

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет географії, туризму та історії
Кафедра туризму та економіки

«Допущено до захисту»
Завідувач кафедри
_____ Казаков В.Л.
« _____ » _____ 2024 р.

Реєстраційний № _____
« _____ » _____ 2024 р.

**СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛЬНОГО
ТУРИЗМУ У СВІТІ**

Кваліфікаційна робота студентки
групи ТУР-20
ступеня вищої освіти: бакалавр
спеціальності 242 Туризм
Швець Олександри Володимирівни
Керівник:
кандидат географічних наук, доцент
Шиян Дарья Валеріївна

Оцінка:
Національна шкала _____
Шкала _____ Кількість _____
Голова ЕК _____
(підпис) (прізвище, ініціали)
Члени ЕК _____
(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

ЗАПЕВНЕННЯ

Я, Швець Олександра Володимирівна, розумію і підтримую політику Криворізького державного педагогічного університету з академічної доброчесності. Запевняю, що ця кваліфікаційна робота виконана самостійно, не містить академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Я не надавала і не одержувала недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Криворізького державного педагогічного університету ознайомлений. Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.

ЗМІСТ

ЗАПЕВНЕННЯ.....	2
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ.....	7
1.1. Передумови та історія розвитку фестивального туризму	7
1.2. Визначення, класифікація та форми проведення фестивального туризму	10
1.3. Найвідоміші фестивалі світу та їх вплив на розвиток туристичного сектору.....	17
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФЕСТИВАЛЬНИХ ТУРІВ.....	23
2.1. Особливості організації фестивальних турів.....	23
2.2. Переваги та недоліки фестивального туризму.....	27
2.3. Розробка авторського туру.....	29
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНА СКЛАДОВА ВЛАСНО РОЗРОБЛЕНОГО ТУРУ.....	39
3.1. Розрахунок кошторису витрат та собівартість розробленого туру.....	39
3.2. Маркетингові та рекламні стратегії в просуванні фестивального туризму.....	42
ВИСНОВКИ.....	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	47
ДОДАТКИ.....	53

ВСТУП

Актуальність теми. Протягом багатьох століть відображенням людської культури були фестивалі. Останніми роками популярність фестивального туризму значно зросла, дедалі більше мандрівників шукають автентичних культурних вражень. Великі фестивалі, такі як карнавал у Ріо в Бразилії, Октоберфест у Німеччині та Холі в Індії, щороку приваблюють мільйони туристів, сприяючи місцевій економіці та міжкультурному обміну.

Фестивальний туризм стає все більш популярним серед подорожуючих, оскільки він пропонує унікальний спосіб пізнання історії, культури, місцевих традицій різних країн. Фестивалі можуть бути присвячені музиці, танцям, їжі, спорту, кіно, мистецтву та багатьом іншим тематикам, які привертають увагу туристів. Це сприяє збереженню унікальності та неповторності культурних традицій та сприяє їх передачі майбутнім поколінням, що є важливим аспектом культурного розвитку сучасного суспільства.

Фестивальний туризм вважається ефективним механізмом формування та підтримки позитивного іміджу, впливає на економічний розвиток регіону і навіть країни. Фестивалі мають суттєвий вплив на економіку країни або регіону, генеруючи дохід від продажу квитків, бронювання житла, витрат на їжу та сувеніри. Такий підйом туристичного попиту збільшує споживчий попит у регіоні та стимулює інвестиції у розвиток туристичної інфраструктури. З огляду на це було обрано тему кваліфікаційної роботи «Сучасний стан та перспективи розвитку фестивального туризму у світі», що є актуальною та представляє значний теоретичний та практичний інтерес.

Аналіз попередніх досліджень. Наукові дослідження фестивального туризму здійснювали як провідні українські вчені: Бейдик О.О., Гончарук А.О., Богатирьова Г.А., Головань М.Г., Горіна Г.О., Горшкова Л., Грицку-Андрієш Ю.П., Бучко Ж.І., Зубенко Д.В., Крачило М.П., Мальська М.П., Грицишин А.Т., Білоус С.В., Топорницька М.Я., Олефір Д.,

Олійник В.В., Шикіна О.В., так й закордонні вчені: Bladen С., Kennell J., Abson E., Wilde N., Celik S., Cetinkaya M., Goldblatt J., Shone A., Parry B. У своїх роботах вони надали визначення фестивальному туризму та розробили класифікації фестивального туризму, враховуючи різні аспекти. Попередні дослідження підтвердили важливість створення унікальних фестивальних програм, спрямованих на задоволення потреб різних груп туристів.

Мета кваліфікаційної роботи – дослідити особливості розвитку та організації фестивального туризму у світі, розробити авторський фестивальний тур.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення наступних **завдань**:

- 1) дослідити історичні етапи розвитку фестивального туризму;
- 2) визначити класифікацію та основні форми фестивального туризму;
- 3) зазначити найвідоміші фестивалі світу та України;
- 4) визначити особливості створення та організації фестивального туру;
- 5) розробити авторський фестивальний тур;
- 6) розрахувати кошторис та собівартість розробленого туру.

Об'єкт дослідження – фестивальний туризм.

Предмет дослідження – особливості розвитку фестивального туризму у світі, розробка та економічне обґрунтування авторського фестивального туру.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у роботі використовувалися: методи порівняльного аналізу та узагальнення (застосовані для визначення особливостей розвитку фестивального туризму у світі); метод системного аналізу (використовувався для вивчення сучасних особливостей організації фестивального туризму у світі); статистичні та візуально-графічні методи (використовувалися для відображення тенденцій розвитку фестивального туризму у світі).

Практичне значення одержаних результатів. Аналізуючи класифікацію та форми проведення фестивального туризму, передумови та історію його розвитку, а також вплив найвідоміших фестивалів світу на

туристичний сектор, можна розробити унікальні програми подорожей, які відповідатимуть потребам та очікуванням сучасних туристів. Крім того, вивчення особливостей організації фестивальних турів, їх переваг та недоліків допоможе підвищити якість організації турів. Розроблений авторський тур, впровадження маркетингових та рекламних стратегій в його просуванні сприятиме збільшенню попиту на подібні послуги тощо.

Структура роботи. Дана робота складається зі вступу, 3-х розділів, висновку; містить 65 сторінок і 6 додатків. Список використаних джерел включає 65 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Передумови та історія розвитку фестивального туризму

Фестивальний туризм – це комплексне явище, що охоплює потреби та реальну діяльність людей, природні, технічні і економічні процеси тощо.

Історія фестивалів сягає глибокої давнини. Культура стародавнього світу залишила значну кількість свят, які стали витоками сучасних фестивалів, а подальший цивілізаційний розвиток освіти, мистецтва, естетичних вподобань, вплинув на розвиток фестивального руху і урізноманітнив тематичну, видову та жанрову палітру фестивалів [44].

Розвиток фестивального туризму умовно поділяють на три основні етапи [38]:

- початковий етап – від найдавніших часів до другої половини XIX ст.;
- другий етап – від другої половини XIX до першої половини XX ст.;
- третій етап - від середини XX ст. і дотепер.

Початковий етап розвитку фестивального туризму. Попередником фестивального туризму можна вважати будь-які подорожі, у які в давні часи люди вирушали з метою відвідання свята чи змагання (свято Діоніса, яким відзначали збір винограду, Олімпійські ігри у Давній Греції). Це були події, як правило, місцевого чи національного значення. Заходами, які виконували як економічну, так і рекреаційну функції, були ярмарки, у яких брали участь представники майже всіх верств населення. Обов'язковою частиною кожної ярмарки були видовища: театралізовані вистави, карнавали тощо.

Зародженню фестивалів сприяли ігрові традиції Середньовічної Європи та епохи Відродження X - XII ст.:

- карнавали та маскаради (Венеційський, що зберіг свої культурні традиції донині);

- містерії, паради блазнів та трубадурів, масові гуляння пов'язані з обрядовим і релігійним святами (Різдво, Масляна, Великдень, Івана Купала тощо);
- впровадження нових святкувань та державних подій (коронації монархів);
- міські та сільські карнавали, які на довгі роки вплинули на культурне середовище та визначили дозвіллеву традицію.

У різні історичні періоди та в різних країнах, зазвичай при дворах багатих та освічених вельмож, відбувалися різноманітні конкурси для представників певного виду мистецтва – оркестрів, оперних і театральних труп, хорових та балетних колективів тощо. За своїм фаховим рівнем вони часто складали альтернативу та конкуренцію професійним колективам, а дослідження науковців визначають їх як яскраве явище аматорського мистецтва та культурного життя країни, і пов'язують зі становленням традицій фестивалів як форми організації художнього життя [38].

Другий етап розвитку фестивального туризму - етап становлення організованого фестивального туризму почався на зламі XIX-XX ст. Саме на цьому етапі англієць Томас Кук започаткував організовані подорожі, присвячені певним подіям. У 1851 році у Лондонському Гайд-парку був збудований великий павільйон для торговельно-промислової виставки, саме до нього вперше Т. Кук організував поїздку та участь у виставці для різних категорій населення. Цей грандіозний захід був широко розрекламований у створеному Т. Куком журналі «Екскурсант». Як наслідок, виставку відвідали понад 165 тисяч осіб. У другій половині XIX століття торговельно-промислові виставки почали проводитися регулярно, що пов'язано з формуванням нової міської культури, на яку вплинули засоби масової комунікації: газети, журнали, радіо, згодом, відео та звукозапис, кіно та телебачення.

На початку XIX ст. на формування фестивалю як форми культури вплинули традиції романтизму. Фестивалі цього часу характеризувалися спробами повернення до карнавалізації. У першій половині XX ст., поряд з

широким розповсюдженням фестивалю, як форми масової культури, почали все частіше проводитися міжнародні фестивалі мистецтв.

У ХХ ст. фестиваль набуває нових рис, стаючи важливим елементом промоції конкретної країни або міста. Зокрема, Венеціанський карнавал (Італія) та фестиваль Святого Патрика (Ірландія), які саме з минулого століття стають «туристичною меккою». Паралельно європейський фестиваль набуває рис потужної комунікативної платформи для обміну професійними і культурними надбаннями, що сприяє поширенню вузькоспеціалізованих професійних фестивалів (зокрема, рекламних), а також дивовижного різноманіття мистецьких фестивалів – етнічних, театральних, фольклорних, музичних, вокальних тощо [38].

Третій етап розвитку фестивального туризму став етапом масового розповсюдження та функціонування фестивального туризму. У другій половині ХХ століття набувають нових ознак, отримують всесвітню популярність і стають візитівками своїх міст Венеційський, Бразильський та інші карнавали. Регулярно проводяться та залучають мільйони туристів і вболівальників Олімпійські ігри, чемпіонати світу та континентів з різних видів спорту. Започатковуються та стають традиційними кінофестивалі (Берлінський, Каннський), гастрономічні фестивалі (Октоберфест у Мюнхені, Паризький салон шоколаду) та інші. На цьому етапі кожне місто, кожна країна, намагаючись максимально самовиразитись, створюють неповторні видовища, свята. Розвиток фестивального туризму підтримує влада та підприємці, оскільки, крім прибутків, він дає потужну рекламу місту та цілій країні, також мають вплив засоби масової комунікації: газети, журнали, радіо, згодом, кіно, телебачення та соціальні мережі. Цей вид туризму стає організованим і масовим явищем у світі, без якого вже неможливо уявити сучасне життя [38].

В Україні фестивальний туризм бере початок з 90-х рр. ХХ століття. Історично склалося так, що в самостійну сферу фестиваль виділився лише за останні двадцять років. Цей підйом викликаний відповідністю потребам людей, які у всі часи хотіли отримувати нові враження, бути частиною подій,

впливати на їх хід і отримувати відчуття причетності до чогось більшого [36]. За допомогою таких заходів можна пізнавати культурну спадщину українських регіонів, їх спосіб життя, світогляд, традиції тощо.

1.2. Визначення, класифікація та форми проведення фестивального туризму

Туризм – це подорож із метою відновлення сил і дозвілля, що забезпечується певним набором послуг задля її досягнення [29].

Доволі часто фестивальний туризм розглядається не як окремий вид туризму, а як складова подієвого туризму або івент-туризму.

Подієвий туризм визначається як вид туризму, який орієнтований на відвідування певного місця, в певний час, з метою відвідування певної події. На сьогодні, за оцінками експертів Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), подієвий туризм (event tourism) виступає доволі перспективним видом туризму, який займає друге місце за рівнем популярності в Європі.

Як зазначають В. Олійник та О. Шикіна, подієвий туризм – це «порівняно молодий напрям туризму як в Україні, так і у світі, в якому головною мотивацією споживачів виступає інтерес до відвідування певної спортивної, розважальної, музичної або іншої події та прийняття у ній участі» [45].

В іноземній літературі «івенти» визначають як тимчасові та цілеспрямовані збори людей [5]. Відповідно до Д. Гетц «івенти – за визначенням, мають початок та кінець, вони є тимчасовими явищами, що мають розклад подій, який як правило, планується детально та розголошується заздалегідь» [9].

Крім того, А. Шоун і В. Паррі визначили «івенти», як «нерутинні події, які мають дозвілеві, культурні, особисті або організаційні цілі, виділені окремо від звичайної діяльності повсякденного життя, метою яких є відзначити, відсвяткувати, розважити» [16].

Варто зазначити, що чіткої межі між подієвим туризмом і фестивалієм туризмом не існує. Проте не кожна подія є фестивалем. Так, подієвий туризм охоплює такі особливі атракції, як спортивні змагання (Олімпійські ігри, футбольні, гірськолижні та інші чемпіонати, відбіркові кубки), окремі концерти світових зірок, військові та музичні паради, виставки, атракціони, модні покази, аукціони тощо [38].

Фестивальний туризм – порівняно новий вид туризму, який в останні роки охоплює все більший сегмент туристичного ринку [29].

За визначенням енциклопедичного словника, фестиваль – «масове святкування, музичні виступи, показ досягнень естрадного, кіно- та циркового мистецтва» [57].

Фестивальний туризм (тематичний туризм, подієвий туризм) – різновид туризму, основна мета якого присвячена якій-небудь події. Унікальні тури, що поєднують в собі традиційний відпочинок та участь в найбільш видовищних заходах планети, поступово завойовують все більшу популярність [29].

Досліджуючи фестивалі Д. Зубенко зазначає, що латинські поняття «feast» та «festival» спочатку були тотожними та означали буквально «свято». З часом «feast» закріпилося за релігійними святами, а «festival» набуло сучасного значення, зберігши обов'язковий елемент святковості та урочистості [33]. Однак фестиваль відрізняється від свята як такого, по-перше, обов'язковою присутністю тематики, по-друге, наявністю певного суб'єкта-організатора, одного або декількох (якщо для свята підставою можуть бути традиції, пам'ятні дати та ін.) [33]. Отже, фестиваль можна визначити як організований захід з елементом святковості, що має визначену тематику (одну або декілька).

У наукових дослідженнях Крачила М.П. розглядається культурно-розважальний туризм, який включає подорожі з метою відвідування фестивалів та спортивних змагань [35].

Фестивально-видовищний та спортивно-видовищний, як підвиди культурно-розважального туризму, зазначає у своїх працях О.О. Бейдик [20].

Фестивалі, карнавали та інші святкові дні розвивають туристичну привабливість регіону. Оригінальна привабливість фестивалів полягає в тому, що вони виходять зі звичайного життя, далеко від свят і розваг. Фестивалі зазвичай організовуються з метою захисту та розвитку місцевої культури, історії, відпочинку, створення можливостей для працевлаштування та розвитку місцевої індустрії туризму. До того ж, фестивалі приваблюють мандрівників, які бажають мати більше досвіду спілкування з місцевими мешкінцями.

Відомо, що фестивалі дуже сильно впливають на життя людини. З одного боку, вони забезпечують різні соціальні заходи для учасників, з іншого боку, вони сприймаються як джерело доходу для приймаючих напрямків [6].

Фестивальний туризм диференціюють за певними ознаками, предсталеними в таблїці 1.2:

Таблиця 1.2

Диференціювання фестивального туризму [26]

За масштабом події	<ul style="list-style-type: none"> - регіональні; - національні; - міжнародні
За тематикою події	<ul style="list-style-type: none"> - етнічні фестивалі і свята; - театралізовані шоу; - фестивалі кіно і театру; - фестивалі музики і музичні конкурси; - гастрономічні фестивалі; - фестивалі і виставки квітів; - модні покази; - спортивні події; - незвичайні фестивалі

Система зв'язків фестивального туризму з іншими видами туризму представлена на рис. 1.

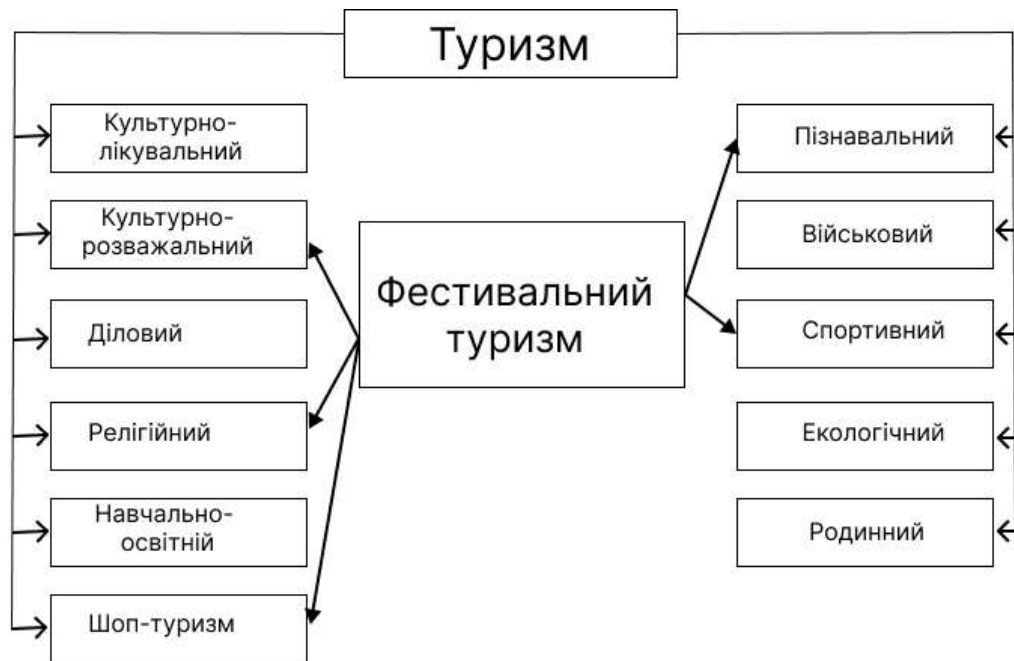


Рис. 1. Місце фестивального туризму в структурі туристичної діяльності [32]

За даною схемою простежуються зв'язки фестивального туризму з культурно-розважальним, релігійним, пізнавальним, спортивним та шопінг-туризмом [32].

Топорницька М. Я. фестивальний туризм розглядає в контексті наступних видів туризму [38]:

- екологічного (дія фестивалів зазвичай відбувається просто неба в різних мальовничих куточках країни, у національних парках і заповідниках; під час багатьох фестивалів організатори закликають до дбайливого ставлення до навколишнього середовища);
- етнографічного (надзвичайно багато туристичних фестивалів, що відбуваються на теренах України, саме етнічну складову ставлять на перше місце; ознаками таких фестивалів є фольклор, місцеві традиції та обряди, проведення майстер-класів);
- навчального (крім уже згаданих майстер-класів на фестивалях відбуваються тематичні дні);
- культурно-пізнавального (відвідування виставок, музеїв, екскурсії рідним краєм, ознайомлення з минулим регіону тощо);

- пригодницько-екстремального (популяризують той чи інший вид спорту: велоперегони, мотоперегони, рафтинг, лещатарські змагання тощо);
- рекреаційного (оскільки рекреація – це відновлення життєвих сил душі та тіла, фестивалний туризм надає такий необхідний людям заряд позитиву та енергії);
- релігійного (багато фестивалів присвячені до релігійних свят).

Типізація фестивального туризму представлена на рис. 2:

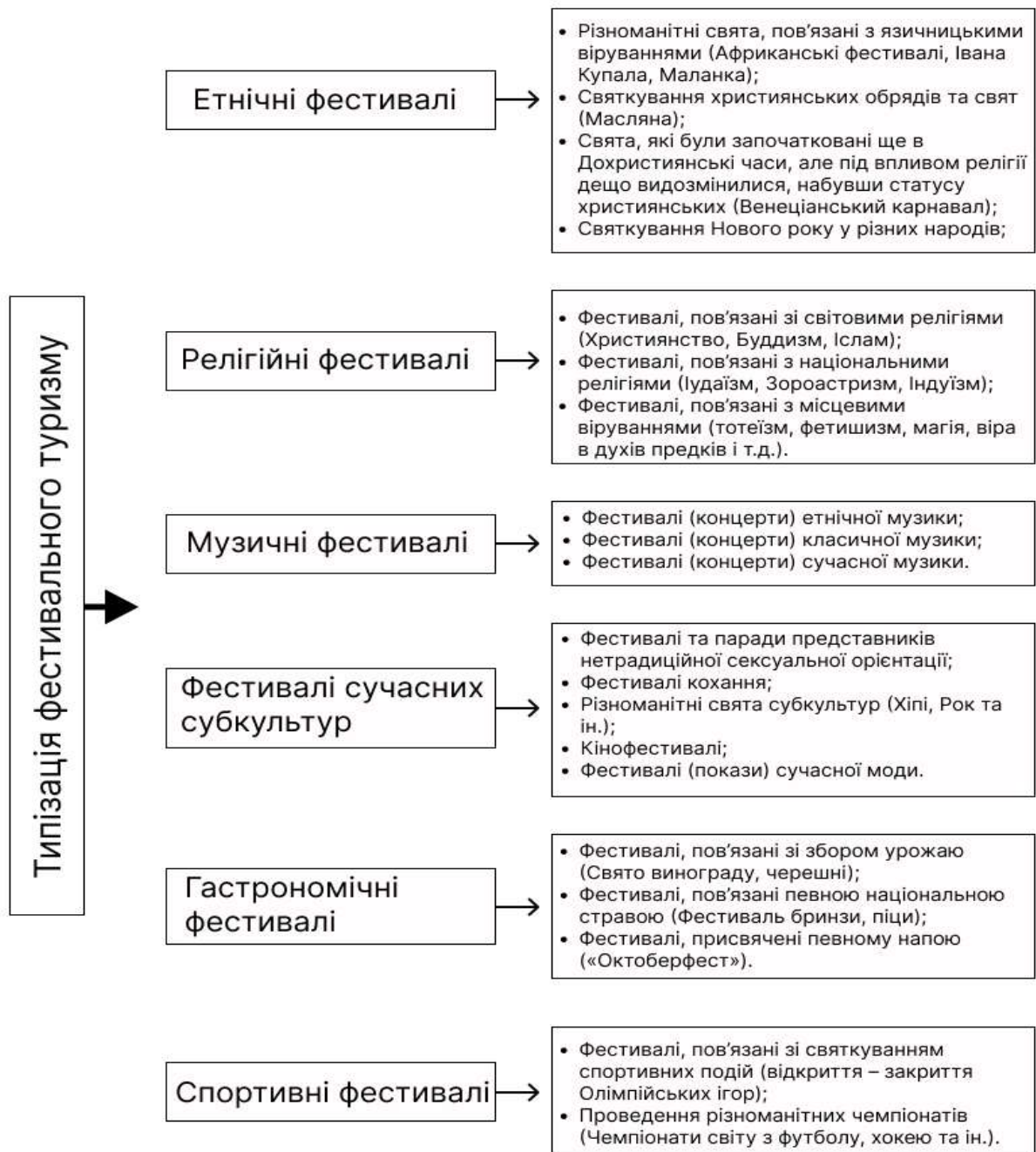


Рис. 2. Типізація фестивального туризму (складено автором за джерелом [32])

Бейдик О. О. та Гончарук А. О. класифікуючи фестивалі як соціокультурні події, використовують різноманітні критерії [19]:

- 1) за кількістю учасників заходу: малі (до 2 тис.), середні (від 2,5 тис. учасників), великі (понад 500 тис. учасників);
- 2) за рівнем організації: місцеві, регіональні, національні, міжнародні;
- 3) за віком: давні (фестивалі, які беруть свій початок з багатовікових традицій та обрядовості давніх часів), середнього віку (організовані до початка ХХІ ст.), молоді;
- 4) за формою проведення: карнавали, фестивалі з елементами ярмарки, фестивалі з елементами виставки, фестивалі з парадами та урочистими ходами, традиційні фестивалі;
- 5) за тривалістю: короткотривалі (тривалістю до п'яти днів), довготривалі (тривалістю понад п'ять днів);
- 6) за ритмічністю: щорічні, нестабільні (відсутність періодичності проведення), одноразові;
- 7) за аудиторію: дитячі, молодіжні, загальні (розраховані на широку аудиторію);
- 8) за домінантною функцією: розважальні, культурно-пізнавальні, соціально-виховні.

За кінцевою метою виокремлюють такі заходи [38]:

1. Комерційні фестивалі – спрямовані на отримання прибутку. Найчастіше це досягається за допомогою продажу квитків, надання різноманітних послуг (харчування, розміщення, перевезення гостей, продаж сувенірів з пам'ятною символікою та ін.), залучення спонсорів і розміщення реклами. Для деяких фестивалів поширеною практикою є збір з учасників організаційного внеску. Багато фестивалів є яскравими прикладами успішних, з комерційного погляду, заходів.

2. Некомерційні фестивалі – спрямовані на досягнення соціального ефекту. До них належать державні та національні фестивалі, багато

культурних фестивалів, дні міст і святкування пам'ятних дат. Завдання таких заходів часто полягають у збереженні, примноженні та популяризації певних культурних традицій; формуванні сприятливого іміджу міст і країн; організації гідного дозвілля для жителів і гостей. Економічні та соціальні цілі фестивалів тісно пов'язані між собою. Їх не варто розмежовувати чи визначати пріоритетність економічних або соціальних цілей для різних подій і заходів. Багато фестивалів від самого початку не претендують на «комерційний вимір».

За значенням події у туристичному продукті доцільно виокремити два основних види фестивального туризму.

З огляду на значення події у складі туристичного продукту, доцільно виділити два основні види фестивального туризму [38]:

1. Самодостатні або «фундаментальні» фестивалі, які виступають у ролі головної, структуротворчої послуги стосовно того чи іншого туристичного продукту.

2. Додаткові або «компліментарні» фестивалі, які є одним з елементів найвищих заходів.

Фестиваль, як основа фестивального туризму має такі ознаки [38]:

- публічне свято у поєднанні з веселощами;
- організований та присвячений певній темі;
- одноразова або постійна подія;
- може поєднуватися зі змаганнями або оглядом;
- частина культурної спадщини;
- сприяє соціалізації та об'єднує громади;
- сприяє встановленню соціальної ідентичності;
- соціальна подія;
- відбувається в чітко встановлений час та поза межами щоденної

рутини.

Отже, фестиваль – це суспільно-культурна подія, яка виражає культурні інтереси соціальної спільноти, відображає рівень розвитку видів і

жанрів професійного та аматорського мистецтва, характеризується комплексним рішенням естетичних та соціальних завдань.

1.3. Найвідоміші фестивалі світу та їх вплив на розвиток туристичного сектору

Фестивалі захоплювали людину з незапам'ятних часів. Як правило, фестивалі та карнавали мають потужне підґрунтя з релігійним і культурним зв'язком. Релігія та культура завжди були двома стовпами, до яких була прив'язана людська цивілізація, і очевидно, що ці дві сутності матимуть великий вплив на повсякденне функціонування людського суспільства. Фестивалі були вибуховим проявом релігійних і культурних особливостей, які раніше пропагували королі та монархи, і, як наслідок, безумство святкувань і веселощів було досить заразним, вражаючи людей з усіх верств суспільства.

У світі існує безліч фестивалів, які привертають увагу мільйонів людей та мають значний вплив на туристичний сектор. Навдемо приклади найвідоміших та найпопулярніших фестивалів у світі.

1. *Пивний фестиваль «Octoberfest» (Мюнхен, Німеччина).* Починалось все не з пива, 12 жовтня 1810 року принц Людвіг Баварський одружився з принцесою Терезою Саксен-Гільдбурггаузенською. Весільне поєднання хліба та видовищ було настільки вдалим, що мюнхенівці наполягли на щорічному продовженні банкету. Так святкування весільної річниці королівського подружжя ще кілька разів пройшло у звичному форматі, а потім переросло у веселий пивний фестиваль. З роками свято перенесли на середину вересня з розрахунку на більш сонячну та теплу погоду [65] (Додаток А, рис А.1.).

2. *Фестиваль квітів Інфіората (Італія).* У 30 км від Риму в маленькому містечку Дженцано-ді-Рома щороку центральна вулиця за ніч перетворюється на квітковий килим. Традиція викладання картин із квітів

з'явилася в Італії ще в XIII столітті. Перший фестиваль Інфіората сучасного типу було проведено римлянами 29 червня 1625 року. Художники покривають асфальт візерунками неймовірної краси. Тема фестивалю може бути будь-якою і вибирається заздалегідь. За 2-3 дні, до початку події, починають збір мільйонів квітів, які складають у прохолодних печерах. Увечері напередодні свята ескізи починають перетворюватися в квіткові картини; робота триває всю ніч поки до півдня вулиця не покриється суцільним килимом завдовжки 210 метрів і шириною 9 метрів. Крім того, цікавими будуть й інші квіткові фестивалі та виставки: Виставка тюльпанів, (Нідерланди); фестиваль квітів у Челсі, (Велика Британія); фестиваль хризантем, (Японія); Виставка квіткових експозицій на Співочому полі, (Київ) [62] (Додаток А, рис А.2.).

3. *Музичний фестиваль Коачелла (США)* - один із найбільших музичних фестивалів США, який щорічно проводиться у долині Коачелла з 1999 року [59]. На Coachella в Південну Каліфорнію з'їжджаються буквально всі охочі, тут можна зустріти голлівудських зірок, музикантів та інших знаменитостей, які проводять свій час, як і всі інші – танцюючи і слухаючи музику [2]. Крім того, цікавими будуть й інші музичні фестивалі: музичний конкурс «Євробачення» (у 2024 проходить у Швеції); «Чорноморські ігри» (Україна); Atlas weekend (Україна); Tomorrowland (Бельгія); Open'er Festival (Гдиня, Польща) (Додаток А, рис А.3.).

4. *Каннський міжнародний кінофестиваль (Канни, Франція)* - це одна з найпрестижніших кіноподій світу. Щорічно найкращі кінорежисери з усієї планети мріють представити свій новий фільм саме тут. Перший фестиваль в Каннах мав започаткуватися у 1939, але через початок Другої світової війни цього не сталося. Відкриття відбулося лише у 1946 році. Щорічно на фестиваль прибувають приблизно 200 000 кінодіячів та просто кіноманів з усього світу. Близько 4000 журналістів висвітлюють події з кінофестивалю. По масштабності його перемагають тільки Олімпійські ігри. У 2024 році фестиваль пройде з 14 по 25 травня [39]. Крім того, цікавими будуть й інші кінофестивалі: Берлінський (Німеччина); Одеський (Україна);

Венеціанський (Італія); Единбурзький (Великобританія). (Додаток А, рис А.4.).

5. *Венеційський карнавал (Венеція, Італія)*, традиція проведення якого має 900-річну історію, вважається найбільш елегантним, загадковим та вишуканим у світі. Традиційний карнавал, який щорічно відбувається у Венеції в тиждень перед великим постом. Це костюмоване свято з урочистою ходою, виступами та виставами акторів, неодмінним атрибутом учасників якого є носіння знаменитих венеціанських масок і яскравих костюмів. У дні карнавалу Венеція стає суцільною театральною сценою, на якій усі є одночасно й акторами, і глядачами [23]. Крім того, цікавими будуть й інші карнавали: в Новому Орлеані (США) або в Ріо-де-Жанейро (Бразилія). (Додаток А, рис А.5.).

6. *Фестиваль Холі (Індія)*. Стародавній індуїстський фестиваль, також відомий як Фестиваль фарб, зазвичай проходить у березні в Індії та Непалі. Холі ознаменовує кінець зими і початок весни. Веселощі, свобода і дружністю – ось що несе з собою ця подія [2]. Свято Холі відзначається барвистими парадом в супроводі народних пісень, танців і загальних веселощів. Учасники обсипають один одного яскравими порошками та обливають водою [43]. У 2024 році Холі святкували 25 березня. Крім того, цікавими будуть й інші культурно-історичні, національні фестивалі і свята: Фестиваль Святого Патрика (Велика Британія, Ірландія); «Середньовічний Хотин» (Україна); День Мертвих (Мексика); Фестиваль небесних ліхтариків (Тайвань); Ла Томатіна (Іспанія); День Незалежності (Україна); Кумбха Мела (Індія) (Додаток А, рис А.6.)

7. *Релігійні свята*. Історія Різдва зосереджена навколо народження Ісуса Христа 25 грудня. Початкове святкування Різдва вважалося язичницьким обрядом, який відзначав кульмінацію сезону збирання врожаю та настання зимового сонцестояння. Історія підтверджує, що протягом IV ст. н.е. Різдво було значним християнським святом у Римській імперії. На гулянні були маскаради, спільні трапези, обмін подарунками, прикрашання залу та

запалювання свічок. Побожні християни святкували з музикою, колядками та дзвонами. Важливість ялинки була яскраво вираженою рисою. Крім того, цікавими будуть й інші релігійні свята Масляна; Івана Купала; «День всіх святих» - день після Гелловіну; Фестиваль вогнів «Ханука»; Фестиваль «Курбан-Байрам» [8] (Додаток А, рис А.7.).

8. *Фестиваль Апельсинова битва (Італія)*. Апельсинова битва символізує свободу місцевих жителів і прийдешню весну. У ній беруть участь кілька тисяч городян - всього 9 команд. За три карнавальних дні, в місті витрачають близько 350 тонн апельсинів, а після свята-поєдинку приблизно 150-200 учасників звертаються до лікарень з різними травмами. Однак навіть це не зупиняє людей від участі в щорічній апельсинової дуелі. За традицією, після фестивалю всі учасники дружно очищають міські вулиці від помаранчевих «снарядів» [64]. Крім того, подібними будуть й інші незвичайні фестивалі: Фестиваль бруду (Південна Корея); Водний фестиваль Сонгкран, (Таїланд); Сирні перегони (Великобританія); Burning Man (США); Фестиваль Сан-Фермін (Іспанія) (Додаток А, рис А.8.).

9. *Сорочинський Ярмарок (Україна)*. Вважається практично найбільшим гастрофестивалем в Україні, який проводиться влітку. Він навіть більше аграрний, оскільки можна купити практично будь-які речі від насіння до тракторів, включаючи велику кількість предметів hand made. На ярмарку обов'язково працюють не менше 30 шеф-кухарів та інших кулінарів, які пропонують покуштувати традиційних українських страв. Фестиваль проводиться в селі Великі Сорочинці, Полтавської області в серпні [54] (Додаток А, рис А.9.).

10. *Фестиваль «Середньовічний Хотин» (Україна)*. Цей історичний фестиваль проходить щороку в травні. Захід створено спеціально для тих, хто хоче перенестися в Середньовіччя, для цього не обов'язково майструвати машину часу, досить просто відвідати фестиваль. Протягом чотирьох днів Хотинська фортеця перетворюється в середньовічне місто, де просто неба проходять лицарські поєдинки, джостінг-змагання, які являють собою

поєдинок, при якому два вершники наносять по щитах один одного удари списами, зближуючись при цьому в галопі. Гостям пропонують й інші розваги: інтерактивні ігри для дорослих та дітей, майстер-клас зі стрільби з лука, середньовічні змагання [54]. Унікальність фестивалів та їх культурна спадщина привертають увагу мандрівників з усього світу, сприяючи зростанню туристичного потоку та економічному збагаченню регіонів. Таким чином, фестивалі є важливим чинником у розвитку туризму та сприяють культурному обміну (Додаток А, рис А.10.).

Факторами, що визначають розвиток фестивального туризму [26]:

1. Соціально-економічні фактори. Ці фактори є основоположними та включають: характер суспільно-економічного строю, матеріальний добробут, трудову діяльність, обсяг і структуру вільного часу, культурний рівень, професійну і освітню структуру населення.

2. Демографічні фактори. До них відносяться: чисельність, особливості розміщення населення та його статево-вікову структуру.

3. Політичні фактори. Включають стабільність внутрішньої політики й зовнішньополітичних відносин, розширення міжнародних політичних, економічних, наукових, культурних зв'язків та співробітництва, спрощення паспортного й митного режиму, соціальну політику держави.

4. Соціально-психологічні фактори. До них відносять: вплив традицій та наявність певних стереотипів поведінки, релігію, підвищення престижу і зростання соціального статусу індивіда, інформаційні засоби та рекламу.

5. Культурно-історичні фактори відображають багатство матеріальної й духовної культури народів.

6. Матеріально-технологічні фактори. Визначаються рівнем техніки та технології в галузях транспорту, будівництва, зв'язку, комунікацій, у засобах масової інформації, системі комунально-побутових служб, торгівлі та громадського харчування.

Отже, фестивальний туризм відіграє важливу роль, оскільки реалізує такі ключові функції: економічну, пізнавальну, рекреаційну та розважальну. Сучасні туристи вимагають більше, ніж просто традиційні подорожі з відпочинком, оздоровленням або екскурсійними програмами. Вони прагнуть бути свідками визначних подій у сфері спорту, культури та мистецтва, розширювати свій світогляд і здійснювати свої мрії. Деякі поїздки залишаються в пам'яті як найяскравіші та унікальні моменти життя, оскільки під час них можна побачити те, що більше ніколи не повториться: церемонії коронації, покази мод, концерти світових зірок, фестивалі, карнавали, шоу та інші значущі події.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФЕСТИВАЛЬНИХ ТУРІВ

2.1. Особливості організації фестивальних турів

Фестиваль характеризується яскравістю, унікальністю, ексклюзивністю та регулярністю. Сам факт того, що фестиваль чекають, говорить про його успішний комерційний і іміджевий потенціал для учасників, організаторів і спонсорів [21].

Складовими будь-якого фестивалю є [38]:

- 1) смислова, тематична складова (вид мистецтва, соціальна група, субкультура, продукт тощо), яка втілюється у презентаційній частині;
- 2) фестиваль має містити елемент святковості та урочистості, покликаний привернути увагу до тематики, підкреслити її значущість;
- 3) фестиваль повинен мати організовану структуру, координаційний апарат з кількох людей, з формально або неформально визначеними функціями;
- 4) матеріальна база, яка включає певний простір, в якому відбуваються фестивальні заходи, а також необхідні технічні засоби. Здебільшого матеріальна база потребує залучення зацікавлених державних або недержавних структур, спонсорів, творчих колективів.

У своїй організації туристичні фестивалі мають враховувати: фази «життєвого циклу події» та «бюджет фестивалю».

I. Фази «життєвого циклу події». Під життєвим циклом товару (послуги) прийнято розуміти період часу, протягом якого він присутній на ринку: від моменту його виведення на ринок до виходу з нього. Поняття життєвого циклу може бути застосовано як до окремого товару, так і до товарної групи. Послуги фестивального туризму – це товарна група. У

менеджменті прийнято виокремлювати п'ять основних фаз життєвого циклу товару (послуги) [38]:

1) *Розвиток ідеї*. На цій стадії триває розробка концепції та програми нової туристичної події. Фінансові витрати тут відносно малі, однак трудовитрати, особливо інтелектуальні, дуже великі.

2) *Виведення на ринок*. Проведення перших фестивалів – це великі витрати на організацію, просування та інформаційну підтримку події. Відносно невелика кількість гостей і учасників, невеликий обсяг продажу і, відповідно, невеликий прибуток або він відсутній взагалі.

3) *Зростання*. Якщо фестиваль знайшов свою цільову аудиторію, то він вступає в фазу зростання. Зростають популярність, відвідуваність і прибутки організаторів і співорганізаторів події. Хорошим індикатором успішного зростання події є інтерес спонсорів і резонанс у засобах масової інформації.

4) *Зрілість*. Кількість відвідувань стабілізується на певному рівні. Можливі невеликі коливання, пов'язані з природно-кліматичними змінами в різні роки та мінливою кон'юнктурою ринку. Стабілізується прибуток організаторів і співорганізаторів фестивалю. Знижуються витрати на маркетинг, оскільки захід стає традиційним і набуває своєї стабільної клієнтської бази.

5) *Занепад*. На цьому етапі фестиваль втрачає популярність, знижуються кількість відвідувань, доходи організаторів та співорганізаторів заходу. Це не означає, що фестиваль «вмирає». За рахунок заходів, спрямованих на вивчення споживчих переваг і стимулювання збуту можна домогтися повторного зростання інтересу до того чи іншого фестивалю.

Як свідчить західноєвропейський досвід, більшість туристичних подій ніколи не виходять за межі «фази виведення на ринок» [38]. Після декількох заходів, вони припиняють своє існування. Причинами цього найчастіше є суперечності та конфлікти між організаторами та співорганізаторами події, брак стабільної клієнтської бази, конкуренція з боку інших подій або форм

організації дозвілля. Для невеликої частини успішних туристичних подій «фаза зрілості» настає через 20-30 років після проведення перших подій. В окремих випадках організаторам навіть доводиться штучно обмежувати (припиняти) «фазу зростання», оскільки інтерес до події з боку потенційних клієнтів перевершує можливості організаторів щодо його задоволення. Найчастіше це пов'язано з необхідністю збереження місцевого (традиційного) життєвого укладу, пам'ятників історії та культури тощо. Тимчасовим стримувальним фактором може послужити обмежена місткість номерного фонду або пропускна здатність транспортних систем. Найбільш ефективним способом обмеження «фази зростання» служить підвищення цін на послуги і товари, пов'язані з певною подією [38].

Дж. Голдблатт виділяє модель життєвого циклу event-заходу (event-менеджменту), де виділяє п'ять базових етапів, від яких залежить успіх заходу [10]:

- 1) *дослідження* – визначається потреба та доцільність організації заходу, бажання і очікування;
- 2) *розробка* – пошук ідей, оцінка та аналіз, перевірка на відповідність вимогам заходу;
- 3) *планування* – триваліший і найскладніший етап. Він являє собою процес планування на основі досліджень та проектних процедур, де час, простір і темпи використовуються для того, щоб визначити як найбільш ефективно використовувати наявні ресурси;
- 4) *координація* – виконання плану, розв'язання питань виконання плану;
- 5) *оцінка* – підсумки та оцінювання ефективності здійсненої роботи, досягнення цілей.



Рис. 2.1.1 Складено автором на основі джерела [10]

II. Бюджет фестивального туризму. Може здатися, що фестивальний туризм виснажує фінансові ресурси туриста, але насправді це не так. Все, що туристу потрібно аби насолодитися фестивалем - це заздалегідь спланувати свої витрати та відкласти кошти, особливо коли планується мандрівка в іншу країну. Серед основних витрат фестивального туризму є:

1. Витрати на готелі, курорти, вілли та інші види розміщення (бронюються завчасно).

2. Вартість авіаквитків до та з місця призначення фестивального туру, мають бути враховані у плані витрат. Тут можна заощадити гроші, вибравши авіакомпанії, які пропонують фестивальні знижки [11]. Наприклад, колаборації відомих пошукових систем житла та фестивалів: Airbnb та Coachella (музичний фестиваль) [17] або Booking та Євробачення [4].

Організація фестивального туру вимагає ретельного планування та великої уваги до деталей, таких як:

- вибір тематики фестивалю та його цільової аудиторії;
- організація комфортного трансферу, безпечного проживання та надання туристам порад для гарного відпочинку;

- розробка насиченої програми для туристів, залучення місцевих гідів для ознайомлення з місцевими пам'ятками та традиціями;
- активна рекламна кампанія для залучення учасників у соціальних мережах та збір відгуків учасників для подальшого вдосконалення програми турів тощо.

2.2. Переваги та недоліки фестивального туризму

Фестивальний туризм, як і всі інші види туризму, має свої переваги та недоліки.

До переваг фестивального туризму відносять те, що:

1. Фестивальний туризм як різновид культурно-пізнавального, подієвого та розважального туризму, створює вагомий внесок у зайнятість та працевлаштування фахових кадрів з багатьох спеціальностей [36].

2. Фестивальний туризм є ресурсом підвищення світового іміджу країн та джерелом підйому економічного добробуту окремих регіонів і міст [36].

3. Ключовим фактором фестивального туризму є шопінг, що приваблює групи туристів під час святкового сезону в країні. Щоб шопінг був популярним заняттям під час фестивалів, якість пропонованих на продаж товарів повинна досягати високого рівня задоволеності споживачів, чи то їжа, одяг, місцеві ремісничі вироби чи особливі витвори мистецтва, прикраси, підвіски, амулети, намиста, каблучки, які пропонуються у продажу. Особливо, якщо прикраси або сувеніри символізують дух свята і мають величезну туристичну привабливість, якщо їх виготовити вручну з великою витонченістю та елегантністю [11].

4. І офіційно запрошені учасники, і пересічні гості-туристи та місцеві глядачі, як свідчить практика, є рівноцінними суб'єктами фестивального процесу. Загалом кожна людина, яка перебуває у фестивальному просторі, певною мірою стає його творцем, активним чи пасивним учасником. Уся

сукупність ролей, форм і ступенів включення пересічного відвідувача-туриста у фестивальну діяльність (бездіяльність також є формою участі) створює неповторний культурний простір кожного фестивалю [38].

5. Фестивалі надають унікальну можливість туристам пізнати інші культури, традиції та мистецтво різних народів. Вони можуть, наприклад, спробувати місцеві страви, вивчати місцеві ремесла та брати участь у майстер-класах, це своєю чергою сприяє збереженню традицій, ремесел, музики та інших аспектів культурної спадщини. Це допомагає уникнути забуття та підтримує місцеву культурну ідентичність.

6. Фестивалі надають можливість отримати досвід роботи, в якості волонтера в організації фестивалів. Наприклад, Atlas Weekend використовує свої сторінки в соціальних мережах для пошуку волонтерів, які бажають приєднатися до команди фестивалю, пропонуючи їм унікальний досвід участі в організації події [55]. Водночас, волонтерам пропонується можливість отримати безкоштовні квитки на всі зони фестивалю як винагороду за їхню підтримку та участь у проведенні фестивалю.

До недоліків фестивального туризму відносять [1, 22]:

1. Під час фестивалів виникає перевантаження доріг, готелів, ресторанів та інших туристичних об'єктів, що може негативно вплинути на комфорт та безпеку туристів.

2. Велика кількість туристів під час фестивалів призводить до забруднення навколишнього середовища.

3. Багато фестивалів відбуваються лише в певний період року, що може створювати перенасичення туристами в цей період.

4. Організація фестивалів може викликати труднощі, оскільки багато фестивалів, зокрема ті, що проходять на вулиці або просто неба, можуть бути заплановані лише в певний період року через погодні умови.

Згідно 1 статті Глобального етичного кодексу туризму (1 жовтня 1999 року, Сантьяго) [28]: «Під час подорожей туристи та відвідувачі не повинні допускати ніяких злочинних діянь або дій, які можуть розглядатися як

злочинні за законами відвідуваної країни, а також поведінки, яка може представлятися зухвалою або навіть образливою для місцевого населення і яка може завдати шкоди місцевому середовищу».

Отже, фестивальний туризм має як переваги, так і недоліки. Розвиток даного виду туризму сприяє культурному обміну, економічному зростанню, однак, але при цьому, він також може призвести до навантаження на інфраструктуру та екологічних проблем. Розуміння цих аспектів допоможе в питаннях розвитку та організації фестивального туризму.

2.3.Розробка авторського туру

Програма карнавалу. Під карнавальними заходами у Венеції, розуміють відкриті свята, які щороку відзначають як правило, на головній площі Святого Марка та приватні вечори у палацах (бали та маскаради, танцювальні вечірки). Побувати на такій Карнавальній ночі означає пережити незабутні чарівні моменти! Саме тому, ми вирішили розробити фестивальний тур «Маскарадна мрія. Подорож Венецією».

Програма Венеціанського карнавалу (Carnevale di Venezia) впродовж двох тижнів передбачає проведення наступних заходів:

- Венеціанське свято на воді – на Великому каналі проходить водна парадна хода веселих асоціацій від мису Митні до Ріальто, спектаклі та гастрономічні стенди;
- нічне «Водне шоу в Арсеналі «Невідома Земля. Чудова подорож Марко Поло»»;
- парадна хода свята 12 Марій (Festa delle Marie) від церкви Санта Софія Великим Каналом до площі Святого Марка;
- «Політ ангела» зі дзвіниці Сан-Марко, «Політ орла» із дзвіниці Сан-Марко, «Політ Лева»;
- конкурс на найкращий карнавальний костюм на площі Сан-Марко;
- нагородження найдобрішої та найграціознішої Марії;

- щодня на головній сцені карнавалу на площі Святого Марка – проходить парад костюмів, тобто конкурс на найкращий карнавальний костюм;

- також для охочих у період проведення карнавалу працюватиме відкрита льодова ковзанка на площі Сан Поло, а до 19 ст. на тому ж місці влаштовувалося полювання на бугаїв та численні народні ігри;

- ті, хто зупиниться під час венеціанського карнавалу в Местрі, також можуть побачити багато цікавого: яскраві карнавальне шоу та спектаклі нестримних музикантів, безстрашних акробатів та екстравагантних вуличних акторів на головній площі Piazza Ferretto (il Mestre Carnival Street Show) [24].

Карнавал 2025. Відбудеться з 14 лютого по 4 березня 2025. Назва буде оголошена пізніше, але початок у День Святого Валентина вже є підказкою [49].

Характеристика маршруту.

Загальні відомості про фестивальний тур «Маскарадна мрія. Подорож Венецією» тур представлено (Додаток Б, рис. Б.1.) та обґрунтовано:

1. Назва туру: «Маскарадна мрія. Подорож Венецією».
2. Концепція туру: тур пропонує унікальну можливість зануритися в атмосферу карнавалу, стати її учасником, побачити дивовижні пам'ятки Венеції.
3. Вид туру: груповий, розрахований на 18 осіб.
4. Маршрут туру: Львів – Венеція – Львів.
5. Загальний кілометраж маршруту: 1300 км.
6. Цільова аудиторія: особи від 16 до 80 років, які цікавляться фестивальним туризмом.
7. Кількість днів туру: 6 днів.
8. Сезонність туру: з 14 лютого по 4 березня 2025 р.
9. Транспорт: мікроавтобус Mercedes Sprinter.
10. Розміщення: готель «MEININGER Venezia Mestre».

11. Система харчування: ВВ (сніданки) в готелі, в закладах харчування або самостійне харчування по маршруту.

Програма фестивального туру «Маскарадна мрія. Подорож Венецією» представлена в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1.

Програма фестивального туру «Маскарадна мрія. Подорож Венецією»

Тривалість етапу	Програма та характеристика туру	Відстань, км
1 день		
13:00-14:00	Збір групи у Львові (автовокзал)	
14:00	Переїзд м. Львів – м. Местре	1300
2 день		
7:00	Приїзд до міста Местре	
7:00 – 9:00	Заселення в готель, сніданок	
9:00-12:00	Екскурсія по місту Местре	
13:00-14:00	Обід	
14:00-14:30	Автотранспортний переїзд м. Местре - Венеція	10
14:30:15:00	Переїзд вапаратто	3
15:00 – 19:00	Оглядова екскурсія Венецією, вільний час	
19:00-20:00	Повернення до готелю, вечеря, вільний час	10
3 день		
8:00	Сніданок	
9:00-9:30	Автотранспортний переїзд м. Местре - Венеція	10
9:30-10:00	Переїзд вапаратто з материкової до канальної частини Венеції	3
10:00-13:00	Екскурсія з майстер-класом з виготовлення венеційських масок	
13:00-14:00	Обід	
14:00-20:00	Відвідування карнавалу, Участь у тематичних вечірках. Фотосесії в костюмах під час карнавалу	
20:00-21:00	Повернення в готель, вечеря, вільний час	10

4 день		
8:00	Сніданок	
9:00-10:00	Автотранспортний переїзд Местре - Венеція	10
10:00-13:00	Екскурсія по Великому Каналу	
13:00-14:00	Обід	
14:00-21:00	Відвідування карнавалу, прогулянка, перегляд нічного водного шоу	
21:00-22:00	Повернення в готель, вільний час	10
5 день		
8:00	Сніданок	
9:00 – 9:30	Автотранспортний переїзд Местре - Венеція	
9:30 – 10:00	Переїзд вапаратто	
10:00-13:00	Відвідування музею муранського скла, екскурсія містом, фотосесія	
13:00-14:00	Обід	
14:00-14:45	Переїзд вапаратто острів Мурано - острів Бурано	
15:00-17:00	Відвідування музею мережива о. Бурано, екскурсія містом	
17:00 – 20:00	Переїзд вапаратто до Венеції, вільний час	
20:00-21:00	Повернення до готелю	10
21:00-21:30	Виселення з готелю	
21.30 – 15:00	Переїзд м. Местре – м. Львів	1300
6 день		
15:00	Приїзд до м. Львів	

Перший день. Переїзд зі Львова до Местре, проходження кордону.

Другий день. Приїзд у місто Местре. Запланована оглядова екскурсія центром міста. Туристи відвідають: годинникову вежу, площу Пьяцца Ферретто, парк Біссоула, церкву Святого Лоренця, музей історії ХХ століття, здійснять прогулянку біля театру Тоніоло. Надалі, переїзд до Венеції та екскурсія містом, за маршрутом, відвідування мосту Академії, Кампо Санто-

Стефано та найвідомішої площі Італії - площі Святого Марка, побачимо Палац Дожів та Собор Святого Марка, за бажанням піднімемось на Кампанілу собору Святого Марка (дзвіницю), загадаємо бажання на мосту Ріальто, перейдемо до району Кастелло, відвідаємо відому книгарню *Libreria Acqua Alta*, пройдемо повз Арсеналу, ще в районі Кастелло багато милих вуличок і мостів. Тут можна зустріти грецьку церкву з вежею, яка нахилена до води (Церква Сан-П'єтро ді Кастелло). Закінчиться екскурсія біля Мосту Зітхань, на площі Сан-Марко. Далі туристи зможуть відвідати *Caffè Florian*, найстаріше кафе, відкрилося 1720 році Флораіном Францесконі під назвою *alla venezia trionfante*, у свій час його відвідали Вагнер, Гете, Ніцше, Томас Манн та інші (Додаток Б, рис. Б.3., Б.4.; Додаток Д, рис. Д.1., Д.2.).

Третій день. Запланований майстер-клас з виготовлення венеційських масок. На майстер-класі туристи матимуть можливість зробити свої унікальні та красиві маски, використовуючи різноманітні матеріали та техніки. Після цього відвідають карнавал та насолодяться святковою атмосферою. За бажанням, також зможуть взяти участь у тематичних вечірках та балах, де відчують себе часткою великого святкування. Крім того, під час карнавалу буде організована фотосесія в костюмах, щоб учасники могли залишити собі незабутні спогади з цієї захопливої події (Додаток Д, рис. Д.3.).

Четвертий день. Запланована екскурсія по Великому Каналу та відвідування карнавалу, під час якої туристи зможуть насолодитися красою Венеції, побачити визначні пам'ятки та архітектурні шедеври міста, а також дізнатися цікаві факти про його історію та культуру. Після екскурсії туристи відвідають карнавал та приєднаються до тисяч інших учасників у костюмах та масках, відчують атмосферу магії та таємниці, яка панує на вулицях міста під час карнавалу. Туристи побачать різні тематичні вистави, де зможуть насолодитися музикою, танцями та розвагами у компанії інших учасників карнавалу. Крім того, під час карнавалу будуть організовані костюмовані фотосесії, що дозволить туристам залишити незабутні спогади про це унікальне святкове дійство (Додаток Д, рис. Д.4., Д.5.).

П'ятий день. По дорозі до острова Мурано туристи дізнаються про острів-цвинтар Сан-Мікел, на острові Мурано побачать музей історії скляного виробництва, собор Санта-Марія-е-Донато, Палаццо да Мула та відомі різнокольорові будинки, на острові Бурано відвідають церкву Святого Мартіна, музей мережева тощо. Потім на туристів чекає самостійне вивчення Венеції та купівля сувенірів (Додаток Д, рис. Д.6 - Д.8.).

Транспортне забезпечення фестивального туру «Маскарадна мрія. Подорож Венецією».

Транспортне забезпечення по маршруту буде здійснюватися автотранспортом, на деяких етапах маршруту – вапоретто [7] (Додаток В, рис. В.1.). Курс євро брався на 17.05.2024 р.: 1 євро – 42,8 грн. Транспортне забезпечення туру представлено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2.

Транспортне забезпечення фестивального туру
«Маскарадна мрія. Подорож Венецією»

№ п/п	Маршрут	Вид транспорту	Відстань, км	Вартість послуги, грн.	Вартість перевезення групи, грн.
1	Львів -Местре; Местре -Львів	Мікроавтобу с Mercedes Sprinter	1300 км	22 грн/км	28600 грн.
2	Местре - Причал; Причал – Местре (4 дні)	Мікроавтобу с Mercedes Sprinter	10 км	22 грн/км	220 грн.
3	Причал - Венеція	Вапоретто	30 хв	45 євро з туриста на 3 дні	810 євро
6	Причал - острів Мурано	Вапоретто	30 хв	9,50 євро	171 євро
7	острів Мурано - острів Бурано	Вапоретто	45 хв	9,50 євро	171 євро
8	острів Бурано - Венеція	Вапоретто	1 година 30 хв	9,50 євро	171 євро
	Загалом			6409 грн.	115 584 грн.

Вартість послуг за перевезення групи по всьому маршруту туру будуть рахуватися в сумі 22 грн. за км. Враховуючи, що водій є ФОПом, він самостійно сплачує податки та витрати під час туру. Враховуючи це, загальні витрати на транспортне забезпечення фестивального туру буде складати **115 584 грн.**

Організація розміщення туристів під час фестивального туру «Маскарадна мрія. Подорож Венецією». Тур побудований за радіальним маршрутом. Туристи будуть мешкати в місті Местре в готелі MEININGER Venezia Mestre (Via Ca' Marcello 8C, 30172 Местре, Італія) [12] (Додаток Г, рис. Г.1.). Організація розміщення представлено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3.

Організація розміщення фестивального туру
«Маскарадна мрія. Подорож Венецією»

Вид номеру	Кількість днів	Загальна сума для 1 туриста за 4 доби, грн.	Загальна сума для групи туристів за 4 доби (18 осіб), грн.
Двомісний номер з 2 односпальними ліжками + сніданок	4 доби	6 356	114 408

Характеристика номеру в готелі MEININGER Venezia Mestre: площа номеру 17 м², 2 ліжка, шафа, телевізор, робочий стіл, власна ванна кімната з душем та туалетом, безкоштовне туалетно-косметичне приладдя, фен, рушники, опалення, повністю підходить для гостей з обмеженими фізичними можливостями.

Організація харчування фестивального туру «Маскарадна мрія. Подорож Венецією».

Сніданки включені у вартість готелю, відбуваються за системою шведський стіл. У таблиці 2.4. запропоновані варіанти послуг харчування в

ресторанах (кафе) для туристів, також можливе самостійне харчування. Організація харчування представлено в таблиці 2.4:

Таблиця 2.4.

**Організація харчування фестивального туру
«Маскарадна мрія. Подорож Венецією»***

Назва ресторану/кафе	Кількість діб	Ціна на 1 туриста за 1 добу, євро	Загальна сума для 1 туриста за 2 доби, євро	Загальна сума для групи туристів (18 осіб), євро
Местре				
Da Michele	2 доби	33	66	1188
Hostaria Vite Rossa	2 доби	28	56	1008
Венеція				
Brunch Café	2 доби	30	60	1080
Pasta Go Espresso	2 доби	15	24	432
Острів Мурано				
La Perla Ai Bisatei	1 доба	24	24	432
Загалом			9844 грн.	177 192 грн.

*Курс євро (17.05.2024) = 1 євро = 42,8 гривні

Приклад обіду/вечері під час туру в закладах харчування:

Da Michele (спагеті з томатним соусом – 13 євро; піца Монтанара – 15 євро; келих вина – 5 євро).

Hostaria Vite Rossa (рибний суп з грінками – 18 євро; тірамісу – 6 євро; напої – від 4 євро).

Brunch Café (піца Маргаріта – 10 євро; брускета (помідор, прошуто, моцереда, бальзамічний оцет) – 14 євро; напої – від 5 євро).

Pasta Go Espresso (паста – 8 євро; картопля фри – 4 євро; напої – 3 євро).

Acqua e Mais (тартар з жовтого тунця з каперсами та помідорами черрі – 15 євро; лазанья – 10 євро).

La Perla Ai Bisatei (спагетті болоньезе – 8 євро; риба на грілі – 13 євро; напої – від 3 євро).

Екскурсійне обслуговування фестивального туру «Маскарадна мрія. Подорож Венецією» [3, 13, 15, 18, 24, 27]. Екскурсійне обслуговування під час туру представлено в таблиці 2.5. Курс євро (17.05.2024) = 1 євро = 42,8 грн.

Таблиця 2.5.

Екскурсійне обслуговування фестивального туру
«Маскарадна мрія. Подорож Венецією»

№ п/п	Назва екскурсії	Вартість квитка/входу (на 1 особу), євро	Вартість витрат на групу з 18 осіб, євро
1	Екскурсія по місту Местре	20	360
2	Музей в Местре	10	180
3	Оглядова екскурсія по Венеції	30	540
4	Дзвіниця собору Святого Марка	10	180
5	Оглядова екскурсія по островах Мурано і Бурано	30	540
6	Майстер-клас з виготовлення венеційських масок (за 2 години)	70	1260
7	Екскурсія по Великому Каналу	1 катер для 9 туристів – 100 євро, треба 2 катери виходить 200 євро робота гіда – 100 євро	
8	Екскурсія на острів Бурано (музей мережива)	5	90
9	Екскурсія на острів Мурано (музей муранського скла)	50	900
10	Фотосесія	10	За бажанням
11	Прогулянка на гондолі	85	За бажанням
12	Бал, тематичні вистави	Ціни різняться від 200 до 550 євро	За бажанням
	Загалом	10 486 грн.	186 180 грн.

Туристичне страхування фестивального туру «Маскарадна мрія. Подорож Венецією» представлено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6.

Екскурсійне обслуговування фестивального туру
«Маскарадна мрія. Подорож Венецією» [56]

Назва компанії	Програма	Кількість діб	Ціна для 1 туриста	Ціна для групи туристів
ПЗУ Україна	Програма Стандарт	7 діб	251 грн.	4 518 грн.

Послуги супроводжуючого гіда

Заробітна плата супроводжуючого за день складає 2000 грн.:

$$2000 \text{ грн.} * 6 \text{ днів} = 12\ 000 \text{ грн.}$$

Вартість туру для супроводжуючого включає витрати на проживання (6356 грн.), харчування (140 євро/ 6000 грн.), страховку (251 грн.), всього витрати на супроводження складають – **24 607 грн.** Переїзд вже закладено в рахунок витрат туристів на транспортне перевезення, екскурсії для супроводжуючого є безплатним.

РОЗДІЛ 3

ЕКОНОМІЧНА СКЛАДОВА ВЛАСНО РОЗРОБЛЕНОГО ТУРУ

3.1. Розрахунок кошторису витрат та собівартість розробленого туру

Між супроводжуваним гідом та туристичним підприємством ФОПом 2 групи укладено цивільноправовий договір, щодо наданих послуг як особи виконавця послуг. Через це, він сплачує податки як самостійно зареєстрований ФОП.

Податки ФОП

Розрахунок сплати єдиного податку для 2 групи ФОП на 01.04.2024 р., складає 20 % від мінімальної заробітної плати, яка на 01.04.2024 рік складає 8000 грн.:

$$8000 * 20\% = 1600 \text{ грн.}$$

ЄСВ для 2 групи ФОП:

$$8000 * 22\% = 1760 \text{ грн.}$$

Загальна сума податків для 2 групи ФОП складає - 3360 грн.

Враховуючи, що особливістю туру є те, що він має конкретні дати проведення, планується організація 3 таких турів, тому сума загальна сума податків для 2 групи ФОП на один тур складатиме – **1120 грн.**

Формування бюджету туру. Показники та розрахунки формування бюджету туру «Маскарадна мрія. Подорож Венецією» представлено в таблицю 3.1.

Таблиця 3.1.

Формування бюджету туру «Маскарадна мрія. Подорож Венецією»

Статті витрат	Вартість туру, грн.
Транспортне забезпечення	115 584,4
Витрати на розміщення	114 408

Витрати на харчування	177 192
Екскурсійні витрати	186 180
Страховання туристів	4 518
Загальна вартість прямих витрат на групу із 18 осіб	597 882,4
Витрати на ЗП супроводжуючого під час туру	12 000
Витрати на супроводжуючого під час туру:	
Проживання	6356
Харчування	6000
Страховка	251
Загальні витрати на супроводжуючого під час туру	24 607
Загальні витрати на водія під час туру	6 356
Витрати підприємства	1500
Загальна вартість туру	630 345,4
Непередбачені витрати (непрямі) 5%	31 517,3
Собівартість	661 863
Нормальний прибуток 10% від собівартості	66 186,3
Дохід (собівартість + нормальний прибуток)	728 049,3
Податки для 2 групи ФОП	1120
Загальна вартість туру (Дохід + податки)	729 169,2
Вартість туру на 1 людину	40 509,4

Отже, при складанні кошторису собівартості туру «Маскарадна мрія. Подорож Венецією» нами враховані основні калькуляційні статті: витрати на перевезення, екскурсійні витрати, проживання, харчування, страхування туриста, супровід гіда, непрямі витрати, а також прибуток та податки. За всіма підрахунками, **вартість фестивального гастрономічного туру «Маскарадна мрія. Подорож Венецією» становить - 40 509,4 грн.**

Розрахунок економічної ефективності розробленого туру включає наступні етапи:

- 1) розрахунок собівартості турпродукту;
- 2) розрахунок ціни турпродукту і доходу від його реалізації;
- 3) оцінку економічної ефективності турпродукту.

За формулами (3.1) та (3.2) розрахуємо маржинальний дохід (МД) на одного туриста та прибутковість (Пр) відповідно:

$$\text{МД} = \text{Ц}_{\text{тур}} - \text{ЗВ} \quad (3.1)$$

де $\text{Ц}_{\text{тур}}$ - загальна ціна туру на одного туриста;

ЗВ - змінні витрати на одного туриста.

$$\text{Пр} = \text{МД} - \text{ПВ} \quad (3.2)$$

де ПВ – постійні витрати.

Розрахунок прибутковості туру «Смаки Полтавщини» на 18 осіб представлено в таблиці 3.2.:

Таблиця 3.2.

Розрахунок прибутковості туру «Маскарадна мрія. Подорож Венецією»

Кількість туристів	Вартість туру	Постійні витрати	Змінні витрати	Загальні витрати	Маржинальний дохід	Прибуток
0	0	1120	0	1120	-	-1120
1	40 509	1120	33216	34336	7294	6174
2	81019	1120	66 431	67551	14587	13467
3	121528	1120	99647	100767	21881	20761
4	162038	1120	132863	133983	29175	28055
5	202547	1120	166079	167199	36469	35349
6	243056	1120	199294	200414	43762	46642
7	283566	1120	232510	233630	51056	49936
8	324075	1120	265726	266846	58350	57230
9	364585	1120	298941	300061	65643	64523
10	405094	1120	332157	333277	72937	71817
11	445603	1120	365373	366493	80231	79111
12	486113	1120	398588	399708	87524	86404
13	526622	1120	431804	432924	94818	93698
14	567132	1120	465020	466140	102112	100992
15	607641	1120	498236	499356	109405	108285
16	648150	1120	531451	532571	116699	115579
17	688660	1120	564667	565787	123993	122873
18	729169	1120	597 882	599002	131287	130167

Отже, як видно з таблиці, маржинальний дохід є позитивним вже при наявності одного туристів в турі.

Здійснимо маржинальний аналіз, результати якого представимо в таблиці 3.3 розрахувавши коефіцієнт маржинального доходу туру за формулою (3.3):

$$K_{\text{МД}} = \text{МД} / V_{\text{туру}} \quad (3.3)$$

де $K_{\text{МД}}$ - коефіцієнт маржинального доходу;

МД - маржинальний дохід;

$V_{\text{туру}}$ – вартість туру.

Таблиця 3.3

Маржинальний аналіз туру «Маскарадна мрія. Подорож Венецією»

Показники	Тур «Маскарадна мрія. Подорож Венецією»
Вартість туру, грн.	40 509
Змінні витрати, грн.	33216
Маржинальний дохід грн.	7294
Коефіцієнт маржинального доходу	0,18
Маржинальна рентабельність, %	18

Розділення рентабельності за нормативністю поділяється на:

- менше 6% – дуже низька;
- 6-21% – середній рівень;
- 21-31% – високий рівень;
- вище 31% – дуже висока.

Отже, фестивальний тур «Маскарадна мрія. Подорож Венецією» є прибутковим та середньо рентабельним туром (18 %), що повністю задовольняє потреби туристичного підприємства.

3.2. Маркетингові та рекламні стратегії в просуванні фестивального туризму

Вагомою складовою сучасного фестивального туризму, продиктованою об'єктивною економічною необхідністю і високою

ефективністю цієї ланки в міжнародній практиці залучення туристів, а також обігу туристичного продукту, є посередницька діяльність. Використовуючи туристичних посередників, які спеціалізуються на масовому просуванні та продажу туристичного продукту з певною номенклатурою й асортиментом, можна отримати додаткову вигоду внаслідок зниження витрат обігу на одиницю туристичного продукту. Оцінюючи значення посередників, треба також враховувати, що вони стають практично незамінним інструментом при використанні деяких специфічних форм просування і продажу туристичного продукту, наприклад, участі в міжнародних туристичних ярмарках.

Останнім часом дедалі більшої популярності набуває івент-маркетинг, все більше компаній організують заходи, реалізуючи свою маркетингову стратегію. Це один з дієвих інструментів формування відношення до компанії або її продукту. Проведення ділових івент-заходів – конференцій, семінарів і виставок допомагає швидко налагоджувати ділові контакти і завдяки цьому прискорювати економічний розвиток. Вибір фірми-посередника визначається тим, наскільки великим є коло клієнтів, які вона обслуговує, оскільки експортер воліє звернутися до посередника, у якого він є єдиним принципалом із продажу конкретного товару [38].

Маркетингові та рекламні стратегії в просуванні фестивального туризму дають можливість:

1. Використовувати соціальні мережі (Facebook, Instagram, Telegram, Viber) для просування інформації про фестиваль за допомогою реклами, конкурсів та інтерактивного контенту.
2. Підкреслюють історію та традиції пов'язані з фестивалем, що допоможе створити емоційний зв'язок з аудиторією.
3. Створення відео-контенту - демонструє святкову атмосферу та враження від фестивалю.
4. Використання геотаргетингу в цифрових рекламних кампаніях для створення реклами на конкретні географічні області, де потенційно можуть бути зацікавлені туристи.

5. Участь місцевих громад дозволить популяризації фестивалю через місцеві ЗМІ тощо.

6. Співпраця з відомими блогерами чи інфлюенсерами задля реклами фестивалю у їхніх соціальних мережах.

7. Використання хештегів у соціальних мережах для підвищення відомостей про фестиваль.

8. Створення вебсайту для розробленого туру, щоб зробити інформацію про фестиваль легкою в доступі та мати можливість приймати онлайн-бронювання.

9. Аналіз рекламних та маркетингових стратегій конкурентних підприємств, що займаються розробкою фестивальних турів для виявлення сильних та слабких сторін і розробки власних стратегій на їх основі та проведення сегментації ринку для ідентифікації цільової аудиторії.

Отже, важливу роль у просуванні фестивального туризму відіграють маркетингові та рекламні стратегії. Вони допомагають привернути увагу цільової аудиторії, підвищити впізнаваність та популярність фестивалю. Що своєю чергою сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних підприємств в створенні нових туристичних продуктів.

ВИСНОВКИ

В процесі виконання дослідження було досягнуто його мету і виконано завдання:

1) Фестивальний туризм пройшов три основні етапи розвитку. Початковий етап (до другої половини XIX ст.) включав подорожі для участі в місцевих і національних святах та змаганнях, таких як античні свята і ярмарки. Другий етап (друга половина XIX ст. - середина XX ст.) характеризується становленням організованого фестивального туризму з ініціатив Томаса Кука та широким розповсюдженням міжнародних мистецьких фестивалів. Третій етап (середина XX ст. - дотепер) ознаменований масовим розповсюдженням фестивального туризму, що включає відомі карнавали, спортивні змагання, кіно- та гастрономічні фестивалі, які стали важливими елементами промоції країн і міст.

2) Фестивальний туризм типізують за масштабами та тематикою події, за метою, типами фестивалів та соціокультурними подіями фестивального туризму, за системою зав'язків або в контексті з іншими видами туризму тощо.

3) Географія фестивального туризму у світі та Україні представлена найвідомішими та найпопулярнішими фестивалями, серед них визначено: пивний фестиваль «Octoberfest», фестиваль квітів Інфіората, музичний фестиваль Коачелла, Каннський міжнародний кінофестиваль, Венеційський карнавал, фестивалі Холі та Апельсинова битва, Сорочинський Ярмарок, фестиваль «Середньовічний Хотин» тощо. Усі вони привертають увагу мільйонів людей та мають значний вплив на туристичний сектор.

4) Фестивалі відзначаються яскравістю, унікальністю та регулярністю, що робить їх привабливими для учасників, організаторів і спонсорів. Ключовими складовими фестивалів є тематичне наповнення, святковий елемент, організаційна структура та матеріальна база. Успішна організація фестивалю вимагає врахування його життєвого циклу, включає

стадії від розробки ідеї до можливого занепаду. Бюджетування фестивального туризму є важливим аспектом, що включає витрати на транспорт, проживання, харчування, страхування, супровід й екскурсійне обслуговування, інші логістичні деталі, які потребують ретельного планування для організації фестивальних турів.

5) Автором розроблено груповий 6-денний фестивальний тур «Маскарадна мрія. Подорож Венецією». Тур пропонує унікальну можливість зануритися в атмосферу всесвітньо відомого Венеційського карнавалу, стати безпосереднім учасником святкових заходів, побачити дивовижні пам'ятки Венеції, відвідати історичні та культурні місця цього чарівного міста, насолодитися яскравими костюмами та масками. Окрім відвідування Венеціанського карнавалу туристам під час туру запропоновані оглядові екскурсії містом Местре та Венеція, відвідування островів Мурано та Бурано, відвідування балу та тематичних виставок, участь у фотосесіях та майстер-класах з виготовлення венеційських масок тощо.

Транспортне забезпечення по маршруту Львів – Венеція – Львів здійснюватиметься автотранспортом, на деяких етапах маршруту (Венеція) – вапаретто; проживання передбачено у готелі, харчування - дворазове, професійне екскурсійне обслуговування на усіх локаціях та послуги супроводжуючого гідів туристичної групи.

б) Ціна туру на 1 туриста складає 40509 грн., загальний маржинальний дохід – 7294 грн., маржинальна рентабельність - 18 %, що відповідає середньому рівню рентабельності підприємства і повинна задовольнити потреби туристичного підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Планета мандрівників»: глобальний туризм у сучасному світі.
URL: <https://hromadske.ua/posts/turyzm-v-suchasnomu-sviti> (дата звернення 15.02.2024)
2. 20 подій у всьому світі, на які обов'язково потрібно потрапити.
URL: <https://mapme.club/poradi/1106-20-podij-u-vsomu-sviti-na-yaki-obovyazkovo-potribno-potrapiti.html> (дата звернення 17.05.2024)
3. Basilica di San Marco. URL: <http://www.basilicasanmarco.it/calendario-liturgico/orari-messe/> (дата звернення 16.05.2024)
4. Behind scenes Eurovision 2021. URL: https://partner.booking.com/en-us/click-magazine/bookingcom_news/behind-scenes-eurovision-2021 (дата звернення 13.04.2024)
5. Bladen C., Kennell, J., Abson, E., Wilde N. Events Management An Introduction. Routledge, London. 2012. 440 P.
6. Celik S., Cetinkaya m.Y. Festivals in Event Tourism: The Case of International Izmir Art Festival. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*. 2013. Volume: 3. Issue 1-2. P. 1- 21.
7. City pass. Venezia Unica. URL: <https://www.veneziaunica.it/ru/e-commerce/services> (дата звернення 1.05.2024)
8. Complete Guide to Festival Tourism by Dr Prem – Definition, History, Importance, Destinations and Tips. URL: <https://drprem.com/travel/festival-tourism-guide/#What> (дата звернення 24.03.2024)
9. Getz D. Event Studies. Theory, Research and Policy for Planned Events. Butterworth-Heinemann:Oxford. 2007. 427 P.
10. Goldblatt J. Special Events: A New Generation and the Next Frontier : textbook. 6th ed. John Wiley and Sons, 2010. 566 P.

11. History of festival tourism. URL: <https://drprem.com/travel/festival-tourism-guide/#History> (дата звернення 6.04.2024)
12. Hotel Meininger Venezia Mestre. URL: <http://surl.li/turuv> (дата звернення 4.05.2024)
13. Lace museum. URL: <https://museomerletto.visitmuve.it/en/pianifica-la-tua-visita/tickets/> (дата звернення 1.05.2024)
14. LimbergBus Львів URL: <https://lemborg-bus.com.ua/orenda-mikroavtobusa-mercedes-sprinter.php?lang=1> (дата звернення 15.04.2024)
15. Museum of the 20th Century. URL: <https://www.m9museum.it/en/visit-m9/> (дата звернення 15.04.2024)
16. Shone A., Parry B. Successful Event Management: a Practical Handbook. Second Edition. London : Thomson Learning. 2004. 246 P.
17. The Best Airbnb Houses (and Suites) for Coachella. URL: <https://www.rollingstone.com/product-recommendations/lifestyle/best-airbnbs-for-coachella-1234692084/> (дата звернення 7.04.2024)
18. The MURANO Glass. URL: <https://www.sleepinmurano.com/tours-and-leisure/murano-glass/> (дата звернення 1.05.2024)
19. Бейдик О. О., Гончарук А. О. Розвиток культурно-розважального туризму в Україні (на прикладі фестивального туризму). *Географія та туризм*. 2010. Вип. 8. С. 45-49.
20. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування Київ : Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2001. 304 с.
21. Богатирьова Г.А., Головань М.Г., Горіна Г.О. та ін. Спеціалізований туризм : навч. посібн. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2021. 173 с.
22. В Амстердамі зник найвідоміший символ міста. URL: <https://world.segodnya.ua/ua/world/europe/v-amsterdame-ischez-samyu-izvestnyu-simvol-goroda-1194664.html> (дата звернення 18.04.2024)
23. Венеціанський карнавал, Італія. URL: <https://cultura.city/news/10-najdivoviznisih-ta-najkoloritnisih-festivaliv-svitu> (дата звернення 1.03.2024)

24. Венеціанський Карнавал: Дати 2025 Не Пропустіть цікаве. URL: <https://www.vivovenetia.ru/venecianskij-karnaval-daty/> (дата звернення 1.04.2024)
25. Венеційський карнавал (Венеція, Італія). URL: <https://www.pinterest.com/pin/317574211241565026/> (дата звернення 15.05.2024)
26. Вороніна Г. Фестивальний туризм як новий напрям світового туризму. *Географія та туризм*. 2010. Вип.10. С. 31-34
27. Геннадій Лобас. Ваш гід по Венеції. URL: <https://hello-venice.com/uk/> (дата звернення 13.04.2024)
28. Глобальний етичний кодекс туризму. URL: <https://www.unwto.org/background-global-code-ethics-tourism> (дата звернення 12.05.2024)
29. Горшкова Л. Особливості фестивального туризму як складника івент-туризму. *Приазовський економічний вісник*. 2019. № 6 (17). С. 111-117.
30. Готель MEININGER Venezia Mestre. URL: <https://lh3.googleusercontent.com/p/AF1QipMiifqdzlZpYkxRRtrgddTGBmpQfsO4tlbYSzcJ=s1360-w1360-h1020> (дата звернення 15.05.2024)
31. Гранд канал. URL: https://img.freepik.com/premium-photo/venice-italy-grand-canal-venice-carnival-opening-with-gondola-boat-water-parade_236845-730.jpg (дата звернення 15.05.2024)
32. Грицку-Андрієш Ю.П., Бучко Ж.І. Фестивальний туризм у системі рекреаційно-туристської діяльності. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2010. Вип. 519-520. С. 56-60
33. Зубенко Д. В. Розвиток фестивального руху в сучасній Україні. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. *Політологія. Соціологія. Право*. 2011. № 4 (12). С. 110-114.

34. Канський міжнародний кінофестиваль (Канни, Франція). URL: <https://www.pinterest.com/pin/295548794295257969/> (дата звернення 17.05.2024)
35. Крачило М.П. Географія туризму: навч. посіб. Київ: Вища школа, 1987. 208 с.
36. Крупіца І. В. Передумови та перспективи розвитку фестивального туризму в Одеській області. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Т. 5. № 1. С. 133-141.
37. Майстер-клас з виготовлення венеційських масок. URL: <https://www.homofaber.com/next/image?url=https://hfgnext.s3.eu-west-3.amazonaws.com/img-thumb/4YL7Q000000PZpvWAG-left2.jpg&w=640&q=80> (дата звернення 13.04.2024)
38. Мальська М.П., Грицишин А.Т., Білоус С.В., Топорницька М.Я. Фестивальний туризм: теорія та практика : навч. посіб. Київ. Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. 212 с.
39. Міжнародний Канський кінофестиваль: чого ви не знали та що подивитись в цьому році? URL: <https://yabl.ua/2019/05/15/mizhnarodnij-kanskij-kinofestival-chogo-vi-ne-znali-ta-sho-podivitis-v-comu-roci> (дата звернення 1.02.2024)
40. Місто Венеція. Площа Сан-Марко. URL: <https://airlife.ua/wp-content/uploads/119.jpeg> (дата звернення 15.05.2024)
41. Місто Местре. URL: <https://www.veneto.info/wp-content/uploads/sites/114/mestre-hd.jpg> (дата звернення 15.05.2024)
42. Музичний фестиваль Коачелла (США). URL: <https://www.pinterest.com/pin/875950196247697735/> (дата звернення 15.05.2024)
43. Найбарвистіше свято у світі – в Індії відзначають Холі. URL: <https://fakty.com.ua/ua/svit/20180302-najbarvystishe-svyato-u-sviti-v-indiyi-vidznachayut-holi/> (дата звернення 15.05.2024)

44. Олефір Д. Фестивальний рух в Європі: комунікаційні аспекти. *Масова комунікація у глобальному та національному вимірах*. Дніпро: ДНУ імені О. Гончара. 2016. Вип. 6. С. 109–113.

45. Олійник В. В., Шикіна О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаїв. 2016. Вип. 14. С. 460-463.

46. Острів Бурано. URL: <https://www.pinterest.com/pin/70437487923258/> (дата звернення 16.05.2024)

47. Острів Мурано. URL: <https://www.pinterest.com/pin/18436679718213267/> (дата звернення 16.05.2024)

48. Острів Мурано. Процес виготовлення муранського скла. URL: <https://www.pinterest.com/pin/50947039525790577/> (дата звернення 16.05.2024)

49. Офіційний сайт Венеціанського карнавалу. URL: <https://carnevale.venezia.it/blog/si-chiude-il-carnevale-di-venezia-2024/> (дата звернення 15.03.2024)

50. Пивний фестиваль «Octoberfest» (Мюнхен, Німеччина). URL: <https://www.pinterest.com/pin/502292164707357874/> (дата звернення 16.05.2024)

51. Релігійні свята. URL: <https://www.pinterest.com/pin/833447474804325458/> (дата звернення 16.05.2024)

52. Святкування карнавалу. URL: <https://www.pinterest.com/pin/299067231497236979/> (дата звернення 16.05.2024)

53. Сорочинський Ярмарок (Україна). URL: https://static.ukrinform.com/photos/2019_08/thumb_files/630_360_1566461031-644.jpg (дата звернення 16.05.2024)

54. Сорочинський ярмарок та Середньовічний Хотин. URL: <https://bls.ua/ua/blog/ukrainski-festivali> (дата звернення 14.05.2024)

55. Стань волонтером Atlas Weekend.
URL: <https://platforma.volunteer.country/events/stan-volonterom-atlas-weekend>
(дата звернення 13.05.2024)
56. Туристичне страхування. URL: <http://surl.li/tvaai> (дата звернення 14.03.2024)
57. Українська радянська енциклопедія (УРЕ) URL :
<http://leksika.com.ua/ure/> (дата звернення 21.03.2024)
58. Фестиваль «Середньовічний Хотин». URL:
https://promin.cv.ua/uploads/posts/2016-03/1458995811_1071858.jpg (дата звернення 16.05.2024)
59. Фестиваль Coachella оголосив лайнап. Серед виконавців є український гурт. URL: <https://suspilne.media/culture/197437-festival-coachella-ogolosiv-lajnap-sered-vikonavciv-e-ukrainskij-gurt/> (дата звернення 16.05.2024)
60. Фестиваль Апельсинова битва (Італія).
URL: <https://www.pinterest.com/pin/142426406946386048/> (дата звернення 16.05.2024)
61. Фестиваль квітів Інфіората (Італія). URL:
<https://www.pinterest.com/pin/4151824626825916/> (дата звернення 16.05.2024)
62. Фестиваль квітів Інфіората. URL: <https://gardenindustry.org/ua/ru-istinnye-proizvedeniya-iskusstva-iz-czvetov/> (дата звернення 16.03.2024)
63. Фестиваль Холі (Індія). URL:
<https://www.pinterest.com/pin/315392780150470736/> (дата звернення 16.05.2024)
64. Цитрусове побоїще: як в Італії проходить "Апельсинова битва".
URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/10465290-citrusove-pobojishche-yak-v-italiji-prohodit-apelsinova-bitva-video.html> (дата звернення 16.03.2024)
65. Цікаві факти про Октоберфест. URL:
<https://traveliteagro.com/tsikavi-fakty-pro-oktoberfest/> (дата звернення 16.03.2024)

ДОДАТКИ

Додаток А



Рис. А.1. Пивний фестиваль «Oktoberfest» (Мюнхен, Німеччина) [50].



Рис. А.2. Фестиваль квітів Інфіората (Італія) [61].



Рис. А.3. Музичний фестиваль Коачелла (США) [42].



Рис. А.4. Каннський міжнародний кінофестиваль (Канни, Франція) [34].



Рис. А.5. Венеційський карнавал (Венеція, Італія) [25].



Рис. А.6. Фестиваль Холі (Індія) [63].



Рис. А.7. Релігійні свята [51].



Рис. А.8. Фестиваль Апельсинова битва (Італія) [60].



Рис. А.9. Сорочинський Ярмарок (Україна) [53].



Рис. А.10. Фестиваль «Середньовічний Хотин» [58].

Додаток Б

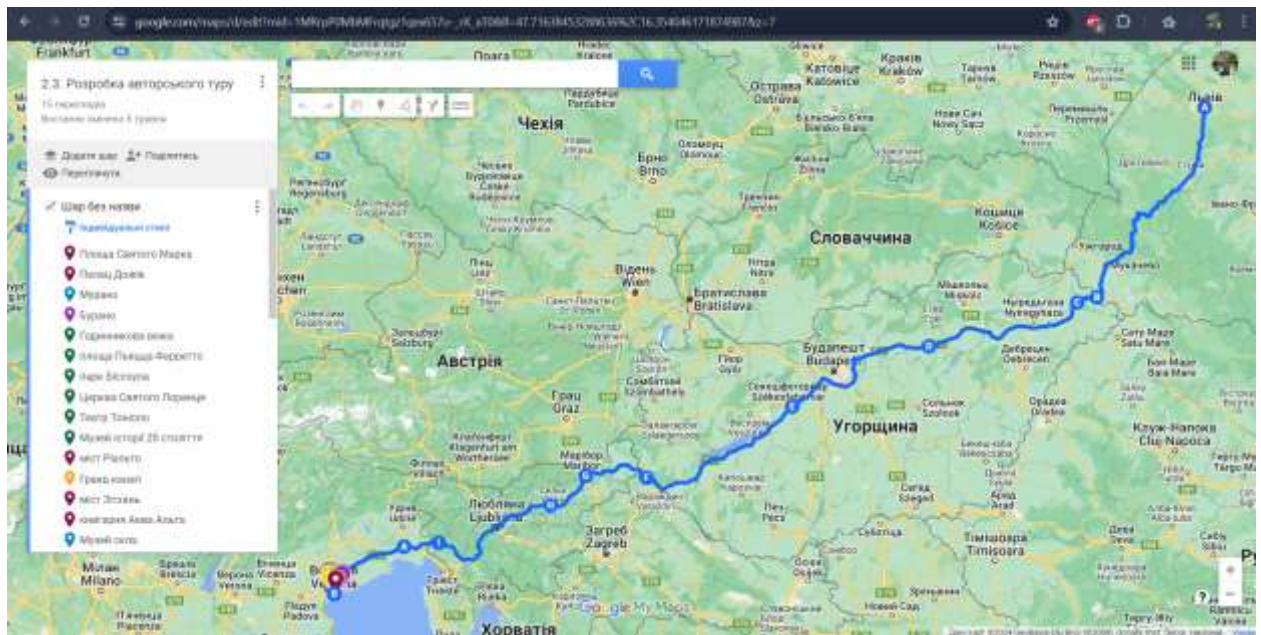


Рис. Б.1. Карта маршруту Львів-Местре

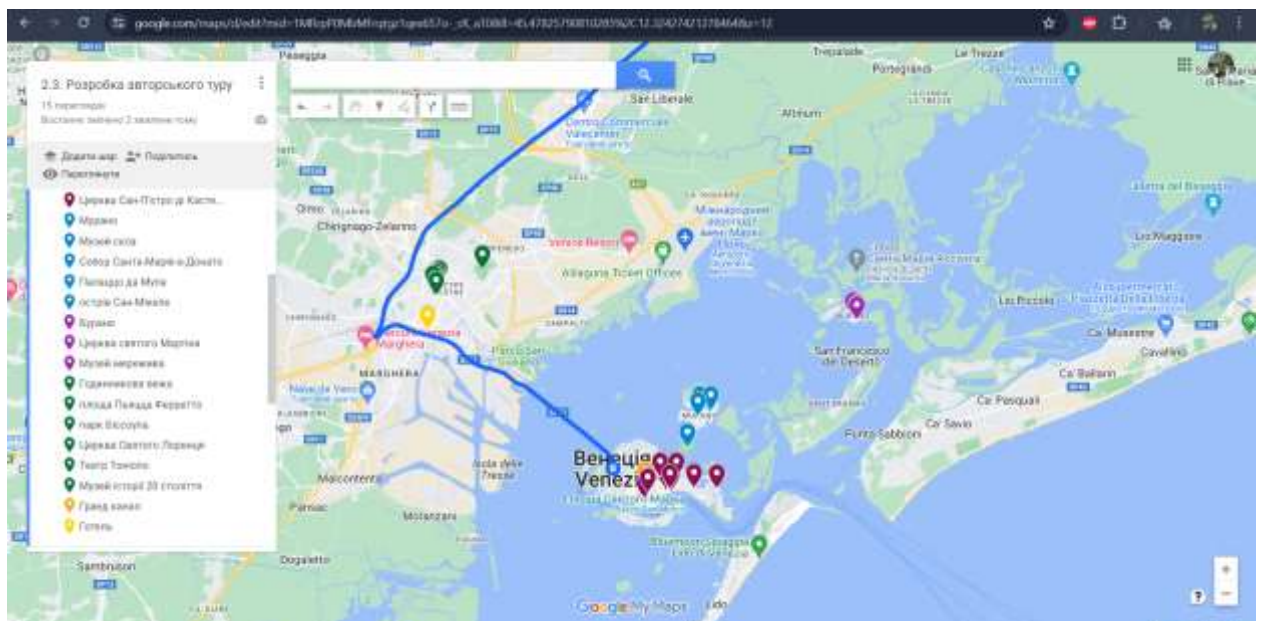


Рис. Б.2. м. Местре та Венеція, о.Мурано та Бурано

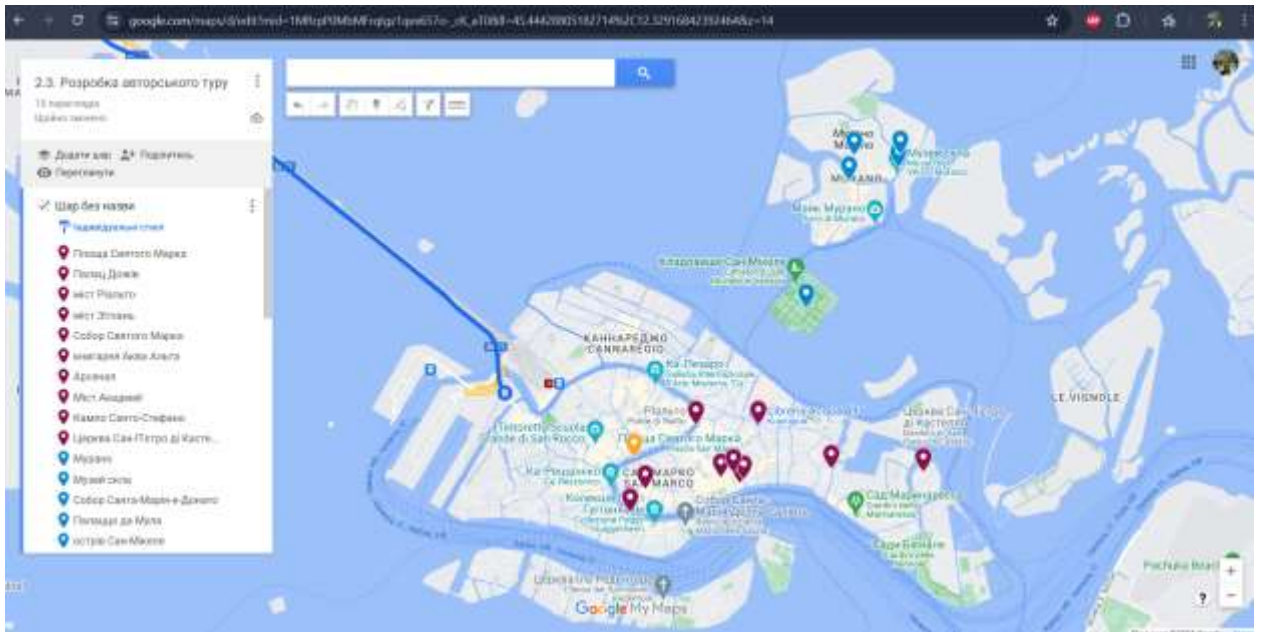


Рис. Б.3. Карта Венеції та о. Мурано

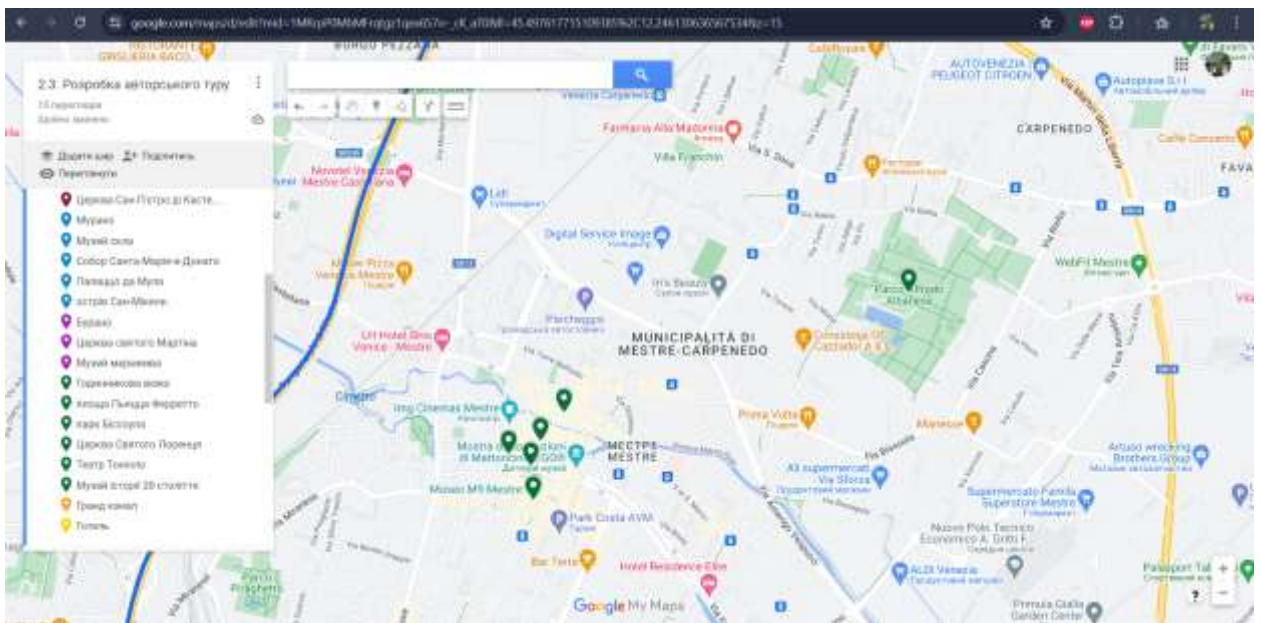


Рис. Б.4. Карта м.Местре



Рис. В.1. Мікроавтобус Mercedes Sprinter [14].



Рис. Г.1. Готель MEININGER Venezia Mestre [30].



Рис. Д.1. Місто Местре [41].



Рис. Д.2. Місто Венеція. Площа Сан-Марко [40].



Рис. Д.3. Майстер-клас з виготовлення венеційських масок [37].



Рис. Д.4. Гранд канал [31].



Рис. Д.5. Святкування карнавалу [52].



Рис. Д.6. Острів Мурано. Процес виготовлення муранського скла [48].



Рис. Д.7. Острів Мурано [47].



Рис. Д.8. Острів Бурано [46].