

Карпатський національний університет імені Василя Стефаника

Факультет туризму

Кафедра туризмознавства і краєзнавства

ДИПЛОМНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр»

на тему: «Перспективи використання культурно-мистецьких заходів та фестивалів Гуцульщини в контексті розвитку івентивного туризму»

Виконав: студент II курсу, групи Тм-21
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»
(шифр і назва спеціальності)

Василів Валентин
(прізвище та ініціали студента)

Керівник: к.і.н., доц. Вичівський П.П
(прізвище та ініціали)

Рецензент: к.і.н., доц. Новосьолов О.В.
(прізвище та ініціали)

Івано-Франківськ - 2025 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІВЕНТ ТУРИЗМУ.....	8
1.1. Поняття та сутність івент туризму.....	8
1.2. Класифікація івент заходів та їх роль у розвитку туризму.....	21
1.3. Культурно-мистецькі заходи як інструмент формування туристичної привабливості регіонів.....	27
РОЗДІЛ 2. КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКІ ЗАХОДИ ТА ФЕСТИВАЛІ ГУЦУЛЬЩИНИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ІВЕНТ ТУРИЗМУ.....	32
2.1. Загальна характеристика основних культурно-мистецьких заходів та фестивалів регіону.....	32
2.2. Аналіз туристичного потенціалу традиційної гуцульської культури.....	37
2.3. Вплив фестивалів на соціально-економічний розвиток місцевих громад..	47
РОЗДІЛ 3. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІВЕНТ ТУРИЗМУ НА ГУЦУЛЬЩИНІ.....	53
3.1. Світовий досвід організації івент туризму.....	53
3.2. Адаптація міжнародного досвіду івент туризму до умов Гуцульщини.....	59
3.3. Рекомендації щодо використання культурно-мистецьких заходів та фестивалів Гуцульщини в контексті розвитку івентивного туризму.....	65
ВИСНОВКИ.....	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	72
ДОДАТКИ.....	78

ВСТУП

Актуальність дослідження. В умовах глобалізації та цифровізації туризм набуває нових форм і змісту, перетворюючись на потужний засіб культурної комунікації, соціальної інтеграції та економічного розвитку регіонів. Одним із найдинамічніших напрямів є івент-туризм, який базується на організації та відвідуванні подій культурного, мистецького чи розважального характеру. Особливе місце в цьому процесі посідають фестивалі, мистецькі акції та етнокультурні заходи, які поєднують традиції з інноваційними форматами дозвілля.

Гуцульщина – один із найсамобутніших культурних регіонів України, де поєдналися унікальні традиції, народне мистецтво, музика, обряди та неповторна етноестетика Карпат. Саме мистецькі заходи та культурно-фестивальні практики здатні стати основою для створення впізнаваного бренду Гуцульщини на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках. Однак нині цей потенціал використовується фрагментарно, що зумовлює необхідність комплексного дослідження перспектив і механізмів розвитку івент-туризму в регіоні.

Актуальність теми зумовлена потребою пошуку ефективних підходів до розвитку івент-туризму в умовах децентралізації, післявоєнного відновлення та зростання ролі культури як ресурсу регіональної конкурентоспроможності.

Об’єкт дослідження – процес розвитку івент-туризму в Україні на прикладі культурно-мистецьких заходів та фестивалів Гуцульщини.

Предмет дослідження – мистецькі заходи та культурно-фестивальні події як чинники формування туристичної привабливості Гуцульського регіону.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування та практичний аналіз перспектив використання мистецьких заходів і культурно-фестивальних практик Гуцульщини в контексті розвитку івент-туризму.

Поставлена мета передбачає вирішення низки завдань:

- розкрити поняття та сутність івент-туризму як сучасного напрямку туристичної діяльності;
- здійснити класифікацію івент-заходів та визначити їхню роль у розвитку туризму;
- дослідити культурно-мистецькі заходи як інструмент формування туристичної привабливості регіонів;
- надати загальну характеристику основних культурно-мистецьких заходів та фестивалів Гуцульщини;
- провести аналіз туристичного потенціалу традиційної гуцульської культури;
- оцінити вплив фестивалів на соціально-економічний розвиток місцевих громад;
- вивчити світовий досвід організації івент-туризму;
- проаналізувати адаптацію міжнародного досвіду івент-туризму до умов Гуцульщини;
- розробити рекомендації щодо ефективного використання культурно-мистецьких заходів і фестивалів Гуцульщини для розвитку івент-туризму.

Наукова новизна роботи полягає у поглибленому обґрунтуванні ролі культурно-мистецьких заходів як стратегічного ресурсу формування туристичної привабливості Гуцульщини в умовах розвитку івент-туризму. Уперше системно проаналізовано потенціал традиційної гуцульської культури через поєднання соціологічних і експертних методів оцінювання, що дало змогу виявити пріоритетні напрями її туристичної інтеграції. Уточнено понятійно-категоріальний апарат івент-туризму, визначено структурно-функціональні особливості фестивального руху регіону та окреслено можливості адаптації міжнародного досвіду до місцевих умов. Отримані результати дозволяють поглибити наукові уявлення про культурно-фестивальні практики як чинник сталого регіонального розвитку.

Методи дослідження. У роботі використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів, серед яких аналіз, синтез, порівняльний, системно-структурний і статистичний, що забезпечили всебічне вивчення явища івент-туризму та його проявів у регіоні Гуцульщини. Для отримання практичних результатів застосовано методи соціологічного опитування, експертного оцінювання та прогнозування, які дали змогу визначити реальний і потенційний вплив культурно-мистецьких заходів на розвиток туризму й місцевих громад.

Теоретичне значення полягає у поглибленні наукових уявлень про роль культурно-мистецьких заходів у формуванні туристичної привабливості регіонів, уточненні понятійного апарату івент-туризму та систематизації підходів до його розвитку в умовах сучасної креативної економіки.

Практичне значення полягає у можливості використання його результатів у діяльності органів місцевого самоврядування, туристичних підприємств і культурних інституцій для розробки регіональних програм розвитку івент-туризму, формування бренду Гуцульщини, підготовки фахівців у галузі культурного менеджменту та популяризації нематеріальної спадщини Карпатського регіону.

Структура та обсяг роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Повний обсяг роботи – 82 сторінок, з них 69 сторінок основного тексту. Робота містить 16 таблиць і 11 рисунків. Список використаних джерел налічує 50 найменувань, у тому числі 20 – іноземною мовою.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІВЕНТ ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та сутність івент туризму

На сучасному етапі розвитку суспільства спостерігається поступовий перехід від традиційно ресурсомістких галузей до більш ефективних форм економічної діяльності, здатних забезпечувати матеріальне зростання та підвищувати рівень життя населення без надмірного виснаження природних ресурсів. Однією з перспективних сфер є туризм, який виконує не лише економічну функцію, а й слугує інструментом духовного, культурного та соціального розвитку особистості. Туризм поєднує відпочинок із оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурними активностями, що сприяє відновленню життєвих сил і підвищенню якості життя туристів.

Сфера туризму все більше сприймається як стратегічно важливий сектор економіки, що відрізняється високим потенціалом екологічної та соціальної привабливості. Вона є джерелом доходів для держави та регіонів, а також складовою формування національного та регіонального іміджу на міжнародній арені. Туризм стимулює розвиток інфраструктури, створюючи умови для функціонування готельної, транспортної та рекреаційної сфери, а також для активізації малого та середнього бізнесу, пов'язаного з обслуговуванням туристів.

Соціально-економічний ефект туризму проявляється через розвиток транспортної інфраструктури, включно з будівництвом і модернізацією автомобільних доріг, аеропортів, залізниць, облаштування прикордонних пунктів та митних переходів. Він стимулює виробництво та реалізацію сувенірної продукції, підтримку культурних та розважальних комплексів і забезпечення якісного сервісу для відвідувачів. Завдяки цьому туризм генерує додаткові доходи, формує нові робочі місця, сприяє розвитку локальних економік і підвищує соціальну активність громад.

Розвиток туризму виступає багатофункціональним інструментом економічного і соціального зростання, який поєднує комерційні, культурні та

соціальні аспекти діяльності. Він забезпечує зміцнення економічного потенціалу регіонів, збереження культурної спадщини, підвищення туристичної привабливості територій та формування сталого іміджу держави на міжнародній арені [1].

У Державній програмі розвитку туризму до 2026 року підкреслюється важливість пошуку ефективних шляхів активізації використання туристично-рекреаційного потенціалу. Такий підхід обумовлюється перспективою отримання значних економічних вигод та позитивних соціальних ефектів від розвитку цього сектора економіки. Туризм розглядається як інструмент, здатний сприяти оздоровленню населення, культурному та духовному відродженню народу, а також відтворенню трудового потенціалу країни [21].

У процесі трансформації економіки значно зросла роль індустрії дозвілля як складової національного виробництва та економіки загалом. Управління її розвитком дедалі частіше здійснюється на рівні конкретних регіонів, що супроводжується децентралізацією та розширенням прав територій щодо розвитку ринку туристичних та рекреаційних послуг. Водночас регіони набувають підвищеної відповідальності за ефективне функціонування туристичної сфери, яка розглядається як перспективний елемент регіональної економічної системи з точки зору фінансового й екологічного розвитку.

Розвиток туристичної сфери в регіоні сприяє його популяризації на міжнародному рівні, підвищенню інвестиційної привабливості, формуванню позитивного туристичного іміджу та забезпеченню додаткових надходжень до місцевого бюджету. Крім того, він стимулює створення нових робочих місць, що зменшує рівень безробіття, знижує видатки на соціальні виплати та загалом підвищує добробут і якість життя населення як у конкретному регіоні, так і в державі в цілому.

В останні десятиліття у світовій практиці набуває значного розвитку подієвий, або івент-туризм, який відзначається специфічною організацією туристичних подорожей, приурочених до визначних подій. Це можуть бути

музичні та театральні конкурси, національні фестивалі та карнавали, спортивні змагання та чемпіонати, політичні акції, а також спостереження унікальних природних явищ. Основна особливість івент-туризму полягає в тому, що подорожі туристів плануються з урахуванням конкретних подій, які здатні залучати велику кількість відвідувачів до місць їх проведення. Історичні витоки цього напрямку сягають античності, коли організація Олімпійських ігор у Давній Греції збирала десятки тисяч учасників і глядачів із усього Середземномор'я, створюючи перший системний досвід івент-туризму [2].

Соціальні та економічні ефекти від організації подієвих заходів сприяли поступовому розширенню їхнього спектру у різних країнах протягом історичного розвитку суспільства. На сучасному етапі розвитку держави, який характеризується перенесенням управлінських та соціально-економічних процесів із галузевого на територіальний рівень, дослідження івент-туризму як одного з ефективних інструментів регіонального розвитку набуває особливої актуальності.

Вивчення цього напрямку передбачає активізацію теоретичних досліджень, що забезпечує розробку концептуальних засад івент-туризму як перспективного напрямку розвитку регіональних туристичних систем. Все різноманіття підходів і визначень, пов'язаних з івент-туризмом, узагальнено у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Підходи до визначення «івент-туризм»

Автор	Визначення поняття «івент-туризм»
Donald Getz	«Івент-туризм – це системне планування, розвиток і маркетинг фестивалів (та спеціальних подій) як туристичних атракцій, чинників розвитку інфраструктури та економіки, а також як засобу формування іміджу територій» [37].
Bowdin, Allen, Harris, Jago та ін.	«Івент-туризм – це сегмент туристичного попиту, пов'язаний із подорожами людей, які відвідують події або можуть бути мотивовані це зробити, а також інструмент розвитку дестинацій через культурні, розважальні або соціальні заходи» [35].

Продовження таблиці 1.1

Jago & Shaw	«Спеціальні події, що відбуваються одноразово або рідко, з обмеженою тривалістю, які виходять за рамки щоденної діяльності й створюють соціальний, культурний чи рекреаційний досвід, здатні привертати туристів і підвищувати імідж регіону» [38].
Silvers	«Івент - події – це ретельно спланований досвід, покликаний справити враження на учасників; івент-туризм охоплює такі події, які приваблюють людей, стимулюють подорожі і сприяють розвитку туристичних дестинацій» [40].
Higham & Hinch	«Івент-туризм – форма туризму, де фестивалі і спеціальні події використовують для збільшення числа відвідувачів, згладжування сезонних коливань туристичних потоків та підвищення видимості дестинацій» [42].
Українські автори (Малюта, Шерстюк, Островська)	«Івент-туризм – швидкозростаюча галузь туристичної діяльності, яка охоплює створення, планування, проведення культурних, мистецьких, розважальних та спортивних подій із метою залучення туристів, розвитку місцевих громад та підвищення туристичної привабливості регіону» [15].
Монографія / автори огляду в Україні (м. Коваленко, Шейко)	«Івент-туризм включає низку фестивальних, культурно-спортивних, етнографічних та виставкових заходів, що проводяться з метою не лише розваги, але і стратегічного розвитку туристичного потенціалу, з врахуванням економічного, соціального та екологічного вимірів» [23].

Складено автором

Узагальнюючи різні підходи до визначення, івент-туризм слід розглядати як вид туризму, що передбачає переміщення людей від їх постійного місця проживання з метою участі у широкомасштабних культурних, спортивних, розважальних та освітніх заходах. Такий туризм не пов'язаний із оплачуваною діяльністю і спрямований на досягнення тривалих соціально-економічних ефектів. Ефективність його реалізації залежить від наявності чіткої програми організації заходів, їхньої періодичності та масштабу, а також від поінформованості громадськості та престижності події.

Івент-туризм займає особливе місце у структурі туристичних послуг, оскільки попит на нього зумовлюється високою цінністю новизни та видовищності. Людям цікаві подорожі, які пропонують унікальний, неповторний досвід, що не повторюється у часі. Саме тому івент-туризм може стати «родзинкою» території, забезпечуючи стабільний потік туристів, збільшення доходів та стимулюючи соціально-економічний розвиток регіону.

Івент-тури разом із іншими туристичними продуктами формують індустрію дозвілля, що охоплює широкий спектр об'єктів і послуг: готельне господарство (готелі, мотелі, туристичні та спортивні бази); центри відпочинку та культурного розвитку (кінотеатри, театри, оркестри, хореографічні студії, школи мистецтв, концертні майданчики); розважальні установи та видовищні комплекси (цирки, ярмарки, фестивалі, карнавали, парки розваг, ігрові заклади, нічні клуби, казино); заклади активного відпочинку (спортивні клуби, більярдні салони, гольф-поля, басейни, іподроми, треки); клуби-ресторани, кафе-клуби; сімейні рекреаційні комплекси, державні зони відпочинку та історико-культурні місця.

Розвиток івент-туризму неможливий без взаємодії всіх складових індустрії дозвілля, оскільки комплексний підхід забезпечує синергію та створює вигоду для всіх учасників системи. Івент-туризм формує унікальну атмосферу свята, надає індивідуальні умови для відпочинку та забезпечує незабутні враження. Основна його особливість полягає у створенні яскравих, неповторних моментів, що залишають тривалий емоційний та культурний слід у туристів [5].

Івент-туризм розглядається як складова культурного туризму, що орієнтована на участь у певних подіях суспільного життя. Він включає подорожі, мотивовані бажанням відвідати цікаві та значущі заходи, що можуть задовольняти культурні, освітні, розважальні та спортивні потреби туристів. Цей вид туристичної діяльності приваблює учасників різними форматами громадських заходів, що стимулюють розвиток туристичної інфраструктури, сприяють інтеграції різних верств населення у суспільне життя та формують позитивний імідж території.

Івент-туризм також пов'язаний із рідкісними природними або культурними явищами, які привертають туристів своєю унікальністю та неповторністю. Такі події та явища здатні залучати значну кількість відвідувачів як із місцевих, так і з міжнародних аудиторій, підвищуючи

туристичну привабливість регіону та сприяючи його соціально-економічному розвитку [2].

З метою дослідження специфіки івент-туризму та обґрунтування його сутності доцільно виокремити ключові ознаки, які його характеризують. Для цього доцільно здійснити порівняльний аналіз івент-туризму щодо інших видів туристичної діяльності, що дозволяє виявити його унікальні властивості, особливості організації та впливу на соціально-економічний розвиток регіонів. Такий підхід дає змогу систематизувати інформацію про різні форми туризму та визначити місце івент-туризму у структурі туристичних послуг, його роль у формуванні туристичного попиту та інфраструктури. (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Порівняльна характеристика традиційного та івентивного туризму

Ознаки порівняння	Традиційні види туризму	Івентивний туризм
Періодичність проведення	Не встановлюється	Чітко регламентована, прив'язана до конкретних дат або заходів
Характер проведення	Постійний або сезонний	Приурочений до певної події, свята чи заходу
Організаційне забезпечення	Засноване на принципах операційного менеджменту	Засноване на принципах проектного менеджменту, передбачає планування та координацію великих подій
Мета	Переважно комерційна	Комерційна та/або соціальна, включаючи культурну та освітню складову
Джерела фінансування	Переважно кошти туристичних фірм	Туристичні компанії, бюджетні кошти, інвестори, спонсори
Вплив на індустрію дозвілля	Є основою туристичного попиту	Доповнює існуючу індустрію, стимулює розвиток суміжних секторів
Охоплення відвідувачів	Переважно невеликі групи	Масове, здатне залучати значну кількість туристів
Метод розміщення	Стаціонарний або пересувний	Переважно стаціонарний, зосереджений у конкретному місці проведення події
Умови ефективності	Залежить від конкурентоспроможності туристичних послуг	Залежить від поінформованості населення, реклами події та PR-акцій

Продовження таблиці 1.2

Мотивування	Фізіологічні та духовні потреби особи	Суспільні вподобання, пізнавальна цінність, статус, мода, престиж та значущість події
Додаткові вигоди	Формування туристичних потоків, створення робочих місць, надходження до бюджетів	«Синергетичний» ефект на розвиток різних секторів економіки та туристичної індустрії території проведення заходу
Залежність від суспільних вподобань	Часткова	Повна, ефективність події визначається попитом та інтересами громадськості
Залежність від сезону	Повна	Часткова, події можуть проводитися незалежно від сезону
Інформаційний ефект	Тимчасовий	Довготривалий, впливає на імідж регіону та туристичну привабливість

Складено автором на основі: [30]

Проведений порівняльний аналіз традиційного та івент-туризму дозволяє виокремити ключові характеристики, що притаманні подієвому напряму. До них належать чітка регламентація та визначена періодичність проведення заходів, переважна стаціонарність їх організації, використання принципів проектного управління, диверсифікація джерел фінансування, значний вплив суспільних уподобань, престижу та статусу події, масовість відвідувачів, залежність ефективності від рівня поінформованості населення, а також довготривалий інформаційний ефект і стимулювання розвитку різних секторів туристичної індустрії (рис. 1.1).

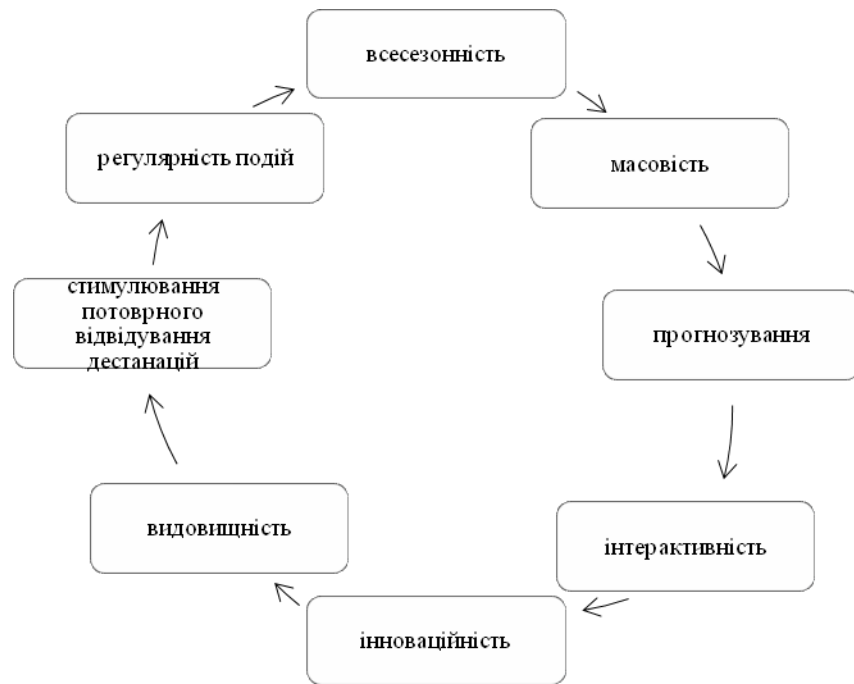


Рис. 1.1. Особливості івент- туризму

Складено автором на основі: [1]

Івент-туризм має ряд переваг, що визначають його стратегічну цінність для регіонального розвитку. По-перше, організація подій сприяє подовженню тривалості перебування туристів, оскільки відвідувачі часто залишаються у регіоні на кілька додаткових днів для більш глибокого ознайомлення з територією, що підвищує попит на туристичні послуги та ресурси. По-друге, масштабні та цікаві заходи здатні залучати значну кількість туристів, задовольняючи потреби різних цільових груп. По-третє, ресурсна база івент-туризму є динамічною: програми заходів оновлюються, запрошуються нові хедлайнери, додаються розважальні елементи та змінюються локації проведення, що забезпечує постійний потік зацікавлених відвідувачів. По-четверте, організація івент-туризму передбачає залучення спонсорів і партнерів, що дозволяє скоротити витрати на маркетингові контакти та комунікацію з новими аудиторіями.

Однією з ключових особливостей івент-туризму є його емоційна складова. Особисті враження учасників, відчуття колективного емоційного підйому та залучення до ціннісної системи території формують сильний психологічний ефект. Коли турист отримує позитивні емоції під час участі у

заході, він стає активним носієм позитивного образу регіону, поширюючи власні враження про територію, місцеве населення та підприємства. Це сприяє формуванню позитивного іміджу регіону, підвищенню лояльності до місцевих ініціатив та стимулює зацікавленість у відвідуванні майбутніх подій.

Разом із тим, існує низка факторів, які стримують розвиток івент-туризму. До них належать недостатньо розвинена туристична інфраструктура, низький рівень інвестиційної та ділової активності місцевого населення, нестача кваліфікованих фахівців, слабе інформаційне просування заходів та неповне використання наявного туристичного потенціалу. Подолання цих перешкод є необхідною умовою для сталого розвитку івент-туризму та підвищення його соціально-економічного впливу на регіон (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Гальмуючі фактори розвитку івент-туризму

Складено автором на основі: [29]

У сучасних умовах масштабні події, включаючи культурні, спортивні та музичні фестивалі, сприяють розвитку інфраструктури регіону, залученню інвестицій та формуванню додаткових джерел доходів від туризму. Наприклад, проведення міжнародних спортивних змагань, музичних фестивалів та культурних форумів у різних регіонах України останніх років демонструє значний ефект як для локальної економіки, так і для туристичного іміджу територій.

Наукові дослідження та практичний досвід свідчать про те, що заздалегідь сплановані події позитивно впливають на конкурентоспроможність туристичної дестинації. Івент-туризм сьогодні є самостійним сегментом туристичної індустрії, який активно розвивається протягом останніх двох десятиліть, забезпечуючи стабільне зростання за рахунок організації масштабних та унікальних заходів.

Івент-менеджмент виступає як прикладна галузь науки і професійної практики, що охоплює планування, організацію та управління спеціальними заходами різного формату: культурними, музичними та театральними фестивалями, спортивними змаганнями, державними і політичними подіями, корпоративними і бізнес-заходами, а також приватними подіями, такими як весілля чи соціальні свята.

Розвиток івент-туризму сьогодні приносить значну соціально-економічну користь усім його учасникам. Це включає підвищення доходів місцевих підприємств, створення нових робочих місць, розвиток інфраструктури, збільшення туристичного потоку, формування позитивного іміджу регіону та підвищення загальної привабливості території для національних і міжнародних туристів. (рис. 1.3.)



Рис. 1.3. Соціально-економічні ефекти від розвитку івент-туризму

Складено автором на основі: [30]

Типологія запланованих подій охоплює широкий спектр заходів, що можуть слугувати основою для розвитку івент-туризму. До таких заходів належать культурні свята та фестивалі, політичні й державні події, бізнесові та торговельні форуми, мистецькі та розважальні заходи, освітні та наукові події, спортивні змагання, а також приватні заходи, зокрема сімейні святкування та корпоративні зустрічі. Кожна з цих категорій відрізняється специфікою організації, масштабом і цільовою аудиторією, що визначає її потенційну туристичну привабливість та соціально-економічний вплив на регіон. (рис. 1.4).



Рис. 1.4. Типологія запланованих подій

Складено автором на основі [36]

Івент-туризм та івент-менеджмент сьогодні формують швидкозростаючу професійну галузь, де туристи виступають активними споживачами на ринку запланованих заходів. Водночас, не всі події мають орієнтуватися виключно на туристичний потік, оскільки надмірна маркетингова спрямованість може викликати потенційний негативний ефект. Події виконують і соціально-культурні функції, включаючи формування суспільної згуртованості, культурне відродження міст, розвиток мистецтва та освіти. Кожен івент є просторово-часовим феноменом, унікальним завдяки

взаємодії середовища, аудиторії, систем управління, розробки програми та окремих елементів заходу.

Привабливість подій полягає в їхній неповторності та можливості отримати виняткові враження лише у визначеному місці та часі. Сучасні технології також дозволяють організовувати віртуальні івенти, які представляють цінність для туристів та індустрії відпочинку, забезпечуючи додаткові канали комунікації через засоби масової інформації та цифрові платформи.

Розвиток івент-туризму як складової індустрії дозвілля є пріоритетом державної політики, оскільки він передбачає проведення не лише національних, але й міжнародних заходів. Івент-туризм стає ключовим чинником регіонального розвитку завдяки прив'язці заходів до конкретної території та можливості демонструвати історичні, культурні та природні особливості регіону. Комплексні івентивні тури, що включають участь у події, екскурсії до місць проведення та сусідніх об'єктів, комфортне проживання та додаткові рекреаційні послуги, сприяють підвищенню соціально-економічної ефективності регіонів.

Аналіз основних характеристик івент-туризму свідчить, що подія як туристичний ресурс має яскраво виражений мультиплікаційний ефект, стимулюючи розвиток різних секторів індустрії та ефективно використання регіонального потенціалу. Ключові особливості цього виду туризму включають: відсутність жорсткої сезонності, можливість прогнозування потоків туристів, масовість відвідувачів, інтерактивність та інноваційність заходів, регулярність проведення, стимулювання повторних відвідувань туристичних дестинацій та видовищність програм.

Івент-туризм забезпечує швидку оборотність капіталу, високий рівень доходності та створення нових робочих місць, що безпосередньо сприяє економічному розвитку регіонів і підвищенню рівня життя місцевого населення. Він формує позитивний імідж території, зміцнює бренд дестинації

та підвищує впізнаваність країни на міжнародному туристичному ринку, залучаючи як іноземних, так і внутрішніх туристів.

Івент-туризм стимулює розвиток суміжних секторів економіки, серед яких готельно-ресторанний бізнес, транспортна та логістична інфраструктура, креативні індустрії, ремесла та виробництво сувенірної продукції. Масштабні фестивалі, конференції, спортивні та культурні події сприяють розвитку малого і середнього бізнесу, створюють нові можливості для підприємництва та залучають інвестиції на локальному і національному рівнях.

Завдяки комплексному економічному, культурному та соціальному ефекту, івент-туризм підвищує інвестиційну привабливість територій, стимулює залучення приватних і державних ресурсів для модернізації інфраструктури, розвитку рекреаційних зон і створення умов для сталого використання природних та культурних ресурсів. Крім того, він сприяє соціальній інтеграції місцевих громад, зміцнює культурну ідентичність регіону та створює платформу для міжкультурного обміну та співпраці.

Саме ці фактори визначають івент-туризм як стратегічно важливий інструмент розвитку туристичної індустрії України, здатний одночасно вирішувати економічні, культурні та соціальні завдання, формуючи комплексну та стійку модель сталого туризму, що підтримує регіональний розвиток і сприяє міжнародному позиціонуванню країни як привабливої туристичної дестинації.

1.2. Класифікація івент заходів та їх роль у розвитку туризму

Івент – це спеціально організована подія, захід або шоу, проведення якого спрямоване на досягнення певної мети. Термін походить від англійського слова «event» та підкреслює значимість події як структурного елемента туристичного продукту.

Івент-туризм являє собою форму туристичної діяльності, орієнтовану на відвідування конкретного місця у визначений час з метою участі у важливій події. Особливістю івентів є їхня неповторність і соціальна значущість, яка може проявлятися як для широкої аудиторії, так і для невеликих груп або окремих осіб. Такі заходи можуть бути унікальними, що відбуваються лише один раз, або мати періодичний характер, повторюючись через певні інтервали – рік, сезон чи місяць, що забезпечує можливість формування системи регулярних туристичних потоків.

Класифікація івент-заходів є важливим інструментом систематизації івент-туризму та забезпечення ефективного планування туристичних потоків. Подієві заходи можна розглядати за тематичною спрямованістю, масштабом, організаційною формою та аудиторією, на яку вони орієнтовані. Кожен з підходів до класифікації дозволяє оцінити соціально-економічний та культурний вплив події на регіон, а також визначити пріоритетні напрямки розвитку туристичної інфраструктури.

За тематичною ознакою івенти поділяються на культурні, спортивні, освітні, ділові, розважальні та приватні. Культурні заходи включають фестивалі народної творчості, театральні та музичні вистави, виставки та святкування національних подій, які сприяють збереженню і популяризації культурної спадщини та підвищенню туристичної привабливості території. Спортивні івенти, зокрема змагання, турніри та марафони, стимулюють розвиток спортивної інфраструктури, формують регулярні туристичні потоки та залучають міжнародну аудиторію. Освітні та наукові заходи – конференції, семінари, форуми – забезпечують обмін знаннями та сприяють діловому туризму, залучаючи фахівців з різних регіонів і країн. Ділові та корпоративні

івенти підвищують економічну активність регіонів, сприяють залученню інвестицій і формуванню конкурентоспроможності місцевих підприємств. Розважальні заходи створюють додаткові туристичні потоки, підтримують розвиток сфери дозвілля, а приватні – весілля, ювілеї, родинні свята – формують попит на відповідні туристичні та рекреаційні послуги.

Подієві заходи також класифікують за масштабом: місцеві, регіональні, національні та міжнародні. Від масштабу залежить соціально-економічний ефект: великі фестивалі або міжнародні спортивні змагання стимулюють розвиток інфраструктури, залучають значні туристичні потоки, формують нові робочі місця та сприяють наповненню бюджетів. Менш масштабні події впливають на локальні громади, інтегрують населення у культурне та соціальне життя та підтримують стабільний туристичний потік протягом року [17].

Івентивний туризм виконує різноманітні функції, такі як освітня, пізнавальна, виховна, естетична, розважальна та економічна. Це пояснюється тим, що організація різних подій залучає різні сфери туристичної індустрії, що сприяє відродженню місцевих культурних традицій і звичаїв [16].

Класифікація івент-заходів може здійснюватися за різними критеріями – масштабом, тематикою, періодичністю, аудиторією чи форматом проведення. За масштабом події поділяються на міжнародні, національні, регіональні та місцеві. Міжнародні заходи, такі як Олімпійські ігри чи пісенний конкурс «Євробачення», збирають туристів із усього світу, формуючи глобальний імідж дестинації. Національні події, як-от святкування Дня Незалежності України чи загальнодержавні фестивалі, стимулюють внутрішній туризм. Регіональні заходи – фестивалі вина на Закарпатті, свято вишиванки у Львові, подільські ярмарки – привертають увагу туристів із сусідніх областей і створюють сталі туристичні традиції. Місцеві події, наприклад дні міста або громади, відіграють значну роль у розвитку локального туризму та активізації культурного життя населення.

Змістовно івент-заходи охоплюють культурно-мистецьку, спортивну, ділову, релігійну, гастрономічну, етнографічну та інші сфери. Культурно-мистецькі події – це фестивалі музики, танцю, театру, художні виставки, що популяризують культурну спадщину народу. Спортивні події, такі як марафони, турніри чи чемпіонати, приваблюють шанувальників активного відпочинку та сприяють розвитку спортивного туризму. Ділові або бізнесові заходи, серед яких конференції, виставки, форуми, формують потік ділових туристів, стимулюючи розвиток готельного і виставкового бізнесу. Релігійні заходи сприяють розвитку паломницького туризму, а гастрономічні – знайомлять туристів із традиційною кухнею та локальними продуктами. Етнографічні фестивалі, що відтворюють народні обряди й звичаї, підсилюють культурну привабливість територій, формуючи емоційний зв'язок між минулим і сучасністю.

Важливим критерієм класифікації є періодичність проведення подій. Існують одноразові івенти, пов'язані з унікальними історичними подіями чи відкриттями, регулярні заходи, які відбуваються щороку або щосезону, а також постійно діючі – наприклад, ярмарки чи експозиції, що діють упродовж тривалого часу. Крім того, події можуть бути масовими, професійними, молодіжними чи сімейними, залежно від цільової аудиторії. З розвитком цифрових технологій активно поширюються онлайн- та гібридні формати проведення, що дозволяють залучати учасників із різних країн, розширюючи географію туризму.

Сучасні тури івент-туризму класифікуються за тематикою на (рис. 1.5).



Рис. 1.5. Класифікація турів івент-туризму за тематикою проведення

Складено автором на основі: [20]

Івент-заходи, або події заходи, охоплюють надзвичайно широкий спектр подій – від масштабних міжнародних фестивалів до локальних свят громади. Вони виступають не лише засобом дозвілля, а й потужним механізмом територіального маркетингу, сприяючи формуванню позитивного іміджу регіону, зростанню економічної активності та соціальної згуртованості населення. Завдяки їм туристичні дестинації отримують можливість проявити власну культурну унікальність, представити традиції, кухню, мистецтво, ремесла, тим самим зміцнюючи локальну ідентичність та приваблюючи нових відвідувачів.

У контексті туризму особливу роль івент-заходів визначає їхній комплексний вплив на розвиток територій. Вони стимулюють економічну активність, створюють додану вартість у сфері послуг, збільшують кількість робочих місць і розширюють сезонність туризму. Економічний ефект полягає в зростанні доходів від розміщення туристів у готелях, ресторанного обслуговування, транспортних перевезень, сувенірної торгівлі. Соціальний ефект проявляється у формуванні громадської активності, розвитку волонтерства, підвищенні якості дозвілля населення та взаємодії між жителями різних регіонів. Культурний вплив полягає у збереженні та популяризації нематеріальної культурної спадщини, традицій, мови, мистецтва, тоді як іміджевий ефект сприяє зміцненню впізнаваності території на національному й міжнародному рівнях.

Щоб краще показати багатогранність цього впливу, нижче подано узагальнену таблицю 1.3., яка демонструє роль івент-заходів у різних аспектах розвитку туризму.

Таблиця 1.3.

Вплив івент-заходів на розвиток туризму

Сфера впливу	Зміст впливу івент-заходів	Очікувані результати
Економічна	Зростання доходів від готельно-ресторанного бізнесу, активізація малого підприємництва, розвиток транспортної інфраструктури	Підвищення прибутковості регіону, створення нових робочих місць
Соціальна	Залучення місцевої громади до культурного життя, волонтерство, соціальна інтеграція	Підвищення соціальної згуртованості, зростання громадської активності
Культурна	Популяризація національних традицій, ремесел, мистецтва, відновлення культурних практик	Формування культурного бренду території, збереження нематеріальної спадщини
Іміджева	Формування позитивного іміджу дестинації, медійне висвітлення подій	Підвищення туристичної впізнаваності, залучення інвесторів
Освітня	Проведення семінарів, виставок, творчих воркшопів	Підвищення рівня знань і компетентностей населення, обмін досвідом

Складено автором на основі: [3]

Івент-туризм сьогодні виступає не лише як галузь розваг, а як інструмент стратегічного планування територіального розвитку. У багатьох містах України формується календар подій, який забезпечує рівномірне залучення туристів упродовж року. Наприклад, Львів активно використовує івент-туризм для зміцнення власного іміджу культурної столиці: щороку тут відбуваються десятки фестивалів – кави, шоколаду, вина, джазу, книжковий форум, які приваблюють тисячі відвідувачів. Кам'янець-Подільський зробив події головною складовою свого туристичного бренду – фестиваль повітряних куль, середньовічні реконструкції та фестивалі в фортеці стали символом міста. Подібні приклади демонструють, що грамотно організований івент може перетворити навіть невелике містечко на центр туристичного тяжіння.

Однак розвиток івент-туризму в Україні має й певні проблеми. Насамперед, це недостатнє фінансування, відсутність сталої державної

програми підтримки подієвих ініціатив, а також слабка промоція заходів на міжнародному рівні. Часто бракує якісної інфраструктури, особливо в малих містах, де проведення масштабних фестивалів обмежене технічними умовами. Водночас розвиток креативної економіки, цифровізація культури та зростання попиту на унікальні емоційні враження відкривають значні перспективи для івент-туризму. Інноваційні формати, поєднання культурного та гастрономічного досвіду, залучення молоді через соціальні мережі та інтернет-маркетинг здатні зробити івент-туризм конкурентним напрямом розвитку України на міжнародній арені.

Таким чином, івент-заходи посідають провідне місце у системі сучасного туризму. Вони поєднують культурні, економічні та соціальні складові, сприяючи сталому розвитку територій. Їх ефективна організація вимагає стратегічного підходу, партнерства між владою, бізнесом і громадою, а також творчого потенціалу організаторів. Івент-туризм – це не лише інструмент залучення туристів, а й засіб культурної комунікації, формування національної ідентичності та позитивного іміджу країни у світі.

1.3. Культурно-мистецькі заходи як інструмент формування туристичної привабливості регіонів

Культурно-мистецькі заходи посідають провідне місце серед чинників, що визначають рівень туристичної привабливості територій. Саме через фестивалі, виставки, пленери, етнографічні свята чи арт-резиденції формується унікальний образ регіону, який вирізняє його на національному та міжнародному туристичних ринках. Культурні події дозволяють не лише презентувати матеріальну та нематеріальну спадщину, а й створити емоційно-позитивне враження, що сприяє поверненню туристів і формуванню лояльності до регіонального бренду [19].

Відповідно до теорії культурного капіталу, участь у культурно-мистецьких заходах підвищує соціальну ідентичність спільноти та створює додану вартість у сфері креативної економіки. Регіони, що системно підтримують подієву активність, отримують суттєві переваги у формуванні конкурентного туристичного середовища. Культурні події, на відміну від класичних екскурсійних маршрутів, мають високий рівень емоційної залученості споживачів і створюють ефект «події, що запам'ятовується», який сприяє повторним візитам [34].

З позицій маркетингу територій культурно-мистецькі заходи виступають ефективним інструментом іміджевого позиціонування. Вони дозволяють конвертувати культурні ресурси у туристичні продукти, формувати позитивний інформаційний простір та підвищувати рівень довіри до регіону. У більшості європейських країн івент-туризм є ключовим компонентом стратегій регіонального розвитку – наприклад, у Польщі близько 35% туристичних потоків пов'язано з участю у культурних фестивалях [44], тоді як в Іспанії цей показник перевищує 40% [33].

В українському контексті культурно-мистецькі події дедалі частіше розглядаються як інструмент соціально-економічної трансформації територій. Вони сприяють активізації креативних індустрій, створенню робочих місць, залученню інвестицій та розбудові туристичної інфраструктури. За даними

Міністерства культури та інформаційної політики України, у 2024 році понад 45% туристів обирали подорожі саме заради відвідування фестивалів, концертів, виставок і культурних форумів [25].

Можна відзначити, що культурно-мистецькі події виконують не лише розважальну чи туристичну функцію, а й виступають каталізатором сталого розвитку територій. Вони поєднують економічні, соціальні та культурні аспекти, формуючи позитивний імідж регіону як відкритого до креативних ініціатив і міжнародної співпраці. Завдяки цьому івент-туризм поступово перетворюється на інструмент культурної дипломатії, що сприяє інтеграції України у світовий туристичний простір та посиленню її культурної присутності на міжнародній арені.

Культурні події сприяють відновленню та переосмисленню місцевої культурної спадщини, створюють умови для діалогу між минулим і сучасністю. Саме через події відбувається «перекодування» традиційних елементів культури у сучасні форми – фестивальні шоу, етнофестивалі, фотовиставки, хендмейд-ярмарки тощо. Цей процес не лише популяризує регіональні особливості, а й формує почуття гордості та приналежності серед місцевого населення [6].

Завдяки культурним заходам підвищується емоційна привабливість дестинації, оскільки турист сприймає її не лише як географічний простір, а як джерело унікального досвіду. Це підтверджують результати дослідження туристичної мотивації, проведеного серед відвідувачів фестивалів у Карпатському регіоні у 2024 році: 62% респондентів відзначили, що саме події стали основною причиною вибору місця відпочинку, тоді як лише 18% – природні ландшафти чи кліматичні умови [14].

Узагальнені результати впливу культурно-мистецьких подій на показники туристичної привабливості наведено у таблиці 1.4.

Таблиця 1.4.

**Вплив культурно-мистецьких заходів на показники туристичної
привабливості регіону**

Показник впливу	Характер впливу	Приклади реалізації
Формування туристичного іміджу	Підвищення впізнаваності регіону, створення позитивних асоціацій	Фестиваль «Файне місто» (Тернопіль), «Гуцульська бринза» (Рахів)
Економічна активізація	Зростання попиту на послуги розміщення, харчування, сувенірну продукцію	«Карпатський простір» (Івано-Франківськ)
Соціальна інтеграція	Об'єднання місцевих громад, підвищення культурної самооцінки	«Полонинське літо» (Верховина)
Розвиток креативних індустрій	Створення нових підприємницьких ініціатив у сфері мистецтва і туризму	«Porto Franko» (Івано-Франківськ)

Складено автором на основі: [6]

Культурно-мистецькі події мають потужний економічний мультиплікативний ефект, що проявляється у збільшенні надходжень до місцевих бюджетів, розширенні зайнятості населення, розвитку малого бізнесу та підвищенні інвестиційної привабливості. Середня окупність інвестицій у проведення фестивалю становить 1,8-2,2 рази, а кожна гривня, вкладена у культурну подію, генерує близько 2,5 грн додаткових надходжень у суміжні галузі (транспорт, готельна справа, торгівля, харчування) [13].

Крім того, культурно-мистецькі події сприяють сезонному вирівнюванню туристичних потоків, що особливо актуально для регіонів з домінуванням природного туризму. Наприклад, у Карпатах зимовий сезон традиційно приваблює лижників, тоді як фестивалі весняно-літнього циклу дозволяють підтримувати стабільний потік туристів упродовж року. Унаслідок цього збільшується середня тривалість перебування туриста на території регіону – з 2,8 до 4,1 діб у 2024 році [10].

Культурно-мистецькі події не лише формують позитивний імідж DESTINATION та стимулюють економічну активність, а й забезпечують рівномірний розподіл туристичних потоків протягом року. Їхня багатофункціональність дозволяє поєднувати культурні, соціальні та

економічні ефекти, створюючи передумови для комплексного розвитку територій. Це підводить до розуміння культурно-мистецьких заходів як важливого елементу стратегічного планування у сфері сталого розвитку регіонів.

Сучасна концепція сталого туризму акцентує увагу на гармонійному поєднанні економічних, соціальних і культурно-екологічних аспектів. Культурно-мистецькі заходи є важливим механізмом реалізації цієї концепції, оскільки вони передбачають раціональне використання культурних ресурсів, розвиток людського потенціалу та збереження автентичності територій. Більшість подій на Гуцульщині, Поділлі, Слобожанщині реалізуються за принципом «від громади – для громади», що підсилює довіру між місцевим населенням і туристами [46].

Відповідно участь місцевих громад у міжнародних культурних ініціативах доводить, що івент-туризм стає каталізатором комплексного розвитку регіонів. Івенти не лише стимулюють економічну активність, а й сприяють формуванню соціальної згуртованості, підвищенню екологічної свідомості та покращенню комунікаційного іміджу територій. У результаті культурно-мистецькі події перетворюються на ефективний інструмент реалізації стратегій сталого розвитку, впливаючи на ключові сфери життя громади, що відображено у таблиці 1.5.

Таблиця 1.5.

Ключові напрями впливу культурно-мистецьких подій на розвиток регіонів

Сфера впливу	Основні результати	Довгостроковий ефект
Економічна	Зростання доходів місцевих підприємців, створення робочих місць	Формування стабільного культурно-туристичного середовища
Соціальна	Згуртованість громади, збереження традицій, культурна ідентичність	Підвищення рівня соціального капіталу
Екологічна	Екокультура проведення заходів, раціональне використання ресурсів	Збалансований розвиток регіону

Продовження таблиці 1.5.

Комунікаційна	Поширення позитивного іміджу регіону через ЗМІ та соціальні мережі	Зміцнення туристичного бренду
---------------	--	-------------------------------

Складено автором на основі [47].

Культурно-мистецькі заходи – це не лише форма дозвілля, а повноцінний інструмент управління туристичною привабливістю регіону, який поєднує функції культурної репрезентації, економічного розвитку та соціальної консолідації. Їх системна організація сприяє підвищенню конкурентоспроможності територій, формуванню позитивного бренду та створенню умов для сталого розвитку.

Особливого значення такі заходи набувають у післявоєнний період, коли відродження культурного життя стає запорукою психологічної стабільності суспільства і стимулом для внутрішнього туризму. Для України, з її розмаїттям регіональних традицій, культурно-мистецькі події мають стратегічне значення як інструмент інтеграції культурної спадщини у сучасну економіку досвіду.

Відповідно культурно-мистецькі заходи виступають не лише каталізатором соціокультурних трансформацій, а й важливим чинником відновлення та модернізації туристичної сфери. Вони забезпечують формування позитивного іміджу держави на міжнародній арені, сприяють розвитку креативних індустрій і створюють синергію між культурною та економічною політиками. У перспективі системна підтримка таких подій може стати основою для побудови стійкої моделі туристичного розвитку України, орієнтованої на інновації, автентичність і культурну різноманітність.

РОЗДІЛ 2. КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКІ ЗАХОДИ ТА ФЕСТИВАЛІ ГУЦУЛЬЩИНИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ІВЕНТ ТУРИЗМУ

2.1. Загальна характеристика основних культурно-мистецьких заходів та фестивалів регіону

Регіон Гуцульщини є одним із найяскравіших етнокультурних осередків України, у якому поєднуються давні традиції народного мистецтва, автентична обрядовість, неповторна символіка та природно-географічна своєрідність. Івано-Франківська частина Гуцульщини – насамперед Верховинський, Косівський та частково Надвірнянський райони – відіграє провідну роль у збереженні гуцульської ідентичності та формуванні туристичного іміджу України на міжнародному рівні. Культурно-мистецькі заходи та фестивалі цього регіону не лише слугують засобом популяризації етнографічних традицій, а й стають чинником активізації економічного, соціального та туристичного життя громади.

Період 2020-2025 років став для культурної сфери Івано-Франківщини складним і водночас показовим. Пандемія COVID-19 у 2020-2021 роках практично паралізувала проведення масових подій. Частина фестивалів, які традиційно збирали тисячі учасників і туристів, була відмінена або переведена у дистанційний формат. Проте саме цей період сприяв розвитку нових підходів – онлайн-трансляцій, цифрових презентацій, дистанційних конкурсів і майстер-класів. Починаючи з 2022 року, після часткового послаблення карантинних обмежень, культурне життя регіону поступово відновлюється, хоч і з урахуванням реалій воєнного стану. Культурно-мистецькі заходи, що проводяться сьогодні, мають не лише розважальний, а й об'єднавчий, патріотичний і терапевтичний характер, адже вони зміцнюють моральний дух населення, сприяють збереженню традицій і формують почуття спільності.

Найвідомішими культурно-мистецькими подіями Гуцульщини залишаються фестивалі «Полонинське літо» у Верховині, «Косівська мальована кераміка», «Гуцульська бриндзя», Міжнародний гуцульський

фестиваль, а також низка локальних свят у громадах Косівщини та Верховинщини. Їх особливістю є поєднання етнографічної, мистецької та туристичної складової: відродження обрядів, демонстрація гуцульського одягу, проведення майстер-класів з гончарства, ткацтва, різьблення, дегустація страв традиційної кухні, покази автентичних танців і співів. Кожен із таких заходів має не лише мистецьку, а й промоційну функцію, оскільки привертає увагу туристів, представників ЗМІ, інвесторів і туристичних операторів.

Після різкого скорочення кількості подій у 2020 році, коли більшість фестивалів були скасовані через пандемію, уже 2021 рік продемонстрував поступове відновлення активності, а в 2023-2024 рр. фестивальний рух досяг найвищих показників за останні п'ять років. За результатами узагальненого аналізу, кількість фестивалів і культурних подій в Івано-Франківській частині Гуцульщини зросла з 17 у 2020 році до 29 у 2024 році. Проте у 2025 році спостерігається спад до 19 заходів, що зумовлено скороченням фінансування та концентрацією ресурсів на підтримку гуманітарних і оборонних потреб регіону (табл. 2.1.).

Таблиця 2.1.

**Кількість фестивалів і культурно-мистецьких заходів у регіоні
Гуцульщини (2020-2025 рр.)**

Рік	Великі фестивалі	Регіональні	Локальні	Разом	Зміна, %
2020	2	5	10	17	–
2021	3	6	12	21	+23,5
2022	3	7	13	23	+9,5
2023	4	8	14	26	+13,0
2024	5	9	15	29	+11,5
2025	3	6	10	19	-34,5

Складено автором на основі: [24]

Динаміка свідчить, що найважливішими факторами зростання у 2023-2024 роках стали стабілізація безпекової ситуації на заході України, посилення ролі громади у самостійній організації заходів, а також активне залучення грантових ресурсів та міжнародної допомоги. У цей період спостерігалось

пожвавлення туристичного руху в Карпатах, зокрема завдяки розвитку внутрішнього туризму. Культурні події виконували роль як розважальну, так і терапевтичну: вони сприяли психологічній адаптації населення, соціальній інтеграції вимушених переселенців, формуванню відчуття єдності через культуру.

Значну увагу у сучасних умовах привертає питання економічного ефекту фестивального руху. Кожен культурний захід, навіть невеликий локальний, генерує мультиплікативний вплив на місцеву економіку – зростання попиту на послуги розміщення, харчування, транспорту, сувенірної продукції. Згідно з оцінками, середня кількість відвідувачів великих фестивалів у регіоні становить 5 тис. осіб, регіональних – 2 тис., локальних – близько 500 осіб. Середні витрати туриста під час участі у фестивалі (транспорт, проживання, харчування, сувеніри, розваги) становлять орієнтовно 2000 грн. Виходячи з цього, узагальнена оцінка відвідуваності та економічного ефекту подій подана у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2.

**Відвідуваність і економічний ефект культурно-мистецьких заходів
регіону Гуцульщини (2020-2025 рр.)**

Рік	Відвідувачі, осіб	Зміна, %	Економічний ефект, тис. грн	Зміна, %
2020	25 000	–	50 000	–
2021	31 000	+24,0	62 000	+24,0
2022	33 500	+8,1	67 000	+8,1
2023	39 000	+16,4	78 000	+16,4
2024	45 500	+16,6	91 000	+16,6
2025	30 000	-34,0	60 000	-34,0

Складено автором на основі: [9]

Сумарно за шість років фестивалі Гуцульщини відвідало понад 204 тис. осіб, а орієнтовний економічний ефект склав понад 408 млн грн. Найбільший економічний внесок зафіксовано у 2024 році, коли туристичний потік і кількість подій були максимальними. Незважаючи на скорочення у 2025 році, рівень культурної активності залишається високим порівняно з довоєнним

періодом. Важливим є те, що частка внутрішніх туристів, які відвідують Гуцульщину з культурно-пізнавальною метою, у 2024 році становила близько третини всіх відвідувачів області, що свідчить про зростання значення саме культурного туризму як форми регіональної ідентичності.

У якісному вимірі фестивалі Гуцульщини відіграють провідну роль у збереженні традиційного мистецтва. Вони забезпечують передачу нематеріальної спадщини від старшого покоління до молодшого, підтримують розвиток ремесел і художніх промислів. Такі заходи, як «Косівська мальована кераміка» або «Гуцульська бриндзя», фактично стали платформами для інтеграції крафтового виробництва у туристичну економіку. Це сприяє формуванню нової моделі культурної політики – коли традиція стає ресурсом інновації. Крім того, фестивалі мають соціальний ефект: вони зміцнюють громадянську ідентичність, сприяють міжрегіональній співпраці, об'єднують місцеве населення і внутрішніх переселенців, створюють позитивний імідж регіону в медіапросторі.

В останні роки спостерігається тенденція до цифровізації культурних подій. Організатори дедалі активніше використовують соціальні мережі для промоції, онлайн-трансляції концертів, відеопроєкції народних ремесел, створюють віртуальні тури музеями. Така стратегія дозволяє розширити аудиторію, залучити молодь і популяризувати Гуцульщину серед туристів, які лише планують подорож. Поряд із цим розвиваються елементи креативних індустрій – етнодизайн, фестивальна мода, гуцульський стиль у сучасних артпроектах. Взаємодія культури й туризму формує новий формат культурного підприємництва.

Слід зазначити, що фестивальний рух регіону дедалі тісніше інтегрується з екологічним і рекреаційним туризмом. Багато подій організовуються у поєднанні з мандрівками до полонин, екостежками та музейними комплексами, що створює синергію культурного і природного потенціалу Карпат. Це відповідає європейській тенденції розвитку сталого

туризму, де культура й екологія виступають взаємодоповнюючими елементами.

Таким чином, проведений аналіз свідчить, що у 2020-2025 роках культурно-мистецьке життя Гуцульщини демонструє ознаки стійкого розвитку, попри вплив пандемії та воєнного стану. Фестивалі стали інструментом соціальної стабільності, збереження традицій і стимулом для розвитку туристичної інфраструктури. Надалі доцільно посилити інституційну підтримку місцевих ініціатив, розробити регіональну програму фінансування культурних подій, удосконалити систему маркетингу фестивалів і розвинути партнерства з міжнародними фондами культури. З огляду на це, Гуцульщина залишається одним із найперспективніших регіонів України щодо формування конкурентоспроможного культурного туризму.

2.2. Аналіз туристичного потенціалу традиційної гуцульської культури

Гуцульщина, розташована на території Івано-Франківської області, є одним із найяскравіших етнокультурних регіонів України. Її туристичний потенціал формується навколо унікальної автентичності – традицій, звичаїв, народного мистецтва, музики, ремесел, етнокухні та обрядів, які збереглися впродовж століть. У сучасних умовах, коли національна ідентичність стає важливою складовою державного культурного розвитку, гуцульська культура виступає не лише історичним спадком, а й потужним чинником соціально-економічного та туристичного зростання регіону.

Період 2020-2025 рр. позначився суттєвими викликами для туристичної галузі Івано-Франківщини, зокрема внаслідок пандемії COVID-19 і воєнного стану. Водночас ці події зумовили підвищення інтересу до внутрішнього туризму та локальних культурних практик, що стимулювало розвиток етнокультурного туризму. Саме на цьому тлі традиційна гуцульська культура набула нової актуальності як об'єкт туристичного споживання, а також як джерело духовного й культурного відродження суспільства.

Для обґрунтування потенціалу розвитку традиційної гуцульської культури у сфері туризму було проведено соціологічне опитування серед туристів і місцевих мешканців, а також експертне оцінювання рівня туристичної привабливості культурних ресурсів. Отримані результати дають можливість сформулювати цілісне уявлення про стан, можливості та напрями розвитку етнокультурного туризму в регіоні.

З метою комплексного аналізу стану і перспектив використання етнокультурного потенціалу Гуцульщини у розвитку туризму важливо врахувати не лише кількісні показники туристичних потоків, а й якісні характеристики сприйняття культурної спадщини відвідувачами. Саме тому дослідження було зосереджене на вивченні думок як туристів, так і місцевих жителів, що дозволяє оцінити баланс між збереженням автентичності та комерціалізацією культурних ресурсів.

Соціологічне опитування проводилося у квітні-травні 2024 року серед 200 респондентів – мешканців Івано-Франківської області, відвідувачів Гуцульщини з інших регіонів та представників туристичного бізнесу. Метою було визначити рівень обізнаності туристів із традиційною культурою, виявити їхні мотивації та оцінити якість туристичних послуг у регіоні.

За результатами дослідження, серед респондентів 59% становили жінки та 41% – чоловіки, що відображає загальну тенденцію до більшої туристичної активності серед жінок (рис. 2.1.).

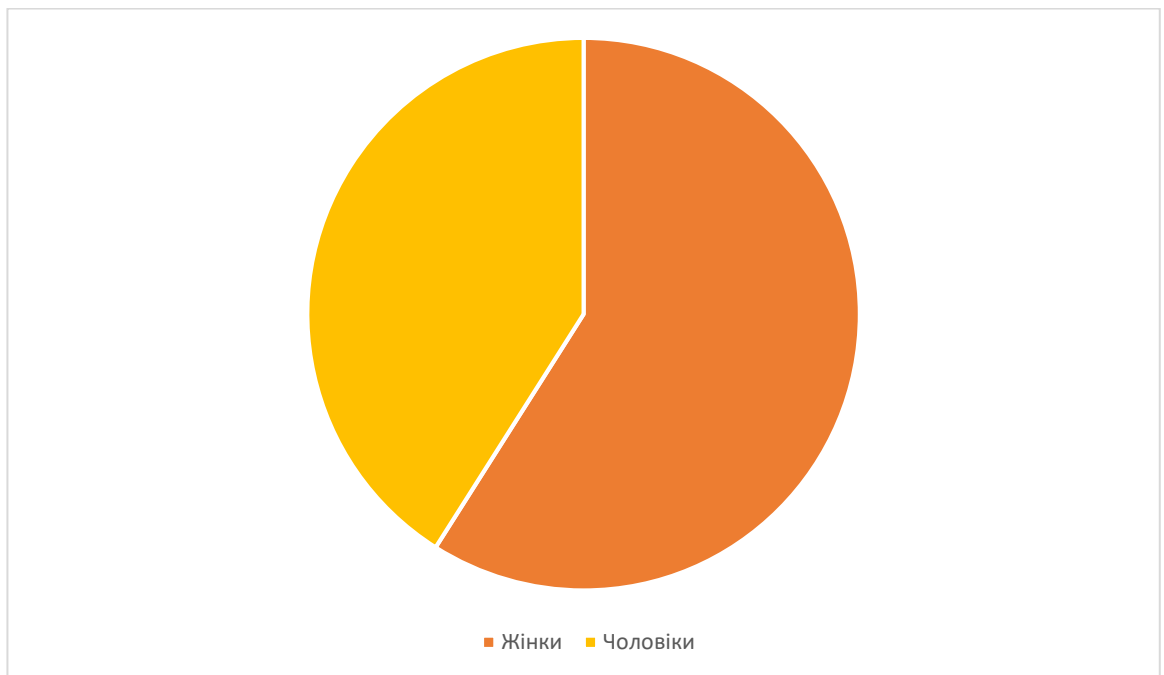


Рис.2.1. Розподіл респондентів за статтю

За віковими групами: 47% опитаних – молодь віком 18-35 років, 38% – особи 36-55 років, а 15% – старші за 55 років. Це свідчить про те, що найбільш активними споживачами етнокультурного туризму залишаються молоді люди та представники середнього віку (рис. 2.2.).

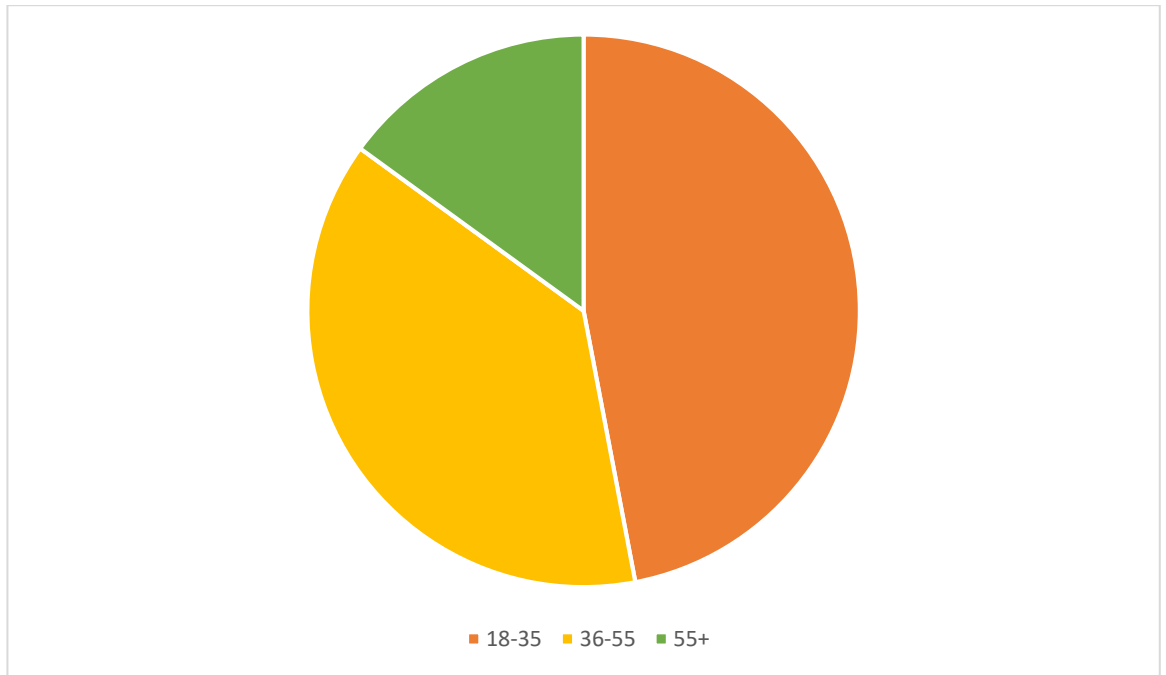


Рис.2.2. Розподіл респондентів за віком

Щодо місця проживання респондентів, більшість опитаних представляють західний регіон України. Зокрема, 42% проживають у місті Івано-Франківськ, 36% – у сільських громадах Гуцульщини (Верховинський, Косівський та частково Рахівський райони), а 22% становлять туристи з інших областей України, серед яких переважають мешканці Львівської (9%), Чернівецької (5%), Київської (4%), Тернопільської (3%) та Одеської (1%) областей. Такий розподіл свідчить про домінування внутрішнього регіонального туризму та активізацію міжобласних культурних зв'язків, що є позитивним фактором у розвитку локальної туристичної економіки (рис 2.3.). [1].

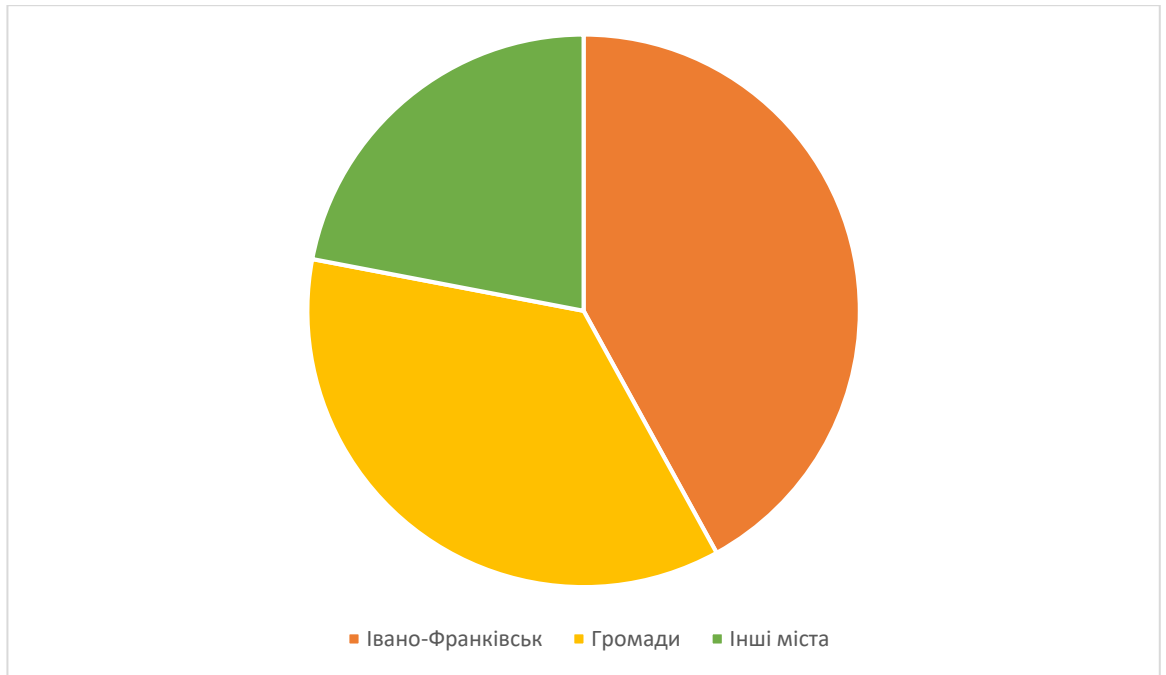


Рис.2.3. Місце проживання респондентів

Більшість респондентів (82%) заявили, що мають загальне уявлення про гуцульську культуру. З них 39% добре обізнані та неодноразово відвідували етнофестивалі, 43% знайомі переважно через медіа або шкільні програми, 14% мають лише поверхове уявлення, а 4% не знайомі зовсім. Це вказує на досить високий рівень культурної поінформованості населення (рис.2.4.).

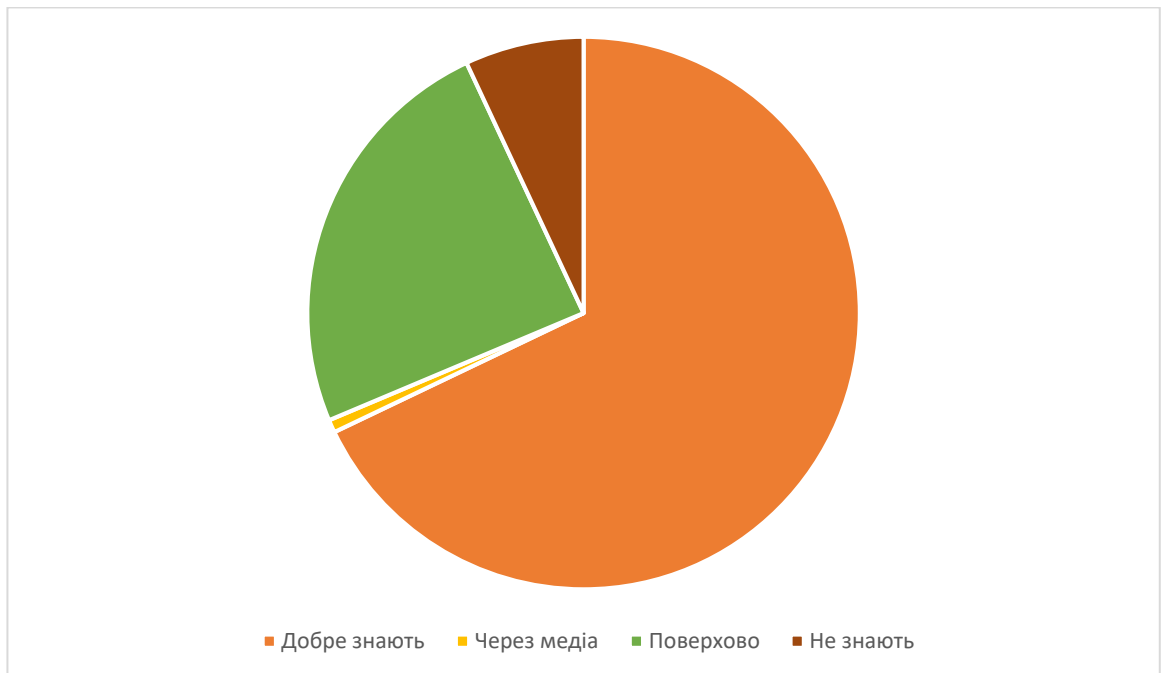


Рис. 2.4. Який рівень обізнаності з гуцульською культурою до поїздки?

У процесі аналізу було також з'ясовано, що головними мотиваціями для відвідування Гуцульщини є прагнення пізнати автентичну культуру (46%), відпочинок на природі (32%), участь у фестивалях (15%) та релігійно-паломницький туризм (7%). Така структура мотивацій підтверджує домінування культурно-пізнавального туризму в регіоні (рис.2.5)

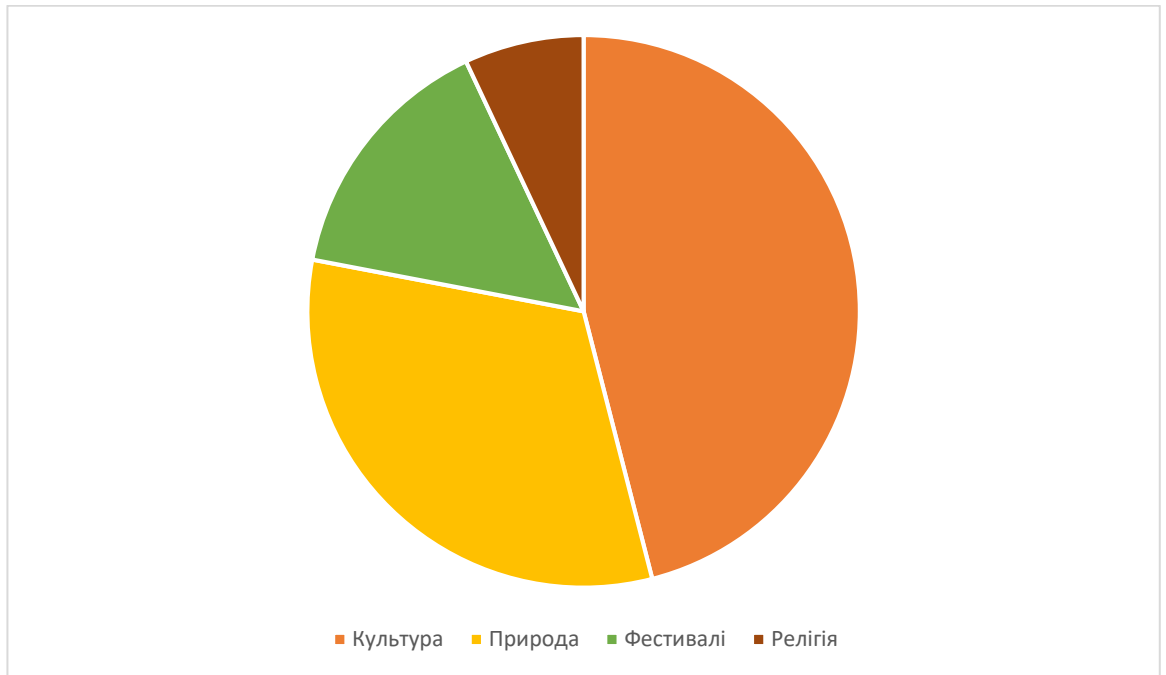


Рис. 2.5. Що найбільше приваблює у гуцульській культурі?

Водночас рівень задоволеності туристів послугами на Гуцульщині залишається переважно високим: 72% оцінили його як «добрий» або «високий», 19% – як «задовільний», а 9% – як «незадовільний». Найчастіше туристи позитивно відзначали гостинність місцевих жителів, автентичність ремесел та етнокухню що свідчить про конкурентоспроможність культурного продукту регіону (рис. 2.6.)

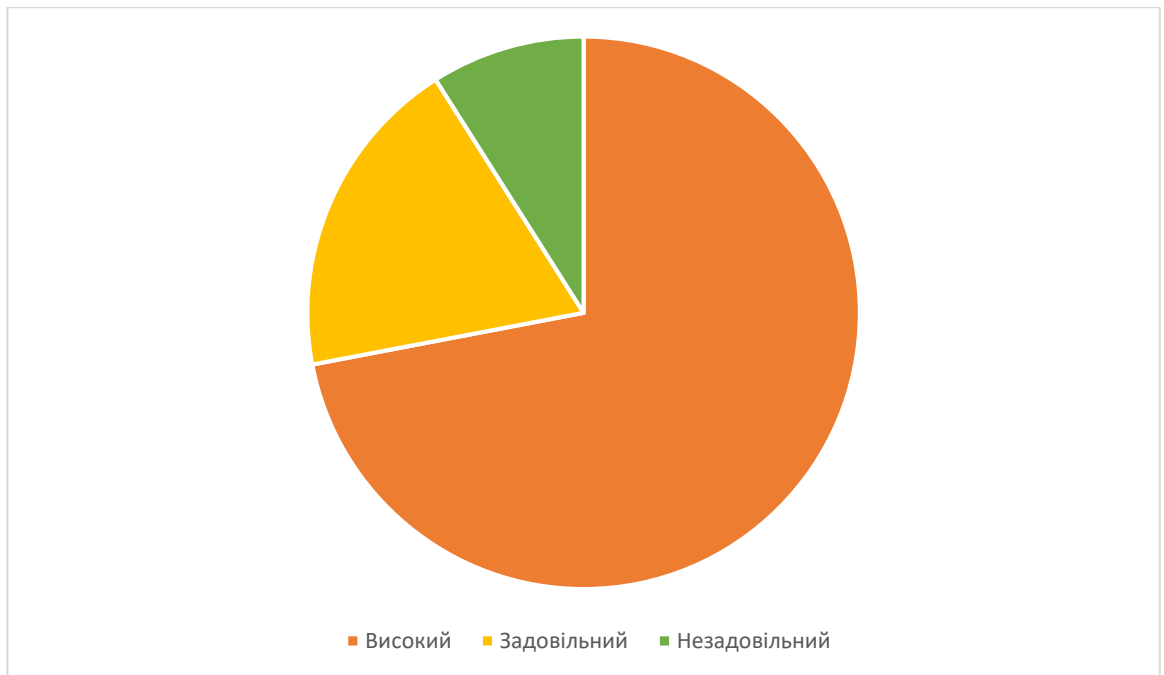


Рис. 2.5.Рівень задоволеності респондентів

Отримані результати соціологічного дослідження дозволили виявити ключові тенденції у сприйнятті туристами гуцульської культури та визначити чинники, що впливають на їхню мотивацію до відвідування регіону. Узагальнені дані опитування наведено у таблиці 1, яка відображає рівень поінформованості, зацікавленості та задоволеності туристів культурними практиками Гуцульщини, а також їхні очікування щодо подальшого розвитку етнокультурного туризму.

Таблиця 2.3.

Узагальнені результати соціологічного опитування туристів щодо сприйняття гуцульської культури

№	Показник	Варіанти відповідей	Частка респондентів, %
1	Вік	18-35 років / 36-55 / 55+	47 / 38 / 15
2	Стать	Жіноча / Чоловіча	59 / 41
3	Місце проживання	Міста ІФ області / Села Гуцульщини / Інші регіони	42 / 36 / 22
4	Обізнаність про культуру	Добре знайомий / Знайомий з медіа / Поверхово / Не знайомий	39 / 43 / 14 / 4
5	Мотив подорожі	Культура / Природа / Фестивалі / Паломництво	46 / 32 / 15 / 7
6	Рівень задоволеності послугами	Високий / Добрий / Задовільний / Незадовільний	28 / 44 / 19 / 9

Складено автором

Підсумовуючи результати соціологічного опитування, можна стверджувати, що гуцульська культура сприймається туристами як один із найцінніших елементів нематеріальної спадщини України. Регіон має високий рівень культурної привабливості та позитивний імідж серед відвідувачів. Основним чинником вибору Гуцульщини є не лише природна краса, а й можливість зануритися в традиційний культурний простір – побачити майстерність різьбярів, скуштувати локальні страви, відчувти автентичність народного побуту.

Разом із тим, виникає на потреба в покращенні транспортної інфраструктури, розвитку цифрових сервісів (онлайн-карти, аудіогіди, AR-тури) та розширенні мережі закладів розміщення середнього цінового сегмента. Це свідчить про необхідність поєднання культурного та інноваційного підходів до організації туристичних послуг.

З метою уточнення отриманих результатів та перевірки їх відповідності реальному стану розвитку туристичної галузі було вирішено доповнити соціологічне опитування експертною оцінкою. Такий підхід дозволяє поєднати погляди споживачів туристичних послуг із фаховим баченням представників галузі, що забезпечує більш об'єктивне розуміння потенціалу використання гуцульської культури як ресурсу для сталого розвитку туризму.

Для глибшого аналізу було проведено експертне опитування серед 20 фахівців галузі туризму, краєзнавців та представників культурних установ Івано-Франківської області. Метою було визначення рівня розвитку окремих складових туристичного потенціалу гуцульської культури. Експерти оцінювали 5 ключових параметрів за шкалою від 1 до 10 балів:

1. Культурна унікальність,
2. Стан збереження традицій,
3. Туристична інфраструктура,
4. Промоція та маркетинг,
5. Економічна ефективність.

Отримані експертні висновки дають змогу комплексно оцінити сильні та слабкі сторони використання гуцульської культурної спадщини в туристичній діяльності. Зокрема, експерти підкреслили високий рівень автентичності та збереження традицій, проте звернули увагу на потребу активнішої промоції регіону й удосконалення інфраструктури для прийому туристів. Узагальнені результати експертного оцінювання подано у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4.

**Експертна оцінка туристичного потенціалу традиційної
гуцульської культури**

№	Показник	Середній бал (1-10)	Рівень оцінки
1	Культурна унікальність	9,6	Дуже високий
2	Стан збереження традицій	8,2	Високий
3	Туристична інфраструктура	6,7	Середній
4	Промоція та маркетинг	6,1	Нижче середнього
5	Економічна ефективність	7,0	Середній

Складено автором

Результати експертного оцінювання туристичного потенціалу традиційної гуцульської культури (табл. 2.4) свідчать про наявність значних можливостей для подальшого розвитку етнокультурного туризму в регіоні, а також окреслюють напрями, які потребують вдосконалення.

Найвищу оцінку отримав показник «культурна унікальність» – 9,6 балів, що відповідає дуже високому рівню. Це свідчить про виняткову самобутність гуцульської культури, її глибоку етнічну ідентичність, що проявляється у народних ремеслах, музиці, традиціях, архітектурі та фольклорі. Такий високий бал підтверджує, що гуцульський етнокультурний регіон є потужним ресурсом для створення туристичних продуктів із вираженим автентичним змістом.

Другим за значенням є показник «стан збереження традицій», який отримав 8,2 балів – високий рівень. Це означає, що значна частина культурних практик – традиційні свята, народні промисли, національні костюми, гастрономічна спадщина – не лише збережена, а й активно відтворюється у сучасних формах. Велику роль у цьому відіграють місцеві громади,

фольклорні колективи, а також культурно-мистецькі фестивалі, які підтримують тяглість традицій і формують позитивний туристичний імідж регіону.

Водночас експерти відзначили, що туристична інфраструктура має лише середній рівень розвитку (6,7 балів). Це вказує на певні обмеження у сфері транспортної доступності, якості доріг, кількості закладів розміщення середнього класу, а також нестачу сервісів для індивідуальних і сімейних туристів. Розвиток інфраструктури визначено одним із ключових пріоритетів, оскільки саме вона є базою для перетворення культурного потенціалу на реальний туристичний продукт.

Показник «промоція та маркетинг» отримав 6,1 бали, що характеризується як нижче середнього рівня. Це свідчить про недостатню інформаційну присутність гуцульського регіону на всеукраїнському та міжнародному туристичних ринках. Відсутність системної комунікаційної стратегії, сучасних цифрових платформ, брендингу території та інтеграції в міжнародні туристичні програми обмежує можливість залучення нових туристичних потоків.

Натомість економічна ефективність оцінена на 7,0 балів (середній рівень). Це означає, що етнокультурний туризм уже створює помітний внесок у місцеву економіку через розвиток ремесел, торгівлі, гастрономії, сфери гостинності, але потенціал зростання залишається значним. За умови ефективного менеджменту, розширення маркетингової діяльності та інвестицій у туристичну інфраструктуру цей показник може суттєво підвищитися.

Узагальнюючи результати, можна зробити висновок, що гуцульська культура є надзвичайно цінним ресурсом для сталого розвитку туризму. Високий рівень автентичності та збереження традицій створює сприятливе підґрунтя для формування конкурентного туристичного продукту, а вдосконалення інфраструктури й маркетингових інструментів забезпечить подальше зростання туристичної привабливості регіону.

Згідно з результатами дослідження, традиційна гуцульська культура має значний туристичний потенціал і може стати основою сталого розвитку етнокультурного туризму Івано-Франківщини. Її високий рівень культурної унікальності та автентичності дозволяє регіону позиціонувати себе на національному і міжнародному туристичних ринках як центр традиційної української культури.

Водночас серед ключових викликів залишаються недостатня комерціалізація культурних продуктів, слабкий розвиток промоційних інструментів і нестача інфраструктурних рішень. Рекомендовано активізувати партнерство між органами влади, громадами та туристичним бізнесом, а також розробити цифрові інструменти промоції гуцульської спадщини, що відповідатимуть сучасним вимогам культурної комунікації.

2.3. Вплив фестивалів на соціально-економічний розвиток місцевих громад

Фестивальний рух на Гуцульщині в останні десятиліття став одним із найважливіших чинників не лише культурного, а й соціально-економічного розвитку регіону. Саме через культурно-мистецькі заходи реалізується потенціал збереження традицій, стимулюється зайнятість населення, розвивається підприємництво у сфері туризму, торгівлі, громадського харчування та послуг. В умовах глобальних викликів – пандемії COVID-19 та воєнного стану – фестивалі набули нового значення як інструмент соціальної згуртованості та економічної активізації місцевих громад (Гуцульщина туристична, 2023).

Упродовж 2020-2025 років на території Івано-Франківської області проведено понад 80 культурно-мистецьких заходів, серед яких близько 40 фестивалів мають виразний етнокультурний характер. Серед найвідоміших – «Гуцульська бринза» у Рахові, «Полонинське літо» у Верховині, «Гуцульська коляда» у Криворівні, «Писанковий дивосвіт» у Косові, «Еко-Карпати» у Ворохті. Їх проведення стало не лише засобом популяризації місцевої культури, а й реальним каталізатором економічної активності на рівні територіальних громад.

Дослідження, проведене у 2024 році на базі культурних управлінь Верховинської, Косівської та Яремчанської територіальних громад, показало, що у середньому під час кожного фестивалю місцеві підприємці фіксують збільшення прибутків на 25-35%, а середній потік відвідувачів зростає удвічі порівняно зі звичайними тижнями туристичного сезону [10].

Ці результати демонструють безпосередній економічний ефект від проведення культурно-мистецьких заходів і свідчать про їхню здатність не лише залучати туристів, а й активно стимулювати розвиток місцевого бізнесу та покращувати фінансовий стан громад. Водночас вони підкреслюють, що вплив фестивалів виходить за межі короткострокових надходжень: підвищується зайнятість населення, зростає реалізація продукції місцевих

виробників, а також створюються умови для інвестицій у розвиток інфраструктури та поліпшення туристичних об'єктів. Саме ці механізми формують комплексний мультиплікативний ефект, який стає важливим чинником економічного зміцнення територій.

Фестивалі забезпечують комплексний мультиплікативний ефект. По-перше, вони стимулюють місцеву зайнятість: під час проведення великих подій тимчасово залучаються від 100 до 300 осіб (організатори, продавці, гідни, майстри, транспортні та готельні працівники). По-друге, зростає обсяг реалізації товарів народного вжитку, сувенірної продукції, харчових виробів і напоїв, вироблених місцевими підприємствами. По-третє, фестивалі сприяють розвитку інфраструктури, оскільки громади отримують додаткові інвестиції у благоустрій територій, ремонт доріг, покращення туристичних локацій.

У 2024 році, за підрахунками Івано-Франківського обласного управління туризму, загальні економічні надходження від фестивальних подій Гуцульщини склали близько 26,4 млн грн, з яких 68% припадає на сферу послуг, 21% – на торгівлю, і 11% – на виробництво та логістику. Порівняно з 2020 роком, коли фестивальний рух був обмежений карантинними заходами, це зростання становить понад 40%.

Ці дані наочно ілюструють динаміку розвитку фестивального руху в Гуцульщині та його безпосередній економічний ефект для регіону. Зростання кількості заходів та кількості учасників супроводжується відчутним збільшенням доходів місцевих підприємств, що свідчить про стабільне пожвавлення туристичної активності та підвищення привабливості регіону для внутрішніх і зовнішніх туристів. Прогноз на 2025 рік підтверджує тенденцію подальшого розвитку івент-туризму та формування стабільного джерела економічного зростання для громад Гуцульщини (табл.2.5.).

Таблиця 2.5.

**Економічний ефект від проведення основних фестивалів
Гуцульщини (2020-2025 рр.)**

Рік	Кількість фестивалів	Середня кількість учасників	Орієнтовний дохід місцевих підприємств, млн грн	Зростання доходів порівняно з попереднім роком, %
2020	17	8 500	11,2	–
2021	19	9 200	13,6	+21,4
2022	22	11 300	17,4	+27,9
2023	25	13 000	21,0	+20,7
2024	27	14 800	26,4	+25,7
2025*	30 (прогноз)	15 500	29,0	+9,8

Складено автором на основі: [9]

Аналіз динаміки свідчить про стале зростання економічного впливу фестивалів, що пояснюється як підвищенням туристичної мобільності громадян, так і розширенням кількості подій. Якщо у 2020 році більшість заходів мала локальний характер, то у 2024-2025 роках значна частина фестивалів набула статусу міжрегіональних або всеукраїнських, залучаючи партнерів із Львівської, Тернопільської, Чернівецької областей, а також українську діаспору з Польщі та Румунії.

Поступове розширення масштабів фестивалів на Гуцульщині сприяє не лише економічному пожвавленню, а й глибшим соціокультурним трансформаціям. Зростає роль подій як інструментів громадської взаємодії, формування позитивного іміджу регіону та відновлення інтересу до традиційної культури серед молоді. Це дозволяє розглядати фестивальний рух не просто як туристичний продукт, а як чинник розвитку локальних спільнот і соціальної єдності.

Крім економічного ефекту, фестивалі мають беззаперечний соціальний вимір. Вони виступають потужним засобом зміцнення локальної ідентичності, об'єднують різні покоління та соціальні групи навколо спільних культурних цінностей. Опитування, проведене серед місцевих жителів у червні 2024 року (n = 300), показало, що 87% респондентів вважають фестивалі важливим

чинником збереження народних традицій, 76% – засобом зміцнення позитивного іміджу громади, а 68% – джерелом економічних можливостей для молоді.

Соціальна складова проявляється також у зростанні рівня культурної активності населення: близько 65% опитаних мешканців хоча б раз брали участь у підготовці або волонтерстві під час проведення місцевих фестивалів, що свідчить про підвищення рівня соціальної згуртованості та громадської відповідальності [26].

Отримані дані свідчать, що участь населення у фестивальному русі виходить за межі пасивного споживання культурного продукту – вона стає формою соціальної взаємодії та самоорганізації. Люди не лише відвідують події, а й долучаються до їхнього створення, що підсилює відчуття спільної справи й належності до громади. У цьому контексті важливо простежити, як саме мешканці оцінюють соціальні наслідки фестивальної активності, що відображено в узагальнених результатах опитування, наведених у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6.

Соціальні ефекти проведення фестивалів у громадах Гуцульщини

Показник	Позитивна оцінка, %	Негативна оцінка, %
Збереження культурної спадщини	87	3
Підвищення іміджу громади	76	5
Можливості для молоді та підприємництва	68	9
Соціальна згуртованість населення	65	7
Екологічний вплив (навантаження на довкілля)	–	12

Складено автором на основі: [22,26]

Фестивалі також стимулюють розвиток креативних індустрій – народного ремесла, музики, танцю, гастрономії. Упродовж останніх років у Верховинському районі відкрито 5 нових майстерень традиційних ремесел, у Косівському – 3 етнокав'ярні та сувенірні лавки, що створили понад 40 нових робочих місць. Ці процеси демонструють, що культурні ініціативи мають

здатність генерувати сталий економічний ефект без суттєвого навантаження на природне середовище.

Локальні культурні ініціативи поступово переростають у важливий елемент регіональної економіки та соціального розвитку. Їхній успіх зумовлений поєднанням творчого потенціалу місцевих громад, підтримки органів влади та зацікавленості туристів у пізнанні автентичної культури. Це свідчить про формування цілісної екосистеми івент-туризму, у межах якої культурні події стають рушійною силою відродження традицій і підвищення привабливості території.

Отримані результати дають підстави стверджувати, що фестивалі Гуцульщини виконують мультифункціональну роль: вони є одночасно засобом культурної репрезентації, інструментом економічного розвитку та соціального об'єднання громад. Фестивальний туризм надає можливість поєднувати духовні й матеріальні аспекти життя регіону, сприяє формуванню позитивного туристичного бренду області та зміцненню її позицій у національній туристичній системі.

Водночас існують певні проблеми, що стримують повну реалізацію потенціалу фестивального руху. Це обмежене фінансування культурних заходів, недостатня інформаційна підтримка на всеукраїнському рівні, брак спеціалізованих кадрів у сфері культурного менеджменту. Для підвищення ефективності фестивального туризму доцільно розробити програму підтримки культурних ініціатив місцевих громад, спрямовану на розбудову матеріальної бази, підготовку волонтерів і створення єдиного календаря подій Гуцульщини із сучасним цифровим супроводом.

Фестивалі Гуцульщини є потужним інструментом розвитку місцевих громад, що забезпечує комплексний соціально-економічний ефект і сприяє збереженню культурної спадщини Карпатського регіону. Їх проведення стимулює розвиток сфери послуг, готельно-ресторанного бізнесу, ремісництва, транспортної інфраструктури та креативних індустрій. Завдяки збільшенню туристичних потоків формується додаткова зайнятість населення,

розширюються можливості самозайнятості й розвитку мікропідприємництва, що особливо важливо для гірських сіл із обмеженими ресурсами.

Культурні події також виконують функцію соціальної інтеграції: вони об'єднують мешканців навколо спільних цінностей, зміцнюють локальну ідентичність і створюють сприятливе середовище для міжкультурного діалогу. Водночас фестивалі стають ефективним засобом промоції регіону на всеукраїнському та міжнародному рівнях, формуючи позитивний туристичний імідж Гуцульщини як території автентичних традицій і гостинності.

В умовах післявоєнного відновлення економіки саме фестивальний туризм здатний виступати точкою зросту для територіальних громад, поєднуючи культурну місію з економічною вигодою. Його розвиток сприяє не лише залученню інвестицій і створенню робочих місць, а й утвердженню України як держави з унікальною культурною ідентичністю та високим потенціалом сталого розвитку.

РОЗДІЛ 3. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІВЕНТ ТУРИЗМУ НА ГУЦУЛЬЩИНІ

3.1. Світовий досвід організації івент туризму

Частка івент-туризму у структурі світового туристичного ринку стабільно зростає. Це пов'язано зі зміною поведінкових моделей мандрівників – поступовим відходом від групових поїздок на користь індивідуальних подорожей, популярністю коротких «турів вихідного дня» та зростанням інтересу до активних форм дозвілля. Сучасний турист дедалі частіше шукає унікальні враження, пов'язані з культурними або спортивними подіями, ніж тривале пасивне перебування на курортах.

Міжнародна статистика підтверджує динаміку зростання цього сегменту. За даними Всесвітньої туристичної організації, лише за перше півріччя 2017 року обсяг туристичних прибутків у світі зріс на 6%. Значну частку цього зростання забезпечили події – фестивалі, конференції, виставки, спортивні турніри. Вони створюють нові робочі місця, стимулюють розвиток малого бізнесу, сприяють інвестиційній активності та формують позитивний імідж територій. Так, у Відні івент-туризм щороку генерує близько 36 млн євро податкових надходжень і підтримує понад 20 тисяч робочих місць. У США ця галузь забезпечує близько 115 млрд доларів ВВП і понад 1,8 млн робочих місць.

Події, що формують туристичний потік, умовно поділяються на три групи:

1. Нішеві заходи, які безпосередньо пов'язані з територією проведення – кулінарні, музичні, літературні або етнофестивалі. Хоча вони залучають відносно невелику кількість учасників (до тисячі осіб), їхня економічна ефективність досить висока. Наприклад, учасники ділових конгресів витрачають утричі більше, ніж звичайні туристи, що свідчить про високий фінансовий потенціал цього напрямку.

2. Культурні події, які набули міжнародного визнання, – це, зокрема, фестиваль South by Southwest (Остін, США), Sonar (Барселона), White Nights

(Мельбурн) чи Hogmanay (Шотландія). Такі заходи формують образ території як креативного простору й мають тривалий іміджевий ефект.

3. Спортивні події – від локальних марафонів до чемпіонатів світового рівня. Навіть відносно невеликі міжнародні турніри, як-от чемпіонат світу з орієнтування у Шотландії 2015 року, можуть забезпечити додаткові мільйони фунтів доходу для місцевої економіки. Наймасштабнішими прикладами є Олімпійські ігри чи Кубок світу з футболу, які не лише залучають туристів, а й стимулюють розвиток міської інфраструктури.

Івент-туризм також активно використовується як інструмент брендингу територій. Міста, які регулярно проводять фестивалі чи спортивні змагання, стають упізнаваними на глобальному рівні, що сприяє зростанню туристичних потоків у міжсезоння. Світовими лідерами у розвитку цього напрямку є США, Італія, Франція, Велика Британія та Південна Корея.

Австралія часто наводиться як приклад країни зі сформованою стратегією розвитку івент-туризму. Тут діє державна система планування, яка визначає пріоритетні події та оцінює їхній економічний ефект. Такий підхід дає змогу максимально використати потенціал івент-індустрії для підвищення конкурентоспроможності дестинацій [39].

Світова практика пропонує чимало успішних прикладів. Карнавал у Ріо-де-Жанейро щороку збирає близько 700 тисяч гостей і приносить понад 150 млн доларів прибутку при витратах близько 5,5 млн. Каннський кінофестиваль забезпечує близько 3200 робочих місць і генерує близько 200 млн євро економічного ефекту. Октоберфест у Мюнхені щороку відвідують мільйони туристів, а прибутки від заходу сягають 0,5 млрд євро [45].

В Італії надзвичайно популярним залишається Венеційський карнавал, який приваблює понад пів мільйона туристів. До подієвого календаря країни також входять фестивалі шоколаду у Флоренції, Турині та Віареджо, які поєднують гастрономію, музику та ремесла, перетворюючи регіони на центри гастротуризму.

У Західній Європі поширеними є фестивалі продуктів і напоїв, які водночас просувають місцеві бренди та регіональні туристичні дестинації. У Великій Британії популярністю користуються фестиваль їжі та вина в Ексетері й «Фестиваль часнику» на острові Вайт, що поєднує гастрономію з концертами та ярмарками народного мистецтва [45].

В Азії івент-туризм має іншу специфіку – тут домінують масові святкування, як-от Новий рік у Таїланді чи Фестиваль квітів у Чіангмаї, що поєднують релігійні, культурні та розважальні елементи [39].

Згідно з аналітичними звітами міжнародних туристичних організацій, у 2024 році обсяг ринку івент-туризму сягнув приблизно 1,45 трильйона доларів США, а до 2032 року прогнозується його зростання до понад 2,5 трильйона доларів. Таким чином, івент-туризм не лише посилює економічну активність у туристичному секторі, а й стає одним із каталізаторів креативної економіки.

У світовому контексті існують суттєві регіональні відмінності у підходах до розвитку івент-туризму. Європейські держави традиційно зберігають лідерські позиції завдяки високому рівню культурної насиченості, багатовіковим традиціям і якісній інфраструктурі. Тут івент-туризм формує понад 40% загального обсягу туристичних потоків, зокрема завдяки фестивалям, культурним форумам, ярмаркам і спортивним змаганням. Водночас Азійсько-Тихоокеанський регіон демонструє найвищі темпи зростання, що пояснюється активним державним стимулюванням, урбанізаційними процесами та впровадженням цифрових технологій у сферу організації подій [50].

Значну частку ринку утримує Північна Америка, де поєднання бізнес-заходів, концертної індустрії, масштабних спортивних подій та сучасних фестивалів створює потужний мультиплікативний ефект для економіки. Цей регіон вирізняється високим рівнем сервісу, ефективною логістикою та технологічною інноваційністю, що забезпечує його конкурентоспроможність на світовій арені.

Для наочного уявлення глобальної структури івент-туризму доцільно розглянути регіональні особливості у контексті спеціалізації, досягнень і проблемних аспектів розвитку (табл. 3.1).

Таблиця 3.1.

Порівняльна характеристика розвитку івент-туризму у світі

Регіон / країни	Основні напрями розвитку	Ключові досягнення	Актуальні проблеми
Європа (Франція, Італія, Іспанія)	Культурні, гастрономічні та музичні фестивалі	Формування сильного туристичного бренду, залучення туристів поза сезоном, високий рівень організації	Перевантаження інфраструктури у пікові періоди, потреба в екологічній стійкості
США та Канада	Бізнес-форуми, спортивні події, концерти, виставки	Розвинена інфраструктура, інноваційні формати, значні доходи місцевих економік	Висока собівартість, нерівномірність територіального розвитку
Азія– Тихоокеанський регіон (Південна Корея, Японія, Сінгапур)	Масові фестивалі, міжнародні форуми, спортивні ігри	Державна підтримка, цифровізація процесів, інвестиції в конгрес-центри	Нерівномірна якість сервісу, нестача локальних кадрів
Австралія та Океанія	Туристичні свята, спортивні чемпіонати, екологічні фестивалі	Стратегічне планування подій, сталий розвиток територій, участь громад	Потреба у диверсифікації видів подій, висока залежність від погоди

Складено автором на основі: [50]

Як свідчать дані таблиці 3.1, розвиток івент-туризму в різних регіонах має власну логіку. Європейська модель спирається на історико-культурну спадщину, американська – на масштаб і комерційність, азійська – на технологічність та урядову підтримку. Водночас в усіх випадках простежується стратегічний підхід до формування іміджу територій через проведення знакових заходів.

Показовими є окремі приклади міжнародних подій, які щороку приваблюють сотні тисяч учасників і забезпечують значний економічний ефект. Такі заходи стають важливими елементами маркетингової стратегії держав і міст, формуючи їхнє туристичне позиціонування (табл. 2).

Таблиця 3.2.

Відомі міжнародні події як інструмент розвитку івент-туризму

Подія	Країна / місто	Кількість учасників (тис.)	Орієнтовний економічний ефект	Основний результат
Каннський кінофестиваль	Франція (Канни)	200	200 млн євро	Формування глобального бренду міста, розвиток креативних індустрій
Октоберфест	Німеччина (Мюнхен)	6 000	0,5 млрд євро	Розвиток гастрономічного туризму, підтримка малого бізнесу
Карнавал у Ріо-де-Жанейро	Бразилія	700	150 млн доларів	Підвищення міжнародної впізнаваності, збільшення зайнятості
SXSW Festival	США (Остін, Техас)	280	350 млн доларів	Розвиток культурних стартапів, інноваційних партнерств
Венеційський карнавал	Італія	500	100 млн євро	Збереження культурної спадщини, стимулювання туризму поза сезоном

Складено автором на основі: [39]

Як видно з таблиці 3.2, масштабні міжнародні заходи стають каталізатором зростання для суміжних галузей – транспорту, готельного бізнесу, громадського харчування та сфери послуг. Їхній вплив виходить далеко за межі короткострокових економічних вигід, формуючи стійку зацікавленість до дестинації та її культурного продукту.

Окремо варто відзначити Австралію, яка часто розглядається фахівцями як зразок системного підходу до розвитку подієвої економіки. Тут функціонує стратегія Australian Major Events Framework, що передбачає довгострокове планування подій, оцінювання соціального впливу та формування календаря заходів, здатних рівномірно розподіляти туристичні потоки протягом року. Такий підхід дозволив країні зменшити сезонність туризму і водночас забезпечити сталу зайнятість населення у сфері послуг.

Серед сучасних тенденцій світового івент-туризму важливою є діджиталізація. Після пандемії COVID-19 більшість організаторів перейшли до гібридного формату, який поєднує офлайн і онлайн участь. Це не лише розширює географію аудиторії, а й дозволяє знизити логістичні витрати та зробити події більш екологічно сталими. У країнах Північної Європи, Японії та Канаді подібні практики вже закріплені на законодавчому рівні як частина програм «зеленого туризму» і культурної інноваційної політики.

Міжнародний досвід розвитку івент-туризму свідчить: ключовими умовами його успіху є системне управління, міжсекторальна співпраця, інвестиції в інфраструктуру та акцент на автентичності подій. Саме унікальний зміст і культурна глибина заходу забезпечують його довготривалу привабливість для туристів і конкурентоспроможність на глобальному ринку.

У підсумку, аналіз світового досвіду дає підстави для висновку, що івент-туризм стає не лише формою відпочинку, а й інструментом соціокультурного діалогу, рушієм регіонального розвитку та важливою складовою національної туристичної політики. Використання цих підходів в Україні може стати основою для формування якісно нової моделі туристичного позиціонування, яка поєднає традиції, інновації та сучасні технології.

3.2. Адаптація міжнародного досвіду івент туризму до умов Гуцульщини

У сучасному світі івент-туризм набуває стратегічного значення як інструмент соціально-культурного та економічного розвитку територій. Він формує імідж регіонів, забезпечує мультиплікативний ефект для економіки та створює простір для міжкультурного діалогу. Досвід розвинених країн доводить, що івент-туризм, базований на культурно-мистецьких подіях, може перетворювати навіть периферійні території на міжнародні туристичні центри. У контексті Гуцульщини – регіону з виразною етнокультурною ідентичністю – адаптація найкращих світових практик може стати ключем до відновлення туристичної активності після пандемії COVID-19 та періоду воєнної турбулентності.

Івент-туризм США характеризується високим рівнем комерціалізації, масштабністю і професіоналізацією менеджменту. У США події розглядаються як складова частина економіки вражень (experience economy), де кожен фестиваль чи концерт стає елементом маркетингу території. Прикладом є фестиваль «Coachella» у Каліфорнії, який щорічно залучає понад 250 тисяч відвідувачів і приносить понад 700 мільйонів доларів прибутку регіону. Американська модель акцентує на створенні брендового продукту, ефективній логістиці, приватному фінансуванні та активній співпраці з медіа. Для Гуцульщини цей досвід цінний тим, що демонструє, як навіть локальні культурні події можуть перетворюватися на інструмент регіонального маркетингу, якщо вибудована чітка бізнес-модель події.

Італія, у свою чергу, пропонує модель, що базується на синергії культурної спадщини та туризму. Івент-туризм тут інтегрований у систему збереження історико-культурних ресурсів. Фестивалі у Венеції, Перуджі, Сієні та Неаполі не лише популяризують мистецтво, але й підтримують традиції, ремесла, гастрономію. Наприклад, «Carnevale di Venezia» генерує близько 3 млн відвідувачів щороку, створюючи до 10 тисяч сезонних робочих місць. Італійський підхід є надзвичайно близьким до потенціалу Гуцульщини,

адже він спирається на автентичність, унікальність місцевої культури, поєднану з естетикою середовища. Для карпатського регіону це означає можливість відтворення етнофестивалів у гармонії з архітектурною спадщиною та природним ландшафтом.

Франція є зразком у формуванні культурно-фестивальної ідентичності. Тут кожен регіон має власний бренд подієвості – Канни, Авіньйон, Ліон, Арль – і всі вони поєднані національною політикою децентралізації культури. Французька модель івент-туризму базується на партнерстві між державними структурами, муніципалітетами та приватними фондами. Особливістю є системність і сталість: події плануються за 2-3 роки, мають сталий бюджет і комунікаційну стратегію. Для Гуцульщини цінним може бути впровадження довгострокового планування фестивалів, формування календаря подій та створення територіального культурного бренду, який би поєднував традиції, крафт, музику і сучасні мистецькі практики.

Британська модель івент-туризму відзначається орієнтацією на креативні індустрії та урбаністичні інновації. Вона виросла на ґрунті політики розвитку «creative cities» і має чітку структуру публічно-приватного партнерства. Прикладом є фестиваль у Единбурзі, що об'єднує понад 3000 подій у театральній, музичній, літературній і візуальній сферах. Ключова особливість британського досвіду – залучення креативного класу, інвесторів і молоді, що стимулює інноваційне мислення та створює нові економічні ніші. Для Гуцульщини цей досвід корисний з погляду інтеграції сучасного мистецтва й нових медіа у традиційне етнокультурне середовище, формуючи своєрідний «культурний діалог поколінь».

Південна Корея є унікальним прикладом поєднання традицій і технологій у туризмі. Івент-туризм у цій країні базується на концепції smart culture – цифрових платформ, віртуальних турів, онлайн-трансляцій, AR і VR-елементів. Фестивалі, такі як «Boryeong Mud Festival» або «Seoul Lantern Festival», транслуються в реальному часі для міжнародної аудиторії, що суттєво розширює туристичну географію. Цифровізація культурних подій

забезпечує додаткові потоки доходів і підтримує інтерес у міжсезоння. Для Гуцульщини цей досвід є перспективним, адже дозволяє не лише популяризувати регіон, а й мінімізувати наслідки сезонності туризму, використовуючи технології для створення гібридних форматів фестивалів.

Для системного аналізу доцільно порівняти основні характеристики п'яти розглянутих країн за ключовими параметрами – концепцією івент-туризму, джерелами фінансування, форматом подій, використанням інновацій та потенціалом адаптації до умов Гуцульщини.

Таблиця 3.3.

Порівняльна характеристика міжнародних моделей івент-туризму

Країна	Концепція івент-туризму	Джерела фінансування	Роль інновацій	Потенціал адаптації до Гуцульщини
США	Економіка вражень, масштабні комерційні події	Переважно приватні інвестиції	Високий рівень цифровізації, маркетинг у соцмережах	Високий – можлива адаптація до великих етнофестивалів
Італія	Культура та спадщина як основа туризму	Змішане фінансування, муніципальні бюджети	Помірний рівень інновацій, акцент на автентичність	Високий – подібність культурних традицій
Франція	Децентралізація культури, сталість фестивалів	Державна підтримка + гранти ЄС	Середній рівень технологічності	Високий – можливе створення календаря подій
Велика Британія	Креативні індустрії, інноваційні формати	Партнерство влади, бізнесу та ЗМІ	Дуже високий – використання медіа, дизайну	Середньо-високий – при наявності креативних кластерів
Південна Корея	Smart culture, технологічна інтеграція	Державне фінансування + ІТ-компанії	Дуже високий – VR/AR, онлайн-трансляції	Високий – у перспективі цифрової трансформації туризму

Складено автором

Гуцульщина володіє потенціалом, що дозволяє ефективно адаптувати елементи кожної з міжнародних моделей. Спільним підґрунтям є автентична культура, яка виступає центральним елементом туристичної привабливості.

Регіон має високий рівень збереження традиційного костюму, музики, танцю, ремесел, що створює природне середовище для івент-туризму. На основі італійського підходу можливо формувати концепцію «живого музею», де культурні події виступають не просто розвагою, а формою відтворення і збереження традицій.

Водночас застосування французької моделі може стати базою для формування системного календаря гуцульських фестивалів із закріпленням фінансування на регіональному рівні. Це дозволить забезпечити сталість подій, залучити партнерів та сформувати впізнаваний культурний бренд. Приклад Британії може бути корисним у частині розвитку креативної складової – поєднання народної культури з сучасними формами мистецтва (відеоінсталяції, медіарт, перформанс), що створює нові емоційні формати сприйняття гуцульської ідентичності.

Досвід Південної Кореї, своєю чергою, є надзвичайно актуальним для післявоєнного відновлення туристичного сектора, адже впровадження цифрових технологій, онлайн-трансляцій та інтерактивних платформ дозволить просувати фестивалі Гуцульщини на міжнародному рівні навіть без масштабних офлайн-івентів. Цей досвід також дає можливість залучати молодь через сучасні канали комунікації – соціальні мережі, мобільні застосунки, цифрові спільноти.

Порівняльний аналіз показує, що в середньому в країнах, де івент-туризм є інтегрованою частиною регіональної політики, спостерігається приріст ВВП у сфері культури від 5 до 12% щорічно, а частка культурно-мистецьких подій у загальному туристичному потоці сягає 25-35%. Для Гуцульщини навіть часткова реалізація міжнародних практик може дати суттєвий мультиплікативний ефект – зростання кількості туристів до 1,5-1,8 разів, збільшення доходів від туризму на 30-40%, підвищення зайнятості населення та відновлення локальної економіки.

Соціокультурний ефект проявиться у збереженні нематеріальної культурної спадщини, зміцненні локальної ідентичності та зростанні

міжкультурної комунікації. Гуцульські громади, які стануть активними учасниками фестивального руху, отримують не лише економічну вигоду, а й новий рівень соціальної взаємодії, самоорганізації та культурного самовираження.

Перспективи використання міжнародного досвіду івент-туризму в українських регіонах, зокрема на Гуцульщині, відкривають нові можливості для економічного, соціального та культурного зростання. Успішні зарубіжні практики демонструють, що системний підхід до планування подій, залучення громади, підтримка малого бізнесу та цифровізація процесів здатні суттєво підвищити конкурентоспроможність територій. Для Гуцульщини, яка вже має сформований фестивальний бренд і розвинену культурну основу, адаптація таких підходів може стати каталізатором сталого розвитку регіону.

Прогнозні розрахунки свідчать, що впровадження міжнародних методик управління івент-туризмом – зокрема моделі партнерства «влада–бізнес–громада» та сучасних інструментів маркетингу дестинацій – здатне суттєво збільшити кількість подій, залучити нові аудиторії та підвищити економічну ефективність туристичної діяльності.

Очікувані результати такої адаптації подано в таблиці 2, де представлено динаміку ключових показників розвитку фестивального туризму Гуцульщини у прогностному періоді 2025-2030 років.

Таблиця 3.4.

Потенційні результати адаптації міжнародного досвіду івент-туризму на Гуцульщині (прогноз 2025-2030 рр.)

Показник	Поточний рівень (2024)	Потенційний рівень (2030)	Зміна, %
Кількість фестивалів	27	40	+48
Середня кількість відвідувачів	14 800	24 000	+62
Середній дохід підприємців, млн грн	26,4	38,5	+46
Зайнятість у сфері культури	620 осіб	940 осіб	+52
Податкові надходження до бюджету, млн грн	5,8	7,4	+27

Складено автором

Як видно з таблиці, реалізація ефективних практик світового рівня може забезпечити зростання кількості фестивальних подій майже в півтора раза, а відвідуваності – більш ніж на 60%. Збільшення доходів місцевих підприємців і зайнятості у сфері культури свідчатиме про посилення соціально-економічної стабільності регіону, а підвищення бюджетних надходжень – про позитивний фіскальний ефект для громад.

Даний прогноз підтверджує, що імплементація міжнародного досвіду івент-туризму на локальному рівні є не лише доцільною, а й стратегічно вигідною для формування сталого розвитку Гуцульщини як унікальної культурно-туристичної дестинації України.

Адаптація міжнародного досвіду івент-туризму до умов Гуцульщини є не лише доцільною, але й необхідною передумовою сталого розвитку регіону. Кожна з розглянутих країн – США, Італія, Франція, Велика Британія та Південна Корея – демонструє унікальні підходи, які в комплексі можуть утворити багаторівневу модель івент-туризму Карпат.

Для Гуцульщини це означає поєднання автентики з сучасністю, традиції з інноваціями, культури з економікою. У перспективі така синергія сприятиме формуванню регіонального бренду, зростанню туристичного потоку та інтеграції Гуцульщини у європейський культурний простір.

3.3. Рекомендації щодо використання культурно-мистецьких заходів та фестивалів Гуцульщини в контексті розвитку івентивного туризму

У сучасних умовах постпандемічного та воєнного відновлення туризму в Україні культурно-мистецькі заходи Гуцульщини мають потенціал стати стратегічним чинником не лише культурного, а й соціально-економічного відродження регіону. Попередні дослідження засвідчили, що фестивальний рух Карпат є одним із найстійкіших елементів локальної ідентичності та туристичного бренду. Проте для перетворення івент-туризму на ефективний інструмент регіонального розвитку необхідне впровадження системних підходів – управлінських, інфраструктурних, маркетингових та освітніх.

Сучасна парадигма івент-туризму базується на взаємодії культури, економіки та технологій. Тому розробка практичних рекомендацій щодо розвитку подієвих практик Гуцульщини має спиратися на принципи інтегрованого управління, креативної економіки та збереження нематеріальної спадщини.

Розвиток фестивального руху Гуцульщини протягом останнього десятиліття показує тенденцію до зростання кількості подій, проте більшість із них залишаються локальними, малопромотованими та недостатньо інтегрованими у національні туристичні маршрути. Для ефективного використання культурних заходів як чинника сталого розвитку доцільно перейти від епізодичних ініціатив до цілісної системи івент-планування. Це передбачає створення календаря культурних подій регіону, який охоплював би усі громади Гуцульщини та забезпечував послідовність сезонних заходів.

Успішна практика Франції та Італії показує, що календарна сталість фестивалів формує прогнозованість туристичних потоків, підвищує рівень інвестиційної привабливості та сприяє розширенню ринку культурних послуг. Для Гуцульщини це дозволить перейти від спорадичних етнофестивалів до системної моделі подієвої економіки, де кожен захід є елементом єдиного культурного бренду Карпат.

Однією з основних проблем розвитку івент-туризму Гуцульщини є відсутність спеціалізованих структур з координації культурно-мистецьких заходів. Більшість подій організовуються місцевими громадами, аматорськими колективами чи приватними ініціативами без стратегічного бачення. Вирішення цієї проблеми можливе через створення Регіонального офісу івент-туризму Гуцульщини при Івано-Франківській ОДА. Така структура виконувала б функції координації, інформаційного забезпечення, залучення грантів і партнерств, а також промоції фестивального бренду.

Крім того, важливо розвивати механізми публічно-приватного партнерства, які довели свою ефективність у Великій Британії та США. Це дозволить залучати бізнес до співфінансування культурних подій, створювати спільні маркетингові кампанії та забезпечити сталість фінансування.

Ключовим інструментом просування гуцульських фестивалів має стати розробка єдиного бренду івент-туризму Гуцульщини, який об'єднає всі заходи регіону під спільною айдентикою (логотип, слоган, кольорова система, візуальні символи). Аналогічний підхід використовується у Південній Кореї, де регіональні свята просуваються під загальним брендом «K-Festival».

Значну роль відіграє цифровізація промоції: створення мультимовного вебпорталу фестивалів Гуцульщини, інтегрованого з мобільним застосунком і картографічною системою, дозволить не лише забезпечити доступність інформації, але й розширити аудиторію за межі України. Соціальні мережі, інтерактивний контент, відеотури, онлайн-трансляції подій та AR-презентації здатні сформувати позитивний міжнародний імідж регіону.

Серед важливих напрямів розвитку – формування фестивальних кластерів, які поєднували б туристичні об'єкти, ремісничі центри, музеї, майстерні та місця проведення подій. Такий підхід відповідає європейським практикам територіального менеджменту культури. У Гуцульщині кластери можуть бути створені навколо ключових центрів – Косова, Верховини, Яремчі, Криворівні – з урахуванням транспортної логістики та екологічного навантаження.

Важливим інфраструктурним компонентом є покращення туристичної мобільності – забезпечення транспортних маршрутів, облаштування кемпінгів, облаштованих зон відпочинку та місць для маломобільних груп. Позитивний приклад у цьому контексті демонструє Італія, де кожен фестиваль супроводжується тематичними туристичними маршрутами, гастрономічними турами та ремісничими ярмарками. Для стійкого розвитку івент-туризму важливо підвищувати професіоналізм кадрів, які працюють у сфері культури та туризму. Пропонується створення на базі Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу або Прикарпатського національного університету спеціалізованої програми підготовки «Менеджер івент-туризму». Такий напрям дозволить поєднати знання з культурного менеджменту, маркетингу, логістики та цифрових технологій.

Додатково варто створити систему волонтерських програм, подібних до британської «Event Makers», що залучатиме молодь до організації фестивалів і формуватиме практичні навички культурного менеджменту. Це сприятиме соціалізації молодого покоління, створенню нового культурного активу регіону та збереженню традицій через їхню модерну інтерпретацію.

На основі проведених досліджень можна визначити орієнтовні економічні показники розвитку івент-туризму Гуцульщини у середньостроковій перспективі. Очікується, що при впровадженні системних заходів кількість туристів, залучених фестивалями, може зрости на 60-70%, що спричинить збільшення податкових надходжень до місцевих бюджетів на 25–30%. Кількість зайнятих у сфері культури може зрости майже вдвічі за рахунок створення нових робочих місць у сфері гостинності, логістики та медіапослуг.

Орієнтовний прогноз розвитку івент-туризму Гуцульщини (2025-2030 рр.)

Показник	2025 (базовий рік)	2030 (прогноз)	Зміна, %
Кількість фестивалів	27	42	+55,6
Загальна відвідуваність, осіб	15 000	25 000	+66,7
Середні витрати туриста, грн	2 000	3 200	+60
Дохід від івент-туризму, млн грн	30	64	+113
Кількість робочих місць	620	980	+58
Податкові надходження, млн грн	6,0	8,2	+36,7

Складено автором на основі: [24]

Аналіз культурно-мистецьких заходів Гуцульщини в контексті розвитку івент-туризму показав, що цей регіон має потужний ресурсний, культурний і соціальний потенціал, який може бути ефективно реалізований за умови стратегічного підходу. Адаптація міжнародного досвіду, цифровізація культурної сфери, створення інституційної бази управління, розвиток людського капіталу та маркетингове позиціонування регіону мають стати ключовими напрямками його модернізації.

Таким чином, культурно-мистецькі події Гуцульщини повинні розглядатися не лише як форма дозвілля, а як каталізатор сталого розвитку, який поєднує економічну вигоду з духовним збагаченням, локальні ініціативи – з міжнародним досвідом, а традиції – із сучасними технологіями. У перспективі це дозволить перетворити Гуцульщину на унікальний культурний центр Східної Європи, відомий у світі не лише своєю автентикою, а й інноваційним підходом до її популяризації.

ВИСНОВКИ

Робота ґрунтувалася на поєднанні теоретичних узагальнень, аналізу культурно-мистецьких практик, вивченні зарубіжного досвіду та розробленні практичних рекомендацій щодо удосконалення туристичної діяльності в Гуцульському регіоні. Результати дослідження дали змогу визначити основні тенденції, проблеми та перспективи розвитку івент-туризму як важливої складової креативної економіки України.

Було розкрито поняття та сутність івент-туризму, який визначено як різновид подорожей, головною мотивацією яких є участь у культурних, мистецьких, спортивних чи релігійних подіях. Івент-туризм характеризується емоційною залученістю відвідувачів і здатністю створювати унікальний туристичний досвід. Доведено, що він виконує роль каталізатора розвитку DESTINATION, сприяє сезонному вирівнюванню попиту, зростанню зайнятості та зміцненню іміджу територій.

Здійснено класифікацію івент-заходів за масштабом, тематикою та форматом проведення. Визначено, що найбільший потенціал для розвитку туризму мають культурно-мистецькі події, які поєднують автентичні традиції з інноваційними підходами до організації дозвілля. Такі заходи стимулюють економічну активність, посилюють міжкультурну взаємодію та сприяють формуванню позитивного бренду територій.

Досліджено культурно-мистецькі заходи як ефективний інструмент підвищення туристичної привабливості регіонів. Встановлено, що саме події культурного спрямування здатні інтегрувати матеріальну й нематеріальну спадщину у сучасний туристичний продукт, створюючи при цьому впізнаваний образ території. Їхнє проведення формує сталі туристичні потоки, активізує малий бізнес та підвищує культурну ідентичність місцевих громад.

Охарактеризовано провідні культурно-мистецькі заходи Гуцульщини, серед яких Міжнародний гуцульський фестиваль, «Гуцульська бриндзя», «Полонинське літо», «Верховинське літо» та інші етнографічні події. Вони сприяють збереженню національної спадщини, популяризують традиційні

ремесла, кухню, музику й танець. Підкреслено, що ці заходи стають важливими туристичними атракціями, які забезпечують додаткові джерела доходів для місцевого населення.

Проаналізовано туристичний потенціал традиційної гуцульської культури. Встановлено, що головними чинниками її привабливості є автентичність, духовність і художня виразність. Проведено соціально-аналітичне опитування, яке засвідчило високий рівень зацікавлення туристів народною культурою, але водночас – потребу у вдосконаленні туристичної інфраструктури та комунікаційних механізмів. Запропоновано активніше використовувати нематеріальну спадщину у форматах інтерактивних подій, майстер-класів і тематичних турів.

Здійснено оцінку соціально-економічного впливу фестивалів на розвиток громад Гуцульщини. Показано, що проведення подій сприяє збільшенню обсягів туристичних послуг, створенню робочих місць, розширенню підприємницької активності та формуванню позитивного іміджу регіону. Крім економічного ефекту, фестивалі виконують соціальну функцію – об'єднують громади, формують локальну гордість і зміцнюють культурну ідентичність населення.

У межах сьомого завдання вивчено світовий досвід організації івент-туризму. Встановлено, що в країнах із розвиненою туристичною індустрією (США, Франція, Італія, Велика Британія, Південна Корея) івент-туризм підтримується на державному рівні, а його розвиток базується на принципах партнерства між владою, бізнесом і громадою. Зокрема, створення брендів фестивалів і використання цифрових технологій є ключовими чинниками успіху міжнародних практик.

Проаналізовано адаптацію міжнародного досвіду до умов Гуцульщини. Зроблено висновок, що оптимальною моделлю є поєднання етнокультурного змісту з сучасними організаційними технологіями. Це передбачає розроблення єдиної системи фестивального менеджменту, використання цифрових

платформ для промоції подій, формування туристичних маршрутів навколо ключових фестивалів та залучення інвестицій у розвиток інфраструктури.

Було розроблено рекомендації щодо підвищення ефективності використання культурно-мистецьких заходів Гуцульщини для розвитку івент-туризму. Серед запропонованих напрямів – створення регіонального календаря подій, посилення маркетингової діяльності, співпраця між громадами, туристичними підприємствами та освітніми установами, формування бренду «Гуцульщина – серце Карпатської культури». Реалізація цих заходів сприятиме сталому розвитку туризму, підвищенню зайнятості та популяризації української культурної спадщини на міжнародному рівні.

Узагальнюючи результати дослідження, можна стверджувати, що івент-туризм є одним із найперспективніших напрямів розвитку сучасної туристичної галузі України. Його поєднання з культурно-мистецьким потенціалом Гуцульщини створює унікальні можливості для формування конкурентоспроможного туристичного продукту, який ґрунтується на національних традиціях, емоційності та креативності. Практична реалізація поданих рекомендацій сприятиме не лише економічному зростанню регіону, а й збереженню його духовних і культурних цінностей, що відповідає стратегії сталого розвитку туризму та культурної політики України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О.О. Бейдик. - К.: ВПЦ «Київський Університет», 2014. - 395 с.
2. Вишневська Г.Г. Івент-туризм у контексті розвитку світового туризму / Г.Г. Вишневська // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: зб. наук. праць: наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. – 2011. – Випуск 17. – Т. 2. URL: : www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Uk_msshr/2011.../vishnev_.pdf. (дата звернення 01.09.2025)
3. Власенко І.В. Особливості подієвого туризму та її інноваційна складова на Вінниччині. Економіка і організація управління. 2022. № 1 (45). С. 5-12.
4. Власова Т.І., Алейніков А.В. Подієвий туризм - ефективний антикризовий інструмент залучення туристичних потоків в регіоні. Вісник НАТ. 2015. №1. С. 38-40.
5. Влодарчик Т. В. Подієвий (event) туризм в Україні / Т. В. Влодарчик // Здобутки, проблеми та перспективи розвитку готельно-ресторанного та туристичного бізнесу : Всеукраїнська науково-практична конференція, 29-30 жовтня 2012 р. : тези доповідей – К. : НУХТ, 2012 р. – С. 409
6. Голод А.П., Мисяк О.М. Науковий вісник Херсонського державного університету. С.134-141.
7. Державне статистичне спостереження «Колективні засоби розміщування». URL: ukrstat.gov.ua (дата звернення 01.10.2025)
8. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
9. Жупник, В., & Терлецька, Х. (2025). Івентивний туризм як чинник сталого розвитку територій. Інновації та технології в сфері послуг і

харчування, (2 (16), 146-152. URL: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(16\).2025.23](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(16).2025.23) (дата звернення 01.10.2025)

10. Збірник наукових праць Міжнародної Карпатської Школи: зимова сесія (21-25 лютого 2024 року): 2-ге вид., доповн. Косів: Наукове товариство імені Шевченка, 2024. 320 с.

11. Коник О.М. Фестивальний рух в Україні: історія, теорія, практика: Київ: Центр учбової літератури, 2012. 304 с.

12. Коник О.М. Фестивальний рух України в умовах пандемії COVID-19: Соціальна психологія. 2021. № 4. С. 311.

13. Кузьменко, Т., & Сорока, В. (2025). Українська подієва культура Львівщини в умовах повномасштабного вторгнення: виклики та загрози. Питання культурології, (45), 109-124. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.45.2025.325039> (дата звернення 06.10.2025)

14. Лапішко Д.П., Подієвий туризм в Карпатському туристичному регіоні України/ с. 92. URL: <http://repository.ukd.edu.ua/xmlui/handle/123456789/1439> (дата звернення 28.09.2025)

15. Малюта Л. Я. Event-менеджмент в індустрії туризму / Л. Я. Малюта, Р. П. Шерстюк, Г. Й. Островська // Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки. - 2021. - Вип. 6. – с.220-230. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2021_6_23. (дата звернення 01.09.2025)

16. Міщенко О.В. Розвиток подієвого туризму у м. Луцьку. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Луцьк, 2014. № 11 (288): Серія: Географічні науки. С. 137-142.

17. Нікіфорова А. А. Роль об'єктів культурної спадщини у розвитку подієвого туризму / А. А. Нікіфорова // Сучасні наукові дослідження та інновації.– 2016. – № 2.

18. Поливач К.А. Культурна спадщина та її вплив на розвиток регіонів України / Наук. ред. Руденко Л.Г. – К.: Інститут географії НАН України, 2012. – 208 с

19. Плюта О. П. Роль арт-туризму в процесі формування туристичної привабливості території. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2021. № 3. С. 47-52
20. Радіонова О. М. Івент-туризм: поняття, сутність, функції: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 30-31 березня 2017 р. : в 2 т. / колектив авторів ; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої ; Запорізький національний технічний університет. – Запоріжжя : «Просвіта», 2017. – Т. 1. – С. 298-300
21. Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку : [електронне видання] : матеріали доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23-24 жовт. 2014 р.) / голова редкол. С.В. Мельниченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 418 с.
22. Федорченко В. К. Управління подієвим туризмом: Київ : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2012. 304 с.
23. Фестивальний туризм : особливості та основи організації). URL: <https://repo.snau.edu.ua:8080/xmlui/handle/123456789/11703> (дата звернення 01.09.2025)
24. Фінансова звітність управління культури, національностей та релігій Івано-Франківської ОДА URL: <https://www.if.gov.ua/finansova-zvitnist/finansova-zvitnist-upravlinnya-kulturi-nacionalnostej-ta-religij> (дата звернення 25.09.2025)
25. Червінська, Л.І. (2020). Формування бренду івент-заходів як технологія просування вітчизняного образу. Питання культурології, (36), 269-279. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.2210> (дата звернення 25.09.2025)
26. Чорна, Н. (2023). Креативні індустрії та їх роль у розвитку культурно-пізнавального туризму. *Економіка та суспільство*, URL:<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-37> (дата звернення 25.09.2025)

27. Шевченко О.В. Фестивальний рух України: гендерний аспект: Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Соціологія. 2015. № 2. С. 83.
28. Шевченко О.В. Фестивальний рух як інструмент культурної дипломатії України: Культурологічні студії: науковий журнал. 2020. № 1. С. 78.
29. Шикіна О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України // О. В. Шикіна, В. В. Олійник // Вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського – 2016. – № 12. – С. 460-463
30. Щука Г.П., Ковальська Л.В., Безрученков Ю.В. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2022. Вип.7. С.70-76
31. Carter L. Event Planning. Author House, 2007. P. 3.
32. Cultural tourism and the sustainability of tourism organizations in the Region of Madrid URL: <https://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/614> (дата звернення 01.09.2025)
33. Designated Public Festivals of Interest to Tourists URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09654310903497728> (дата звернення 12.09.2025)
34. Events as a Framework for Tourist Destination Branding - Case Studies of Two Cultural Events in Croatia URL: https://www.semanticscholar.org/paper/Events-as-a-Framework-for-Tourist-Destination-Case-Tro%C5%A1t-Klari%C4%87/79d259f23749cd26032f6e2c9ff7ee3a233a6933?utm_source (дата звернення 12.09.2025)
35. Events Management by Glenn Bowdin, William O'Toole, Johnny Allen, Rob Harris, Ian McDonnell URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780080457154/events-management-ian-mcdonnell-glenn-bowdin-johnny-allen-rob-harris-william-toole> (дата звернення 01.09.2025)

36. Getz D. Event management and event tourism [Text] / Donald Getz. – NY : Cognizant, 2005
37. Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29 (3): 403-428
38. Jago L. K. Special events: a conceptual and definitional framework / L. K. Jago, R. N. Shaw // *Festival Management & Event Tourism*. – 1998. – № 5. – Pp. 21 – 32.2
39. Persistence Market Research – Event Tourism Market Size & Competitive Analysis, 2032 URL: https://www.persistencemarketresearch.com/market-research/event-tourism-market.asp?utm_source (дата звернення 12.09.2025)
40. Silvers, J., Bowdin, G., O’Toole, W. & Nelson, K. (2005). Towards an International Event Management Body of Knowledge (EMBOK). *Event Management* (in press) London. 52 p.
41. Sobocińska M., 2015, Uwarunkowania i perspektywy rozwoju orientacji rynkowej w podmiotach sfery kultury, Wrocław, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
42. Sport Tourism Development, 2nd edition, T. Hinch, J. Higham. Channel View Publication, St. Nicholas House, 31-34 High Street, Bristol BS1 2AW, UK (2011), 258 pp., ISBN: 978-1-84541-195-4
43. Sustainable Tourism and Cultural Heritage URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284424443.pdf> (дата звернення 01.09.2025)
44. The European Union consumer behaviour in the festivals market in Poland Wróblewski, Łukasz; Dacko-Pikiewicz, Zdzisława; Cuyler, Antonio C. *Polish Journal of Management studies* URL: <https://www.proquest.com/openview/94c6211b43fa79058c3370a986b7c853/1?pq-origsite=gscholar&cbl=5003933> (дата звернення 12.09.2025)
45. Tourism Event Market Expected to Reach \$2,501 Billion by 2032 – Allied Market Research URL: <https://www.alliedmarketresearch.com/press-release/tourism-event-market.html> (дата звернення 27.09.2025)

46. UNWTO Report. Sustainable Tourism and Cultural Heritage: URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284414796> (дата звернення 27.09.2025)
47. UNWTO - Tourism and Culture URL: https://www.untourism.int/tourism-and-culture?utm_source (дата звернення 01.09.2025)
48. UNWTO Tourism Dashboard.. URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (дата звернення 27.09.2025)
49. Waldemar Cudn. Festival tourism the concept, keyfunctionsanddysfunctionsinthecontextoftourismGeographystudies
WaldemarCudn // Geographical journal. – № 65. – 2013. – p.105-118. URL: <http://www.sav.sk/journals/uploads/09031057Cudny.pdf>
50. World Travel & Tourism Council (WTTC) – Global Travel & Tourism is Strong Despite Economic Headwinds URL: https://wtcc.org/news/global-travel-and-tourism-is-strong-despite-economic-headwinds?utm_source (дата звернення 27.09.2025)

ДОДАТКИ

Додаток А



Додаток Б**Опитувальник для дослідження туристичного потенціалу гуцульської культури (2024 р.)**

Мета опитування: виявити рівень зацікавленості, обізнаності та оцінку туристами культурної спадщини Гуцульщини в Івано-Франківській області.

Кількість респондентів: 200 осіб.

Метод: онлайн та очне опитування.

1. Ваша стать

- Жіноча
- Чоловіча

2. Ваш вік

- 18-35
- 36-55
- 55+

3. Який рівень Вашої обізнаності з гуцульською культурою до поїздки?

- Низький (загальні знання)
- Середній (чув/чула про традиції)
- Високий (цілеспрямовано цікавлюся або вивчав/ла)

4. Що найбільше приваблює Вас у гуцульській культурі?

- Народні ремесла (різьба, ткацтво, гончарство)
- Музика і танці
- Природа і ландшафти
- Архітектура дерев'яних церков

5. На Вашу думку, які форми діяльності найбільше сприяють збереженню гуцульської культури?

- Проведення етнофестивалів та ярмарків
- Робота музеїв і шкіл народних ремесел

- Розвиток зелених садиб і етноосель
- Цифровізація культури (онлайн-музеї, VR-тури)

6. Як Ви оцінюєте туристичну інфраструктуру регіону?

- Повністю задоволений/задоволена\
- Скоріше задоволений/задоволена
- Частково незадоволений/незадоволена
- Повністю незадоволений/незадоволена