або, більш формально, – аналітична техніка для порівняння позитивних та негативних наслідків використання альтернативних варіантів рішень, що вимагають грошового вираження цих наслідків.

Результати оцінок за даною моделлю є ключовими у процесі прийняття рішень про стратегію розвитку туризму. У разі, коли ресурси обмежені і є кілька варіантів їх використання, дана модель визначає їх найкраще використання, прораховуючи кожен можливий варіант. Особливо застосовна ця модель за державного субсидування тих чи інших фестивалів. Аналіз відповідає питанням: «Який варіант має найбільший коефіцієнт ставлення вигід до витрат?» Подібний аналіз можливий тоді і лише тоді, коли всі задіяні параметри можуть бути представлені у грошовому еквіваленті. Зазвичай це неможливо, коли йдеться про етичні, внутрішні, тимчасові та естетичні складові.

Аналіз витрат-вигід включає чотири основні етапи:

1. Визначення витрат та вигід проекту;
2. Оцінка загальних витрат та вигід;
3. Порівняння сумарних витрат та вигід упродовж існування проекту;
4. Вибір проекту.

На першій стадії аналізу проекту визначаються всі пов'язані з ним витрати та вигоди, обґрунтовується їхній зв'язок із проектом. Новий проект залучить ресурси з іншої галузі економіки. Подібний перехід ресурсів тягне у себе

виробництво в однієї області і, одночасно, спад виробництва у другій. На цьому етапі аналізу важливо зіставити збитки та вигоди.

Друга стадія – оцінка витрат і вигід – є необхідною стадією аналізу, що вимагає особливої уваги та творчого підходу. Відчутні блага, такі як капітальне обладнання, праця, земля тощо повинні бути оцінені. Вартість таких благ можна отримати, використовуючи інформацію про ціни будь-якого конкурентного ринку. Крім того, необхідно визначити вартість таких невідчутних благ, як людське життя, час, природоохоронні чинники, для котрих немає інформації про їх ціну.

На третій стадії аналізу майбутні витрати та вигоди проекту порівнюються із вартістю інвестицій у проект на даний момент. Для такого порівняння використовується ставка дисконтування.

На останній стадії аналізу проекти розташовуються у порядку убавання від найкращого до найгіршого (на основі коефіцієнта витрат-вигід), чистої вартості проекту, коефіцієнта окупності капіталовкладень. За даними критеріями проект приймається, якщо його коефіцієнт витрат-вигід і чиста наведена вартість більша за нуль і коефіцієнт окупності капіталовкладень вищий, ніж ринковий рівень окупності.

З погляду оцінки фестивалів, даний вид аналізу не набув широкого поширення, оскільки аналіз комплексний, складний для розрахунку. При оцінці фестивалю мають бути враховані всі ефекти, витрати та вигоди. Фестиваль визнається успішним, якщо регіон, де він проводиться, у сумі отримав більше вигід, ніж витрат.

Після проведення комплексної оцінки фестивалю доцільно відобразити отримані економічні, соціальні та екологічні результати на шкалі ефективності, за допомогою якої можна наочно порівняти показники ефективності проведеного фестивалю.

Отже, проведення фестивалів значною мірою впливає на соціально-економічний стан регіону. Фестивалі є каталізатором у розвитку інфраструктури туризму, сприяють формуванню позитивного іміджу регіону як туристської

дестинації. Усі ефекти, як позитивні, так і негативні від проведення фестивалів мають бути оцінені з метою виконання стратегічних завдань розвитку туризму у регіоні.

Оцінку будь-якого фестивалю слід проводити з урахуванням принципів сталого розвитку з трьох точок зору: економічної, соціальної та екологічної. На сьогоднішній день існує кілька підходів до оцінки економічної ефективності фестивалю: модель «витрати-випуск» та модель загальної економічної рівноваги, яка базується на моделі інтегрованих матриць фінансових потоків. Єдиний підхід, що відповідає принципам сталого розвитку та враховує поряд з економічною ефективністю вплив фестивалю на соціальну сферу та навколишнє середовище, є модель «витрати-вигоди». На основі даної моделі, на нашу думку, слід ґрунтувати підходи до оцінки ефективності фестивалів.

Висновки. Отже, підсумовуючи усе вищезазначене, можна зробити наступні висновки про те, що під фестивальним туризмом ми розуміємо туристичну діяльність, яка пов'язана із найрізноманітнішими значущими суспільними подіями, і звісно ж із рідкісними явищами природи, які приваблюють туристів із різних країн своєю унікальністю, екзотичністю та неповторністю. Даний вид туризму включає низку заходів культурного, спортивного, етнографічного, виставкового видів туризму. В нашій державі фестивальний туризм широкого розвитку поки що не отримав, оскільки в країні поки не сформувалися періодично повторювані й суспільно значущі фестивалів, що залучають великі маси вітчизняних та зарубіжних туристів.

У підсумках можна також зазначити й переваги фестивального туризму в порівнянні з іншими видами туристичної діяльності, а саме: можливість інтегрувати територіальні одиниці (країну, область, регіон); підвищення привабливості регіонів, що приймають туристів, поліпшення в них інвестиційного клімату; створення нових робочих місць; забезпечення більш повного використання культурного, історичного та природного потенціалів регіону. Крім цього, фестивальний туризм забезпечує підвищення конкурентних переваг для приймаючого регіону, а саме: конструктивність і патріотичність,

оскільки інтенсифікує роботу з виявлення місцевих регіональних переваг та загальних національних цінностей; комунікативність, оскільки він легко приймається владою, бізнесом, співтовариством і може бути основою консолідації регіональних та національних еліт; здатність забезпечити конкурентні переваги, активізуючи місцевий творчий потенціал; здатність залучати працівників різної кваліфікації та спеціалізації (гуманітаріїв та техніків). Перелічені переваги вказують нам на важливість технології організації та проведення заходів у сфері фестивального туризму для запуску регіонального розвитку, а також демонструють неможливість досягнення цих цілей старими управлінськими методами.

У нашому дослідженні ми з'ясували, що фестивальний туризм – це унікальні туристичні пропозиції, які включають крім традиційного відпочинку участь в цікавих заходах різних країн світу. Такі тури стають все популярнішими, все більша кількість людей хочуть по максимуму цікаво провести свої вихідні чи відпустку. Учасники фестивальних турів висувають підвищені вимоги до готелів та інших засобів розміщення; трансферу та транспортній інфраструктурі (зручність доставки до місця події); закладів харчування; послуг гідів-перекладачів. Особливістю фестивального туризму можна вважати те, що щорічно він поповнюється новими турами, які в свою чергу стають регулярними.

Ми можемо стверджувати, що фестиваль може стати туристично привабливим, якщо його інформаційна підтримка починається за півроку або, найкраще, за рік до відкриття, при цьому бюджет на рекламу та маркетинг повинен дорівнювати бюджету на організацію заходу. Вважаємо за необхідне рекомендувати проводити щорічний відбір близько 10-15 цікавих для туристів фестивальних проєктів, на яких необхідно зосередити основні зусилля щодо організації, реклами та просування. Координація цього процесу та довгострокове планування мають бути організовані органами влади. Організаторам також необхідно заздалегідь, не менше ніж за півроку, інформувати туристичну спільноту про відповідні плани. Для туристичних фірм також важливими є стабільність і регулярність проведення заходу, стабільна ціна, система

економічних стимулів (знижки, комісія тощо). Тільки у цьому випадку туристичний бізнес зможе активно підключитися до створення на основі регіональних подій повноцінного туристичного продукту.

Також у підсумку ми можемо стверджувати, що проведення фестивалів значною мірою впливає на соціально-економічний стан регіону. Фестивалі є каталізатором у розвитку інфраструктури туризму, сприяють формуванню позитивного іміджу регіону як туристської дестинації. Усі ефекти, як позитивні, так і негативні від проведення фестивалів мають бути оцінені з метою виконання стратегічних завдань розвитку туризму у регіоні. Оцінку будь-якого фестивалю слід проводити з урахуванням принципів сталого розвитку з трьох точок зору: економічної, соціальної та екологічної. На сьогоднішній день існує кілька підходів до оцінки економічної ефективності фестивалю: модель «витрати-випуск» та модель загальної економічної рівноваги, яка базується на моделі інтегрованих матриць фінансових потоків. Єдиний підхід, що відповідає принципам сталого розвитку та враховує поряд з економічною ефективністю вплив фестивалю на соціальну сферу та навколишнє середовище, є модель «витрати-вигоди». На основі даної моделі, на нашу думку, слід ґрунтувати підходи до оцінки ефективності фестивалів.

Список використаних джерел:

1. Білоус, С. В, Масюк Ю. О. & Красько, А. Б. (2019). Фестивальний туризм як новий напрям українського туризму. *Географія та туризм: Матеріали ІІ Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції Харківського національного педагогічного університету ім. Г. С. Сковороди*. С. 160-164.
2. Вороніна, Г. Б. (2010). Фестивальний туризм як новий напрям світового туризму. *Географія та туризм: наук. зб. Київ: Альтерпрес. Вип. 10*. С. 310-342.
3. Грицишин, А. Т. (2021). Фактори розвитку фестивального туризму у другій половині ХХ століття. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». № 3 (47). Т. 2*. С. 40-44.

4. Грицку-Андрієш, Ю. П. & Бучко, Ж. І. (2010). Фестивальний туризм у системі рекреаційно-туристської діяльності. *Науковий вісник Чернівецького університету. № 519-520. С. 56-60.*
5. Мальська, М. П., Грицишин, А. Т., Білоус, С. В. & Топорницька, М. Я. (2022). *Фестивальний туризм: теорія та практика: навч. посібник.* Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 232 с.
6. Молодецький, А. & Пташнік А. (2012). Значення фестивального туризму у розвитку міст та регіонів. *Історія української географії. Вип. 26. С.113-118.*
7. Топорницька, М. (2012). Місце фестивального туризму у класифікаційній схемі масових видів туризму. *Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини. Вип. 29 (2). С. 246-253.*
8. Щука, Г. П. (2023). *Подієвий туризм: посібник.* Берегове: ЗУІ. 171 с.
9. Allen, J. (2014). *Marketing your event planning business: a creative approach to gaining the competitive edge.* Mississauga, Ont.: Wiley. 221 p.
10. Bramwell, B. (2017). A sport mega-event as a sustainable tourism development strategy. *Tourism recreation research. №2 (22). P. 13-29.*
11. Dwyer, L. & Wickens, E. (2013). *Event Tourism and Cultural Tourism.* New York: Rutledge. 640 p.
12. Euro-Festival Project: Arts Festivals and European Public Culture (2023). *Euro-festival Organization.* Retrieved from: <http://www.euro-festival.org/>
13. Fernandez-Mogollon, J. M., Fernandez-Folgado, J. A. & Duarte-Oliveira, P. A. (2014). Event tourism analysis and state of the art. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation. Volume 5 (2). P. 83-102.*
14. Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management. Volume 29 (3). P. 403-428.*
15. Hoyle, L. (2012). *Event marketing: how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions.* New York: John Wiley and Sons, Inc. 252 p.
16. Leiper, N. (2004). *Tourism management.* Frenchs Forest: Pearson Education Australia. 234 p.