

Карпатський національний університет імені Василя Стефаника

Факультет туризму

Кафедра туризмознавства і краєзнавства

ДИПЛОМНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр»

на тему: **«НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ РЕСПУБЛІКИ
ПОЛЬЩА В ОРГАНІЗАЦІЇ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ»**

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

Владика Михайло
(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.

АНОТАЦІЯ

Магістерське дослідження на тему «Напрями використання досвіду Республіки Польща в організації івентного туризму» присвячене аналізу сучасного стану, тенденцій та перспектив розвитку івентного туризму в Україні з урахуванням ефективних практик, сформованих у Польщі. Івентний туризм, як одна з найдинамічніших галузей туристичної індустрії, має значний потенціал для формування позитивного іміджу територій, стимулювання економічного розвитку регіонів, розширення культурного обміну та залучення інвестицій.

У роботі досліджено сутність поняття «івентний туризм», його види, функції та роль у сучасній туристичній системі. Особливу увагу приділено аналізу досвіду Республіки Польща, яка за останні десятиліття досягла значних успіхів у розвитку подієвих заходів міжнародного рівня, зокрема фестивалів, культурних форумів, спортивних подій та бізнес-конференцій. Розглянуто моделі управління івентною діяльністю, державну підтримку подієвих ініціатив, систему партнерства між органами влади, бізнесом і громадськими організаціями.

Ключові слова: івентний туризм, досвід Польщі, подієвий туризм, туристична індустрія, міжнародна співпраця, розвиток регіонів, туризм в Україні.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ	
1.1 Поняття івентивного туризму та його роль у сучасній туристичній індустрії.....	7
1.2. Новітні підходи до класифікації івентів.....	14
1.3. Особливості організації івентивного туризму в європейських країнах.....	20
РОЗДІЛ 2. ДОСВІД РЕСПУБЛІКИ ПОЛЬЩА В ОРГАНІЗАЦІЇ ІВЕНТ ТУРИЗМУ	
2.1. Загальна характеристика туристичної індустрії Польщі.....	26
2.2. Основні напрямки розвитку івент туризму в Польщі.....	30
2.3. Стратегії та підходи до організації івентів (державний та приватний сектор) в Республіці Польща.....	36
2.4. Ключові приклади успішних івентів у Польщі.....	40
РОЗДІЛ 3. МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПОЛЬСЬКОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ІВЕНТ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	
3.1. Аналіз потенціалу українського ринку івентивного туризму.....	46
3.2. Порівняльний аналіз організаційних підходів розвитку івент туризму в Польщі та Україні.....	51
3.3. Рекомендації щодо адаптації польських практик до українських умов.....	56
3.4. Прогноз ефективності впровадження досвіду розвитку івент туризму Польщі в Україні.....	62
ВИСНОВКИ.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	70

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний туризм є однією з найдинамічніших галузей світової економіки, що активно впливає на соціально-культурний, економічний і просторовий розвиток держав. Одним із ключових напрямів, який набуває все більшої популярності у світі, є івентний (подієвий) туризм — форма туристичної діяльності, заснована на організації та відвідуванні різноманітних подій: культурних, мистецьких, спортивних, релігійних, ділових, розважальних тощо. Івентний туризм не лише сприяє диверсифікації туристичних продуктів, а й виступає дієвим інструментом розвитку регіонів, підвищення їхньої привабливості та формування позитивного іміджу країни.

В умовах сучасних викликів, зокрема воєнного стану, економічної нестабільності та необхідності відновлення внутрішнього туристичного ринку, Україна потребує нових підходів до розвитку туризму, що базуються на креативних і конкурентоспроможних моделях. Однією з таких моделей є досвід Республіки Польща — країни, яка змогла за короткий час перетворити івентний туризм на потужний чинник культурної дипломатії, економічного зростання та міжнародного співробітництва. Польща активно використовує подієвий туризм як інструмент просування національної культури, бренду територій та залучення туристичних потоків, що є особливо цінним для України на шляху інтеграції до європейського простору.

Польський досвід у сфері організації івентного туризму демонструє ефективну взаємодію державного та приватного секторів, розвиток інфраструктури, використання сучасних технологій, формування спеціалізованих інституцій та стратегій підтримки подій на локальному, регіональному й національному рівнях. Вивчення цих практик є важливим для визначення можливостей їх адаптації до українських умов з урахуванням соціально-економічних реалій, ресурсного потенціалу та культурних особливостей нашої держави.

Актуальність теми зумовлена потребою в підвищенні конкурентоспроможності українського туристичного ринку через впровадження

ефективних управлінських та маркетингових підходів, розвиток подієвих ініціатив, розширення міжнародного партнерства та формування позитивного іміджу України як привабливої туристичної дестинації. Аналіз досвіду Польщі дозволяє не лише визначити напрями вдосконалення української моделі івентного туризму, а й створити умови для інтеграції нашої країни у європейський простір подієвої культури та індустрії креативних подій.

Об'єктом дослідження є процес організації та розвитку івентного туризму в Україні та Республіці Польща.

Предметом дослідження є напрями використання польського досвіду в розвитку івентного туризму в Україні, зокрема управлінські, організаційні, маркетингові та інноваційні підходи.

Метою дослідження є обґрунтування можливостей і напрямів використання досвіду Республіки Польща в організації івентного туризму для підвищення ефективності функціонування туристичної сфери України.

Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких **завдань**:

- розкрити сутність і значення івентного туризму у сучасній туристичній системі;
- дослідити етапи становлення та особливості розвитку подієвого туризму в Польщі;
- проаналізувати структуру, форми та інструменти управління івентною діяльністю;
- визначити чинники успішності польської моделі івентного туризму;
- запропонувати напрями адаптації позитивного досвіду Польщі до українських умов.

Методи дослідження ґрунтуються на системному, порівняльному, аналітичному, статистичному та структурно-функціональному підходах. Використано методи аналізу документів, контент-аналізу, узагальнення досвіду, експертних оцінок і компаративістики.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості застосування запропонованих у дослідженні рекомендацій органами державної

влади, туристичними установами, місцевими громадами та бізнес-структурами для формування ефективної стратегії розвитку івентного туризму в Україні на основі європейських стандартів.

Структура роботи. Дипломна (магістерська) робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ

1.1 Поняття івентивного туризму та його роль у сучасній туристичній індустрії

У сучасній науковій і практичній літературі поняття «івентивний туризм» трактується по-різному, що пояснюється багатогранністю цього явища та його активним розвитком у світі. Якщо раніше подієвий туризм розглядався як допоміжний елемент культурного чи ділового туризму, то нині він виділився в окремий напрям, який має власні теоретичні основи, специфіку організації та економічне значення для розвитку регіонів.

Головна особливість івентивного туризму полягає в тому, що подія виступає основним мотивом подорожі туриста. Люди приїжджають не лише для відпочинку чи ознайомлення з культурними пам'ятками, а насамперед для того, щоб стати учасниками певного заходу — фестивалю, спортивного чемпіонату, ярмарку, концерту, бізнес-форуму чи релігійного свята. Така поїздка має на меті отримати нові емоції, досвід і враження, що значно підвищує її цінність у порівнянні з традиційними формами туризму [36, с. 65].

Основні сучасні підходи до визначення івентивного туризму:

1. Економічний підхід - згідно з цим підходом, івентивний туризм розглядається як потужний інструмент розвитку місцевої економіки. Масові заходи стимулюють попит на транспорт, готелі, ресторани, сувенірну продукцію, створюють нові робочі місця. Наприклад, великі фестивалі у Польщі чи Німеччині приносять місцевим громадам мільйони євро прибутку щороку. У цьому сенсі івентивний туризм визначають як вид туризму, головною метою якого є організація та відвідування подій з метою максимізації економічного ефекту для території.

2. Соціокультурний підхід. Івентивний туризм у цьому контексті трактується як форма культурного обміну. Події стають простором знайомства з традиціями, мистецтвом, національною кухнею, народними святами.

Відвідування подій сприяє формуванню толерантності, збереженню культурної спадщини та взаєморозумінню між народами. Наприклад, фестиваль кави у Львові чи міжнародний фестиваль вуличного мистецтва у Вроцлаві не лише приваблюють туристів, а й знайомлять їх з унікальними культурними традиціями.

3. Маркетинговий підхід - у цьому випадку івентивний туризм розглядають як інструмент підвищення туристичної привабливості та формування бренду території. Події стають «візитною карткою» міст і країн, створюючи їхній позитивний імідж у світі. Наприклад, Open'er Festival у Гдині перетворився на бренд, завдяки якому Польща стала відомою серед молодіжної аудиторії Європи. Таким чином, івентивний туризм визначають як стратегію просування територій на міжнародному туристичному ринку через організацію унікальних заходів.

4. Рекреаційний підхід - тут увага зосереджена на особистісному вимірі подорожей. Івентивний туризм сприймається як форма дозвілля, що дозволяє туристам відволіктися від буденності, отримати нові емоції та враження. Туристи відвідують фестивалі музики, гастрономії, кіно чи спорту для розваги й відпочинку. За цим підходом івентивний туризм визначають як спосіб організації вільного часу туристів через участь у культурних, спортивних і розважальних подіях.

5. Інтеграційний (комплексний) підхід. Сучасні дослідники дедалі частіше наголошують, що івентивний туризм не можна розглядати в межах одного підходу, адже він поєднує всі зазначені аспекти. У сучасній інтерпретації івентивний туризм можна визначити як багатогранний вид туристичної діяльності, що базується на участі у спеціально організованих подіях різного масштабу, які мають економічне, культурне, соціальне та рекреаційне значення як для туристів, так і для приймаючої території.

Таблиця 1.1. Приклади сучасного розуміння івентивного туризму [36, с. 66-67].

Польща.	Тут івентивний туризм інтегровано у національну стратегію розвитку туризму. Фестивалі, концерти, виставки й спортивні події просуваються як інструмент підвищення привабливості країни, особливо для іноземних туристів.
Україна.	Сьогодні івентивний туризм активно формується через музичні фестивалі (Atlas Weekend, ZaxidFest), гастрономічні свята (Lviv Coffee Festival, «Uzhhorod Wine Festival»), а також спортивні події. Водночас українським організаторам ще бракує системності та державної підтримки, що відрізняє нас від європейського досвіду.
Міжнародний досвід.	У Німеччині Oktoberfest став символом країни, у Великій Британії — Wimbledon, у Франції — Каннський кінофестиваль. Усі ці події одночасно є культурними, економічними й маркетинговими інструментами розвитку туризму.

Сучасні підходи до визначення івентивного туризму показують, що це явище є багатовимірним і комплексним. З одного боку, воно приносить значний економічний ефект, з іншого — сприяє культурному розвитку та формуванню іміджу територій. У широкому розумінні івентивний туризм можна розглядати як синтез економічної вигоди, соціокультурного обміну, маркетингової стратегії та рекреаційної діяльності, який забезпечує унікальні враження для туристів і створює нові можливості для розвитку міст і країн.

Таблиця 1.2. Визначення поняття «івентивний туризм» у працях різних дослідників та організацій [16, с. 112-114]

Автор / Організація	Визначення івентивного туризму	Акцент / Особливість підходу
UNWTO (Всесвітня)	Івентивний туризм — це подорож, мотивована участю у спеціально організованих подіях (культурних,	Комплексний підхід: події як головний мотив подорожі.

туристична організація)	спортивних, ділових чи розважальних), які формують основну мету подорожі.	
Getz D. (2008, Канада)	Event tourism — це стратегічне планування, маркетинг та управління подіями як туристичним продуктом, що має значний вплив на економіку й імідж дестинацій.	Маркетинговий та економічний акцент.
Getz D. & Page S. (2016)	Event tourism — один із ключових напрямів індустрії подій, що поєднує організацію заходів і управління туристичними потоками.	Події — як складова «event management».
Derrett R. (2004, Австралія)	Подієвий туризм — це особлива форма туризму, де подія виступає головним мотивом поїздки і створює унікальний соціокультурний досвід.	Соціокультурний підхід.
Richards G. (2007, Нідерланди)	Event tourism — це відвідування спеціально організованих заходів, які мають культурну, освітню чи розважальну цінність.	Акцент на культурному розвитку та освіті.
Smith A. (2012, Велика Британія)	Подієвий туризм — це участь у фестивалях, концертах, виставках, які забезпечують рекреаційний ефект і формують позитивні емоції.	Рекреаційний аспект, емоційність.
Arcodia C., Whitford M. (2006)	Event tourism — це організація подій, які стають ресурсом для залучення туристів та розвитку дестинації.	Розвиток території, локальний вимір.

Hall C. M. (1992, Нова Зеландія)	Event tourism — важливий компонент національної туристичної політики, що використовується для стимулювання туризму і підвищення привабливості країн.	Державна політика, стратегічний вимір.
Ritchie B. (1984, Канада)	Івентивний туризм — це планування та проведення подій, які впливають на економіку регіону та створюють унікальний досвід для туристів.	Один із перших комплексних підходів.
Crompton J. & McKay S. (1997, США)	Event tourism — подорож, зумовлена відвідуванням подій, що задовольняють потреби у відпочинку, розвагах та культурному обміні.	Рекреаційно-культурний вимір.
Radvila K. (2016, Польща)	Івентивний туризм — це напрям туристичної діяльності, що спрямований на організацію культурних і спортивних заходів, які формують міжнародний імідж країни.	Іміджевий акцент, досвід Польщі.
Berridge G. (2007, Велика Британія)	Event tourism — створення «виняткових моментів», що мотивують подорожі та формують нові враження у туристів.	Емоційний і психологічний аспект.
Українські дослідники (Мельниченко О., 2020)	Подієвий туризм — це подорож, основним мотивом якої є участь у культурних, спортивних чи розважальних заходах, що сприяють розвитку регіону.	Регіональний розвиток, культурна складова.
Українські дослідники	Івентивний туризм — це перспективний напрям, який включає	Маркетинг територій, урбаністичний вимір.

(Козловський Ю., 2018)	організацію фестивалів, виставок і ярмарків як засобів підвищення туристичної привабливості міст.	
Bondarenko V. (Україна, 2019)	Подієвий туризм — одна з найбільш динамічних форм туризму, що сприяє активізації культурного життя суспільства і залученню іноземних туристів.	Динамічність, інтеграція у світовий ринок.
Hodari D. (2015, США)	Event tourism — це управління туристичними потоками через створення унікальних подій, що поєднують бізнес, культуру та відпочинок.	Інтеграційний підхід (бізнес + культура).

Івент-туризм сьогодні займає важливе місце у світовій туристичній індустрії та розглядається як один із найбільш перспективних напрямів її розвитку. Якщо ще кілька десятиліть тому подорожі з метою участі у подіях вважалися другорядними, то тепер вони стають головною причиною вибору дестинації для значної кількості туристів. Люди все частіше планують свої поїздки не лише для огляду визначних пам'яток чи відпочинку, а насамперед для того, щоб відвідати цікаву подію — музичний фестиваль, спортивний чемпіонат, міжнародну виставку, гастрономічне свято чи культурний захід.

Роль івент-туризму в першу чергу проявляється у його економічному значенні. Будь-яка масштабна подія, особливо міжнародного рівня, приваблює велику кількість відвідувачів, які активно користуються туристичною інфраструктурою. Це означає, що готелі, ресторани, транспортні компанії, сувенірні магазини та сфера розваг отримують додаткові доходи. Для місцевих громад це створює нові робочі місця, сприяє розвитку малого бізнесу та формує стабільні податкові надходження. Наприклад, у Польщі Open'er Festival у місті Гдиня щороку приваблює десятки тисяч туристів, що приносить мільйони євро до місцевої економіки. В Україні подібну роль відіграють такі події, як Atlas

Weekend у Києві чи Leopold Jazz Fest у Львові, які стимулюють туристичні потоки й підтримують розвиток готельного та ресторанного бізнесу.

Окрім економічного виміру, івент-туризм виконує соціокультурну функцію. Події стають своєрідними майданчиками для знайомства з культурою та традиціями певної країни чи регіону. Туристи, відвідуючи такі заходи, не лише отримують позитивні емоції, а й глибше розуміють історію, мистецтво та національні особливості. Участь у фестивалях кави у Львові чи винних святах на Закарпатті дозволяє відчувати унікальну атмосферу регіону й краще зрозуміти його мешканців. У Польщі прикладом може бути Juwenalia — студентський фестиваль, що демонструє молодіжну культуру та сучасні традиції. У ширшому сенсі івент-туризм сприяє збереженню культурної спадщини, оскільки багато подій базуються саме на автентичних звичаях, обрядах та фольклорі.

Ще одна важлива роль івент-туризму — маркетингова та іміджева. Події стають «візитними картками» міст і країн, формуючи їхній позитивний образ на міжнародному туристичному ринку. Коли ми чуємо про Венецію, то одразу згадуємо її карнавал, Канни асоціюються з кінофестивалем, а Мюнхен — з Октоберфестом. Подібні приклади поступово з'являються й в Україні: Львів — із кавовим та шоколадним фестивалями, Одеса — з «Одеса Кінофестом», Київ — із масштабними музичними подіями. Такі заходи допомагають просувати міста на світовому рівні та роблять їх привабливими для іноземних туристів [16, с. 121].

Івент-туризм також має велике значення з точки зору рекреації та емоційного досвіду туристів. Сучасні мандрівники прагнуть не просто побачити нові місця, а й отримати унікальні враження, які неможливо пережити вдома. Участь у концерті улюбленого гурту, відвідування міжнародного спортивного змагання чи участь у вуличному святі залишає глибокі спогади та створює емоційну цінність подорожі. Це є однією з причин, чому івент-туризм має таку популярність серед молоді, адже саме вона шукає яскравих, незвичних і «живих» емоцій.

Крім того, не можна оминати і освітньо-професійний аспект івент-туризму. Чимало подій мають конференційний або виставковий формат і поєднують туризм із професійним навчанням, діловим спілкуванням чи науковим обміном. Участь у таких заходах сприяє професійному розвитку учасників, формує міжнародні контакти та розширює можливості для бізнесу. Це стосується як студентських конференцій, так і великих виставок — наприклад, туристичних чи аграрних експо у Варшаві або Києві.

У підсумку можна сказати, що роль івент-туризму у сучасній туристичній індустрії є багатовимірною. Він поєднує економічний ефект, забезпечуючи значні прибутки, соціокультурний розвиток, сприяючи збереженню традицій і культурному обміну, маркетингову функцію, створюючи позитивний імідж територій, а також рекреаційно-емоційну цінність, даруючи туристам незабутні враження. Крім того, він має важливе освітнє та професійне значення, інтегруючи туризм із наукою й бізнесом. Саме завдяки такій комплексності івент-туризм вважається одним із найдинамічніших і найперспективніших напрямів розвитку туризму як у світі, так і в Україні та Польщі.

1.2. Новітні підходи до класифікації івентів

Класифікація івентів є важливим завданням сучасної науки про туризм і практики туристичної індустрії, адже саме систематизація подій дозволяє більш чітко зрозуміти їхню специфіку, значення та потенціал для розвитку туризму. Традиційно в основі класифікації лежали такі критерії, як масштаб (локальні, національні, міжнародні, глобальні), тематика (культурні, спортивні, ділові, розважальні, релігійні) та періодичність (разові чи регулярні). Проте розвиток світової івент-індустрії, зростання ролі цифрових технологій і зміна поведінки туристів зумовили появу нових підходів, що більш адекватно відображають сучасні процеси.

Одним із найважливіших новітніх напрямів класифікації є підхід, орієнтований на емоційно-враженнєвий потенціал подій. У цьому контексті події

розглядаються не лише як організаційні заходи, а як унікальні «продукти досвіду». Відповідно до цього, виділяють івенти, що дарують сильні емоції та розваги (фестивалі музики, спортивні матчі, карнавали), івенти, спрямовані на інтелектуальний та професійний розвиток (наукові конференції, бізнес-форуми, виставки), а також івенти-ідентичності, які дозволяють відчувати національну або регіональну унікальність (народні свята, етнічні фестивалі, релігійні процесії). Наприклад, Leopolis Jazz Fest у Львові поєднує емоційний і культурний складники, тоді як конференції в Кракові мають яскраво виражену освітньо-наукову спрямованість.

Важливим є і підхід, пов'язаний із цифровою трансформацією івентів. З огляду на розвиток інтернет-технологій і пандемічний досвід, дедалі більшого поширення набули онлайн- та гібридні формати. Тепер події можна поділяти на традиційні офлайн-івенти, що передбачають фізичну присутність, онлайн-івенти, які відбуваються у віртуальному середовищі (вебінари, онлайн-виставки, трансляції концертів), та гібридні івенти, де поєднано обидва формати. Наприклад, міжнародні ярмарки туризму у Варшаві чи Берліні останніми роками проводяться у гібридному форматі, що дозволяє залучати як локальних відвідувачів, так і глобальну аудиторію [4, с. 617].

Ще один новітній підхід базується на інтеграції подій у туристичний досвід. Тут івенти класифікуються за роллю, яку вони відіграють у подорожі. Деякі події стають основною метою поїздки, як, наприклад, Октоберфест у Німеччині або Atlas Weekend у Києві. Інші виконують роль додаткового мотиву: турист приїздить до Львова заради архітектури та гастрономії, але паралельно бере участь у фестивалі шоколаду. Нарешті, існують випадкові події, участь у яких не планується заздалегідь, але стає приємним доповненням подорожі, наприклад, локальне свято у польському містечку чи вуличний ярмарок у Карпатах.

Значне місце у сучасній класифікації займає критерій креативності та унікальності івентів. Окрім традиційних фестивалів і карнавалів, дедалі більшої популярності набувають нестандартні заходи, що орієнтовані на вузьку цільову

аудиторію. Це можуть бути фестивалі крафтового пива, дні вуличної їжі, косплей-конвенти, VR-шоу, історичні реконструкції або гастрономічні тури, присвячені окремому продукту. Наприклад, у Польщі велику популярність здобули фестивалі вуличної їжі та крафтового пива у Вроцлаві, а в Україні активно розвиваються фестивалі локальних продуктів — вина, сиру, меду.

Окремо розглядається класифікація за економічною та соціальною значущістю. Тут івенти поділяються на мега-івенти, які мають глобальне значення й формують світові туристичні потоки (Олімпійські ігри, Чемпіонати світу, «Євробачення»); мажор-івенти, що приваблюють національних і регіональних туристів (наприклад, Open'er Festival у Гдині чи Книжковий форум у Львові); та мікро-івенти — невеликі свята, які мають велике значення для місцевих громад, але не виходять за межі регіону. Важливо підкреслити, що навіть невеликі заходи відіграють значну роль у підтримці внутрішнього туризму та розвитку локальної ідентичності.

Таблиця 1.3. Класифікація івентів [4, с. 230].

Критерій класифікації	Типи івентів	Підтипи	Приклади	Особливості / акцент
Емоційно-враженневий потенціал	Івенти-емоції	Музичні фестивалі	Atlas Weekend (Київ), Open'er Festival (Гдиня)	Створюють сильні емоції, драйв, емоційний досвід туристів
		Концерти	Lviv Jazz Fest, Pol'and'Rock Festival	Прямий контакт з виконавцями, живі виступи
		Спортивні змагання	Чемпіонати світу, Ліга чемпіонів UEFA, марафони	Висока динаміка, азарт, мотивація для активного туризму

	Івенти- знання	Конферен ції	IT Forum Lviv, конференції в Кракові	Освітня цінність, професійний розвиток
		Бізнес- форуми	Ялтинська конференція, Startup Fest (Польща)	Формування ділових контактів, інтеграція бізнесу та туризму
		Виставки	Туристичні та аграрні експо	Обмін досвідом, презентація продуктів і технологій
	Івенти- ідентичн ості	Народні та етнічні фестивалі	Свято Івана Купала, Juwenalia (Польща)	Підкреслюють культурну та національну унікальність
		Релігійні процесії	Вербна неділя у Львові, Фестиваль Божого тіла (Польща)	Підтримка духовної та культурної ідентичності
	Формат проведення	Офлайн	Традицій ні фестивалі та концерти	Львівський кавовий фестиваль, Oktoberfest
Онлайн		Віртуаль ні події	Вебінари, онлайн- виставки,	Доступність для глобальної аудиторії, зменшення витрат

			онлайн-концерти	
	Гібридні	Змішані формати	Гібридні конференції та фестивалі	Поєднання офлайн та онлайн, максимальне охоплення
Рівень інтеграції у туризм	Основна мета подорожі	Головні події	Eurovision, Open'er Festival, Atlas Weekend	Турист планує поїздку саме заради події
	Додатковий мотив	Під час туристичної поїздки	Фестивалі шоколаду у Львові, ярмарки у Закарпатті	Подія доповнює подорож, робить її більш насиченою
	Випадковий елемент	Спонтанна участь	Локальні святкування, вуличні події	Турист випадково стає учасником, елемент сюрпризу
Креативність та унікальність	Традиційні	Національні свята	День Незалежності України, День міста Кракова	Усталені традиції, великі аудиторії
	Нішеві / тематичні	Крафтові та гастрономічні фестивалі	Фестиваль крафтового пива (Вроцлав), фестивалі сиру та вина (Україна)	Орієнтовані на вузькі аудиторії, високий креативний потенціал
		Косплей та VR-шоу	Косплей-фестивалі у Варшаві, VR-конференції	Використання сучасних технологій, інноваційність

Економічна та соціальна значущість	Мега-івеннти	Глобальні	Олімпійські ігри, Чемпіонати світу, Eurovision	Формують світові туристичні потоки, великий економічний ефект
	Мажор-івеннти	Національні / регіональні	Open'er Festival (Гдиня), Atlas Weekend (Київ), Львівський Book Forum	Приваблюють туристів з різних регіонів, розвиток внутрішнього туризму
	Мікро-івеннти	Локальні	Свята міст та сіл, невеликі культурні фестивалі	Підтримка місцевих громад, збереження культурної спадщини
Сталий / соціально відповідальний аспект	Екологічні	«Зелені» фестивалі	Pol'and'Rock з екологічними ініціативами	Мінімізація негативного впливу на довкілля, екологічна свідомість
	Соціально відповідальні	Інклюзивні та громадські заходи	Фестивалі з залученням волонтерів, заходи для людей з обмеженими можливостями	Підтримка місцевих спільнот, соціальна інтеграція

Новітні підходи до класифікації івентів також враховують сталість і відповідальність подій. У сучасному туризмі дедалі частіше застосовуються екологічні стандарти, мінімізація відходів, використання альтернативної енергії, розвиток інклюзивності та залучення місцевих громад. Це створює окремий клас «зелених» або соціально відповідальних івентів, що відповідають новим ціннісним орієнтирам суспільства. Прикладом може бути впровадження системи

екологічного менеджменту на фестивалі Pol'and'Rock у Польщі або використання екологічних технологій під час проведення музичних фестивалів в Україні [33, с. 42].

Таким чином, новітні підходи до класифікації івентів значно виходять за межі традиційних критеріїв. Вони відображають складність і багатогранність сучасної івент-індустрії, враховують нові тенденції, пов'язані з емоційним впливом, цифровими технологіями, інтеграцією у туристичний досвід, креативністю, економічною та соціальною значущістю, а також відповідальністю за довкілля й суспільство. Саме такий багатофакторний підхід дозволяє більш повно аналізувати різні типи подій і визначати їхню роль у розвитку сучасного туризму як у світі загалом, так і в Україні та Польщі зокрема.

1.3. Особливості організації івентивного туризму в європейських країнах

Івентивний туризм у європейських країнах займає важливе місце в туристичній індустрії та розглядається як один із ключових напрямів розвитку сучасного туризму. Головною особливістю цього типу туризму є те, що участь у конкретній події стає основним мотивом поїздки, а не просто огляд визначних пам'яток чи відпочинок. Події можуть бути різного характеру: культурними, спортивними, розважальними, гастрономічними чи діловими. Високий рівень організації івентів у Європі обумовлений стабільною інфраструктурою, підтримкою держави та муніципалітетів, а також комплексним підходом до планування і маркетингу заходів.

Однією з ключових особливостей є державна та муніципальна підтримка івентів. У багатьох країнах Європи фестивалі, культурні свята та спортивні чемпіонати фінансуються частково або повністю місцевими органами влади та державними фондами культури. Це дозволяє проводити події на високому рівні, забезпечувати доступність для широкої аудиторії та гарантувати сталий розвиток і повторюваність заходів. Так, Oktoberfest у Мюнхені фінансується за участю

місцевих муніципалітетів і туристичних організацій, що забезпечує його щорічне проведення на високому рівні. Open'er Festival у польській Гдині також отримує підтримку державних і муніципальних органів, що дозволяє залучати десятки тисяч туристів з різних країн. В Україні прикладом ефективної підтримки є Atlas Weekend у Києві та Leopold Jazz Fest у Львові, які фінансуються за участю місцевих органів влади та спонсорів, що дозволяє розширювати інфраструктуру та підвищувати рівень комфорту для туристів.

Ще однією особливістю є системний підхід до планування та маркетингу івентів. У Європі організатори враховують економічний, культурний і соціальний ефект заходу, а також проводять дослідження цільової аудиторії, планують транспортну та готельну інфраструктуру, готують комунікаційні та рекламні кампанії. Наприклад, Каннський кінофестиваль у Франції поєднує демонстрацію фільмів із майстер-класами, професійними форумами та зустрічами для кінопрофесіоналів, що робить його привабливим не лише для туристів, а й для спеціалістів з усього світу. У Польщі ярмарки та фестивалі (наприклад, *Juwenalia* у Кракові) супроводжуються активною промоцією, залученням локальних і міжнародних туроператорів і партнерських програм, що забезпечує високий рівень відвідуваності [38, с. 95].

Європейські країни також виділяються розвиненою транспортною та готельною інфраструктурою, що дозволяє ефективно обслуговувати великий потік туристів під час проведення подій. Наприклад, фестивалі у Німеччині чи Польщі розташовуються поруч із залізничними вузлами та міжнародними аеропортами, а широка мережа готелів і апартаментів забезпечує комфорт для туристів різного рівня доходів. У Львові та Києві, на час проведення великих фестивалів, мережа готелів та хостелів працює за підвищеними стандартами якості та обслуговування, що дозволяє приймати тисячі учасників.

Ще однією характерною рисою є поєднання культурного, освітнього та розважального компонентів у подіях. Європейські фестивалі зазвичай включають концерти, виставки, лекції, майстер-класи та спортивні змагання одночасно, що робить події більш універсальними та привабливими для

широкого кола туристів. Наприклад, Edinburgh Festival у Шотландії поєднує театральні вистави, концерти, майстер-класи та вуличні перформанси, створюючи комплексний культурний досвід. В Україні аналогом є Leopold Jazz Fest, де окрім концертів музичних виконавців проводяться освітні лекції та майстер-класи.

Сучасний івентивний туризм у Європі також приділяє значну увагу сталому розвитку та екологічній відповідальності. Багато фестивалів та спортивних подій впроваджують принципи «зелених» подій: сортування відходів, використання енергозберігаючих технологій, мінімізація одноразових матеріалів, залучення громадських організацій для контролю за екологічною складовою. Pol'and'Rock Festival у Польщі активно проводить екологічні освітні програми та впроваджує заходи для зменшення негативного впливу на довкілля. В Україні починають застосовувати аналогічні практики на фестивалях вуличної їжі, музичних фестивалях та спортивних заходах.

Ще одна особливість — високий рівень безпеки та стандартів організації подій. У Європі туристи можуть бути впевнені у дотриманні норм безпеки, медичного супроводу та правових аспектів проведення заходів. Це робить події доступними для всіх категорій туристів, включаючи сім'ї з дітьми, людей з обмеженими можливостями та міжнародних учасників.

Важливим аспектом є активне залучення місцевих громад. У європейських країнах організатори івентів прагнуть, щоб події приносили користь місцевому населенню: через продаж товарів і послуг, волонтерську участь, залучення до культурних заходів та інфраструктурних проєктів. Це дозволяє забезпечити соціальний ефект і розвивати локальну економіку.

Таблиця 1.3. Організація івентивного туризму в європейських країнах [38, с. 107-110].

1. Підтримка і фінансування	- Державна підтримка: урядові програми, муніципальні гранти. Приклади: Oktoberfest
-----------------------------	--

	(Німеччина), Open'er Festival (Польща), Atlas Weekend (Україна); - Спонсори та приватний сектор: бізнес-спонсорство, партнерські програми; - Забезпечення сталості та повторюваності проведення.
2. Планування та маркетинг	- Аналіз цільової аудиторії: туристи, місцеві жителі, міжнародні гості; - Планування інфраструктури: транспорт, готелі, логістика; - Рекламні та PR-кампанії: соціальні мережі, медіапартнери, туроператори Приклади: Каннський кінофестиваль (Франція), Juwenalia (Польща), Leopold Jazz Fest (Україна).
3. Формат проведення подій	- Офлайн: традиційні концерти, фестивалі, спортивні заходи; - Онлайн: вебінари, віртуальні виставки, трансляції концертів; - Гібридні: поєднання офлайн та онлайн. Приклади: Edinburgh Festival (Шотландія, офлайн+онлайн), Pol'and'Rock Festival (Польща, гібрид).
4. Типи подій за метою туристичної подорожі	- Основна мета поїздки: Eurovision, Open'er Festival, Atlas Weekend; - Додатковий мотив: фестивалі шоколаду (Львів), ярмарки (Закарпаття); - Випадковий елемент: місцеві свята, вуличні події.

5. Культурний, освітній та розважальний компоненти	- Культурний: концерти, театральні вистави, виставки; - Освітній: майстер-класи, лекції, конференції; - Розважальний: спортивні заходи, квести, фестивалі їжі. Приклади: Leopold Jazz Fest (Львів), Edinburgh Festival, Каннський кінофестиваль.
6. Екологічна та соціальна відповідальність	- Екологічні ініціативи: сортування сміття, мінімізація одноразових матеріалів, енергозбереження; - Соціально відповідальні проекти: волонтерство, інклюзія, підтримка місцевих громад. Приклади: Pol'and'Rock Festival (Польща, екологія), локальні українські фестивалі з інклюзією.
7. Безпека та стандарти організації	- Медичний супровід, охорона, дотримання правових норм; - Забезпечення доступності для сімей, людей з обмеженими можливостями та міжнародних туристів.

Таким чином, організація івентивного туризму в європейських країнах відзначається комплексним підходом, який включає державну підтримку, системне планування та маркетинг, розвинену транспортну та готельну інфраструктуру, поєднання культурного та розважального компонентів, екологічну відповідальність, високий рівень безпеки та активну участь місцевих громад. Подібні підходи сприяють розвитку туризму, створюють економічні, культурні та соціальні ефекти, формують позитивний імідж міст і країн та забезпечують туристам незабутні враження.

При порівнянні з Україною можна відзначити, що, хоча масштаб та інфраструктура ще поступаються європейським стандартам, практика

організації великих фестивалів, концертів, спортивних та гастрономічних подій демонструє позитивну динаміку. Українські міста все частіше впроваджують сучасні підходи до маркетингу, планування та безпеки, переймаючи досвід європейських країн і адаптуючи його під місцеві реалії.

РОЗДІЛ 2

ДОСВІД РЕСПУБЛІКИ ПОЛЬЩА В ОРГАНІЗАЦІЇ ІВЕНТ ТУРИЗМУ

2.1. Загальна характеристика туристичної індустрії Польщі

Туристична індустрія Польщі є однією з найважливіших галузей економіки країни та динамічно розвивається протягом останніх десятиліть. Польща приваблює туристів завдяки своєму багатому історико-культурному спадку, мальовничим природним ландшафтам, сучасній інфраструктурі та високому рівню обслуговування. Географічне розташування країни у центрі Європи робить її зручною для відвідування туристами з різних частин континенту, а також з інших регіонів світу.

Польща має унікальне поєднання історичних міст і сучасних туристичних центрів. Серед найбільш відомих міст, які приваблюють туристів, можна виділити Краків — культурну столицю країни, відомий своїм середньовічним старим містом та королівським замком Вавель; Варшаву — столицю, де гармонійно поєднуються історія та сучасна архітектура; Гданськ — портове місто з багатою морською історією; а також Вроцлав і Познань, які відомі своєю архітектурною унікальністю та активним культурним життям. Окрім міст, Польща славиться природними туристичними зонами: Татри та Судети приваблюють любителів гірськолижного та піших походів, а Балтійське узбережжя з пісчаними пляжами та курортами — шанувальників морського відпочинку. Також значну популярність набувають національні парки, серед яких Беловезька Пуща, Словінський національний парк та Бещади, що дозволяють туристам насолоджуватися унікальною флорою і фауною [36, с. 66].

Економічна значущість туристичної індустрії Польщі постійно зростає. Галузь забезпечує значну частку доходів державного та місцевих бюджетів, сприяє створенню робочих місць у сфері готельного господарства, ресторанного бізнесу, транспортного обслуговування та культурних послуг. Важливою особливістю польського туризму є різноманітність його сегментів:

- Культурно-пізнавальний туризм – основний напрямок, що включає відвідування історичних пам'яток, музеїв, архітектурних ансамблів та культурних фестивалів;
- Природний і рекреаційний туризм – активний відпочинок у горах, на озерах, у лісових масивах і національних парках;
- Гірсько-ліжний туризм – популярний у зимовий період, особливо в Татрах і Судетах, де розвинена інфраструктура лижних курортів;
- Пляжний туризм – на узбережжі Балтійського моря, зокрема в містах Сопот, Гдиня та Колобжег, що пропонують сучасні пляжні комплекси та активності для відпочивальників;
- Діловий та конгресний туризм – проведення конференцій, бізнес-форумів та корпоративних заходів у великих містах із розвиненою готельною інфраструктурою;
- Гастрономічний та етнографічний туризм – знайомство з польською кухнею, традиційними ремеслами, народними святами та фестивалями.

Інфраструктура туризму в Польщі активно модернізується. У країні функціонують тисячі готелів, хостелів, апартаментів і приватних садиб, які відповідають міжнародним стандартам. Розвивається транспортна система: сучасні аеропорти, високошвидкісні залізниці та розгалужена мережа автодоріг забезпечують зручну доступність туристичних об'єктів. Державні та приватні інвестиції спрямовані на розвиток туристичної інфраструктури, популяризацію культурної та природної спадщини, а також на забезпечення високого рівня сервісу [36, с. 67].

Особливу увагу Польща приділяє сталому розвитку туризму та збереженню навколишнього середовища. Країна активно впроваджує програми з охорони національних парків, підтримки екологічних видів транспорту, енергоефективних готельних комплексів та відповідального поводження з відходами. Це дозволяє не лише підтримувати привабливість туристичних об'єктів, але й забезпечує довгострокову конкурентоспроможність країни на міжнародному туристичному ринку.

Сучасна туристична індустрія Польщі демонструє стабільне зростання, що підтверджується збільшенням кількості іноземних туристів. Основними країнами-джерелами відвідувачів є Німеччина, Великобританія, Італія, США та країни Азії. При цьому держава активно використовує маркетингові стратегії, участь у міжнародних туристичних виставках, розвиток онлайн-платформ для бронювання та просування національних туристичних продуктів. Туризм у Польщі стає не лише економічним фактором, але й важливим елементом культурної дипломатії, сприяючи популяризації польської історії, традицій та сучасних досягнень на міжнародній арені.

Туризм є однією з ключових галузей економіки Польщі, що демонструє стабільне зростання та адаптацію до сучасних викликів і тенденцій. Країна приваблює туристів завдяки поєднанню багатой історико-культурної спадщини, мальовничих природних ландшафтів, високому рівню сервісу та розвиненій інфраструктурі.

Таблиця 2.1. Загальна характеристика туристичної індустрії Польщі [33, с. 43].

1. Основні статистичні дані	- Кількість туристичних прибуттів: У 2023 році Польщу відвідало 18 986 700 іноземних туристів, що на 19,3% більше порівняно з 2022 роком; - Витрати туристів: У 2024 році витрати міжнародних туристів склали 76,9 млрд злотих, що на 2,8% менше, ніж у 2019 році; - Внесок у ВВП: У 2024 році сектор туризму сприяв економіці Польщі на суму 144,5 млрд злотих, що становить 4% від ВВП країни; - Прогноз на 2025 рік: Очікується, що у 2025 році сектор туризму принесе до 165,5 млрд злотих, перевищивши рівень 2019 року на 5,9%.
-----------------------------	--

2. Сегменти туристичної індустрії	Туризм у Польщі охоплює різноманітні напрямки: - Культурно-пізнавальний туризм: Відвідування історичних міст, музеїв, архітектурних пам'яток. Наприклад, Краків, Варшава, Гданськ; - Природний та рекреаційний туризм: Активний відпочинок у горах, на озерах, у лісах та національних парках; - Гірськолижний туризм: Популярний у зимовий період, особливо в Татрах та Судетах; - Пляжний туризм: Відпочинок на узбережжі Балтійського моря, зокрема в Сопоті, Гдині та Колобжегу; - Діловий та конгресний туризм (MICE): Проведення конференцій, виставок, бізнес-заходів. У 2023 році цей сектор приніс до 22,9 млрд злотих валової доданої вартості та створив близько 215 000 робочих місць; - Гастрономічний та етнографічний туризм: Знайомство з польською кухнею, традиціями, ремеслами.
3. Інфраструктура та інвестиції	Польща активно інвестує в розвиток туристичної інфраструктури: - Готельний сектор: У 2023 році в Польщі функціонувало понад 9,8 тисячі туристичних об'єктів, що становить 1,5% від загальної кількості в Європейському Союзі; - Транспортна інфраструктура: Сучасні аеропорти, залізничні та автомобільні шляхи

	забезпечують зручне сполучення з основними туристичними центрами; - Цифровізація: Розвиток онлайн-платформ для бронювання, цифрові карти, мобільні додатки для туристів.
4. Перспективи розвитку	- Прогнозовані доходи: Очікується, що до 2028 року доходи від туризму в Польщі зростуть до 11,6 млрд доларів США, що на 1,2% більше порівняно з 2023 роком; - Зростання туристичних прибуттів: Прогнозується, що до 2028 року Польщу відвідає близько 101 млн туристів, що на 1,1% більше порівняно з 2023 роком; - Сталий розвиток: Акцент на екологічний туризм, збереження природних ресурсів, підтримка місцевих громад.

Завдяки багатогранності, високому рівню сервісу, сучасній інфраструктурі та природному й культурному різноманіттю, туристична індустрія Польщі продовжує залишатися однією з провідних у Центральній Європі, формуючи стійку основу для економічного розвитку, створення нових робочих місць та залучення інвестицій у регіони країни.

2.2. Основні напрямки розвитку івент туризму в Польщі

Івент-туризм у Польщі є однією з найбільш динамічних сфер туристичної індустрії. Він включає організацію конференцій, виставок, фестивалів, спортивних заходів та корпоративних подій. Цей вид туризму має важливе економічне значення, сприяє розвитку регіонів, створенню нових робочих місць і популяризації культурної спадщини країни.

Одним з основних напрямків є конференційний та діловий туризм, відомий у міжнародній практиці як MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions).

Польща активно розвиває цю сферу, створюючи сучасні конференц-центри у великих містах, таких як Варшава, Краків, Вроцлав та Гданськ. Ці центри обладнані сучасними технологіями для проведення масштабних міжнародних і національних конференцій, семінарів та бізнес-форумів. Важливу роль у розвитку МІСЕ-туризму відіграють виставки та ярмарки, що збирають фахівців різних галузей та сприяють розвитку ділових контактів і залученню інвестицій. У 2023 році дохід від МІСЕ-сектору перевищив 22,9 мільярда злотих, а кількість створених робочих місць у цій сфері склала понад 215 тисяч.

Ще одним важливим напрямком є фестивалі та культурні заходи. Польща щороку приймає численні міжнародні та національні музичні, театральні та кінофестивалі, серед яких Open'er Festival у Гдині та Kraków Film Festival. Крім цього, значну популярність мають міські святкування, гастрономічні та ремісничі фестивалі, які демонструють традиції, кухню та культурну спадщину різних регіонів країни. Такі заходи приваблюють туристів з усієї Європи та світу, стимулюючи розвиток місцевого бізнесу та інфраструктури [28, с. 36].

Спортивні події є ще одним важливим напрямком івент-туризму в Польщі. Це як міжнародні чемпіонати та турніри з футболу, волейболу, легкої атлетики та зимових видів спорту, так і масові спортивні заходи, включно з марафонами, велопробігами та регатами. Спортивний туризм сприяє розвитку сучасної спортивної інфраструктури та формує позитивний імідж країни як сучасного спортивного хаба.

Польща також активно розвиває освітні та наукові івенти. Проведення конференцій, симпозіумів, семінарів та тренінгів сприяє залученню інтелектуальної аудиторії, обміну знаннями, розвитку міжнародного наукового співробітництва та підвищенню престижу польських навчальних і наукових закладів.

Розвиток івент-туризму в Польщі неможливий без сучасної туристичної інфраструктури. Країна має численні конференц-центри, виставкові зали та багатофункціональні комплекси, а також розвинену мережу готелів, апартаментів та транспортних сполучень. Цифрові сервіси, онлайн-платформи

для бронювання та інтерактивні додатки сприяють зручній організації та проведенню заходів, включно з гібридними форматами.

Серед основних перспектив розвитку івент-туризму виділяють залучення міжнародних конференцій і форумів, розвиток регіонального івент-туризму у малих і середніх містах, впровадження сталих екологічних рішень для організації заходів та інтеграцію цифрових технологій для онлайн-трансляцій та віртуальних екскурсій.

Івент-туризм у Польщі є однією з найбільш динамічних та економічно важливих складових туристичної індустрії. Він охоплює організацію конференцій, виставок, фестивалів, спортивних заходів та корпоративних подій, що сприяють розвитку інфраструктури, створенню робочих місць та популяризації культурної спадщини країни.

Одним з найбільш розвинених є конференційний та діловий туризм (MICE). У 2023 році сектор MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) у Польщі продемонстрував значне зростання. Кількість проведених заходів збільшилася на 51% порівняно з попереднім роком, досягнувши 12 554 подій, кожна з яких залучала не менше 50 учасників. Це свідчить про відновлення та розвиток цієї сфери після пандемії. Польща піднялася на 17-те місце у світовому рейтингу ICCA (International Congress and Convention Association), що свідчить про зростаючу популярність країни як місця для міжнародних зустрічей та конференцій [28, с. 37].

У 2023 році найбільшу частку серед проведених заходів становили конференції та конгреси (54%), за ними йшли корпоративні та інсентивні події (41%), а виставки та ярмарки — 5%.

Польща є домом для численних культурних фестивалів та масових заходів, які приваблюють туристів з усього світу. У 2023 році було організовано понад 6 300 масових заходів, з яких майже 3 000 були мистецькими та розважальними подіями. Ці заходи зібрали понад 26,9 мільйонів учасників, з яких 10,3 мільйона брали участь у мистецьких та розважальних заходах.

Серед найбільших фестивалів варто відзначити:

- Open'er Festival у Гдині — один з найбільших музичних фестивалів у Центрально-Східній Європі;
- Kraków Film Festival — престижний кінофестиваль, що приваблює кінематографістів та кіноманів з усього світу;
- Wrocław Contemporary Music Festival — фестиваль сучасної музики, що демонструє новітні тенденції у музиці;
- St. Dominic's Fair у Гданську — один з найбільших культурних та торгових відкритих заходів у Європі, який щорічно приваблює 5–8 мільйонів відвідувачів.

Польща активно розвиває спортивний туризм, організовуючи численні міжнародні та національні спортивні події. У 2023 році країна стала одним з лідерів серед організаторів спортивних заходів у Європі, проводячи в середньому шість міжнародних подій на місяць.

Серед значущих спортивних подій 2023 року:

- Європейські ігри у Кракові-Малопольщі — масштабне спортивне змагання, що об'єднало понад 7 000 спортсменів з 48 країн;
- Світові майстерні з легкої атлетики в приміщенні у Торуні — міжнародні змагання, що привернули увагу спортсменів та вболівальників з усього світу;
- II Європейський конгрес спорту та туризму в Закопане — подія, що об'єднала представників спортивної та туристичної індустрії для обговорення розвитку цих секторів.

Регіони Польщі активно інвестують у розвиток інфраструктури для проведення івентів. Наприклад, місто Гданськ стало важливим центром для проведення міжнародних зустрічей та конференцій, що сприяє розвитку місцевої економіки та туризму.

Крім того, Польща активно впроваджує цифрові технології для організації та проведення заходів, що дозволяє залучати більше учасників та підвищувати ефективність проведення подій.

Таблиця 2.2. Основні напрямки розвитку івент-туризму в Польщі [28, с. 39].

Напрямок розвитку	Опис	Основні заходи/події	Приклади міст/локацій	Статистика/цікавий факт	Перспективи розвитку
Конференційний та діловий туризм (MICE)	Проведення конференцій, семінарів, форумів, корпоративних заходів	Міжнародні конференції, семінари, виставки, бізнес-форуми	Варшава, Краків, Вроцлав, Гданськ	У 2023 році понад 12 554 заходи; дохід – 22,9 млрд злотих; понад 215 тис. робочих місць	Залучення міжнародних конференцій, розвиток регіональних ділових центрів, інтеграція цифрових технологій
Культурні фестивалі	Організація музичних, театральних, кіно- та гастрономічних фестивалів	Open'er Festival, Kraków Film Festival, Wrocław Contemporary Music Festival, St. Dominic's Fair	Гданськ, Краків, Вроцлав, Познань	У 2023 році понад 6 300 масових заходів; понад 26,9 млн учасників	Розширення міжнародного співробітництва, інтеграція онлайн-трансляцій, розвиток локальних фестивалів
Спортивний туризм	Проведення спортивних змагань та масових спортивних заходів	Європейські ігри 2023, Світові майстерні з легкої атлетики, марафони, регати,	Краків, Закопане, Торунь, Вроцлав	Європейські ігри – понад 7 000 спортсменів з 48 країн; численні масові забіги – понад 50 000 учасників	Розширення міжнародних турнірів, розвиток спортивної інфраструктури в регіонах, залучення туристів на

		велопробіг и			аматорські заходи
Освітні та наукові заходи	Організація конференцій, симпозіумів, наукових форумів	Наукові конференції, тренінги, семінари, хакатони, студентські з'їзди	Варшава, Краків, Познань, Гданськ	Підвищення міжнародного рейтингу польських університетів та наукових центрів; близько 3 500 заходів щорічно	Залучення міжнародних науковців, розвиток міждисциплінарних форумів, інтеграція онлайн-навчання
Регіональні ініціативи	Розвиток локальних ініціатив для залучення туристів	Регіональні фестивалі, ярмарки, локальні виставки	Гданськ, Лодзь, Вроцлав, Катовіце	Активне залучення регіонів, популяризація місцевої культури та ремесел	Розвиток інфраструктури в малих містах, підтримка місцевих бізнесів
Цифрові та гібридні формати	Використання цифрових платформ та онлайн-трансляцій	Віртуальні конференції, онлайн-трансляції фестивалів, мобільні додатки для бронювання	Вся Польща	Збільшення доступності подій для міжнародної аудиторії; понад 1 млн учасників онлайн	Масштабування гібридних форматів, інтеграція VR та AR для залучення нових туристів
Гастрономічний та етнографічний туризм	Вивчення культури через кухню та традиції	Фестивалі їжі, ярмарки ремесел, дегустації,	Краків, Закопане, Вроцлав, Люблін	Фестивалі приваблюють понад 500 тис. туристів на рік	Розвиток локальних гастрономічних маршрутів, інтеграція з

		майстер- класи			культурними подіями
--	--	-------------------	--	--	------------------------

Івент-туризм у Польщі продовжує стрімко розвиватися, забезпечуючи економічний ефект, популяризацію культурної спадщини та зміцнення міжнародного іміджу країни. Цей сектор є перспективним напрямком для інвестування та розвитку нових туристичних продуктів, здатних залучати відвідувачів із різних країн світу.

2.3. Стратегії та підходи до організації івентів (державний та приватний сектор) в Республіці Польща

Івент-туризм у Польщі є важливою складовою туристичної індустрії, що активно розвивається та сприяє підвищенню міжнародного іміджу країни. Організація івентів відбувається на двох основних рівнях: державному та приватному, при цьому обидва сектори взаємодіють для забезпечення високої якості заходів та залучення туристів як з Польщі, так і з інших країн.

Державні органи відіграють ключову роль у формуванні стратегій організації івентів. Одним із головних напрямків є розвиток інфраструктури. У Польщі будуються сучасні конференц-центри, виставкові зали, спортивні арени та майданчики для проведення масових заходів. Наприклад, великі конференц-центри у Варшаві, Кракові та Гданську відповідають міжнародним стандартам та здатні приймати десятки тисяч учасників одночасно.

Другим важливим аспектом є підтримка проведення національних та міжнародних заходів. Держава фінансово та організаційно підтримує конференції, конгреси, фестивалі та спортивні змагання, надаючи допомогу в логістиці, рекламі та промоції заходів на міжнародному рівні [14, с. 25].

Державний сектор також формує нормативну базу для організаторів івентів. Це включає встановлення правил безпеки, вимог до організації масових заходів, пожежної та медичної безпеки, а також охорони порядку. Крім того, активно застосовуються промоційні стратегії через державні туристичні

платформи, соціальні мережі та рекламні кампанії для популяризації польських івентів за кордоном.

Приватний сектор у Польщі орієнтується на інноваційність, ефективність та задоволення потреб клієнтів. Основною стратегією є застосування сучасних технологій та нових форматів проведення заходів. Наприклад, дедалі частіше використовуються гібридні конференції та онлайн-трансляції фестивалів, що дозволяє залучати міжнародну аудиторію та зменшувати витрати на логістику.

Важливим елементом є партнерство приватного бізнесу з державними структурами, медіа та іншими компаніями для організації великих міжнародних подій. Це дозволяє об'єднувати ресурси та забезпечувати високий рівень організації. Приватні компанії також активно застосовують маркетингові стратегії, digital-рекламу, PR-кампанії та брендові акції для залучення учасників і відвідувачів.

Ще одним напрямком є фокус на клієнтоорієнтованість. Приватні організатори розробляють індивідуальні туристичні пакети, які включають проживання, харчування, трансфер та розважальні заходи. Це підвищує привабливість подій та збільшує туристичний потік до Польщі.

У Польщі спільні стратегії обох секторів спрямовані на комплексний розвиток івент-туризму та залучення міжнародних туристів. Державні та приватні структури спільно працюють над проведенням великих конференцій, форумів, фестивалів та спортивних подій міжнародного рівня [14, с. 26].

Важливим напрямком є розвиток регіональної інфраструктури. Сучасні конференц-центри та майданчики будуються не лише у великих містах, а й у малих та середніх населених пунктах, що стимулює регіональний туризм та економіку місцевих громад.

Однією з сучасних тенденцій є впровадження принципів сталого розвитку. Під час організації івентів активно застосовуються екологічні та енергоефективні рішення, зменшується негативний вплив на навколишнє середовище та популяризується екотуризм.

Також спільна стратегія передбачає підвищення цифровізації. Використання мобільних додатків, онлайн-ресурсів, гібридних форматів та віртуальних платформ дозволяє збільшити доступність заходів та залучити глобальну аудиторію.

Івент-туризм у Польщі активно розвивається завдяки інтеграції новітніх технологій, сталому розвитку та цифровізації. Як державний, так і приватний сектор сприяють формуванню сучасних стандартів організації заходів, орієнтуючись на інновації та потреби учасників.

Новітні підходи до організації івентів у Польщі полягають у наступному:

- Використання новітніх технологій.

У 2024 році в організації івентів у Польщі спостерігається активне впровадження технологій віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR). Ці технології дозволяють створювати інтерактивні та захоплюючі досвіди для учасників, що сприяє підвищенню залученості та задоволення від заходів.

Крім того, штучний інтелект (ШІ) використовується для персоналізації досвіду учасників, автоматизації процесів реєстрації та обробки даних, а також для аналізу зворотного зв'язку, що дозволяє організаторам оперативно коригувати програму заходу відповідно до потреб аудиторії.

- Сталий розвиток та екологічні ініціативи.

Сталий розвиток стає важливим аспектом у плануванні та проведенні заходів. Організатори все частіше обирають екологічно чисті матеріали для декорацій, використовують біорозкладні упаковки та організовують системи сортування відходів. Також популярними є заходи з мінімізації харчових відходів та використання місцевих продуктів, що знижує вуглецевий слід події.

- Цифровізація та гібридні формати [14, с. 28].

Цифровізація процесів організації заходів дозволяє оптимізувати комунікацію з учасниками, забезпечити доступ до матеріалів заходу онлайн та організувати гібридні формати, що поєднують фізичну та віртуальну участь. Це особливо актуально в умовах глобальних викликів, таких як пандемії, коли забезпечення безпеки учасників є пріоритетом.

- Співпраця державного та приватного секторів.

Спільна діяльність державних органів та приватних компаній сприяє розвитку інфраструктури для проведення заходів, створенню сприятливих умов для інвесторів та організаторів, а також забезпеченню високих стандартів безпеки та якості. Наприклад, у рамках ініціативи GovTech4Europe обговорюються питання використання технологій III, VR та AR у державному секторі, що сприяє цифровій трансформації та інноваційному розвитку.

Таблиця 2.3. Стратегії та підходи до організації івентів [2, с. 33].

Категорія	Державний сектор	Приватний сектор
Мета проведення івенту	Інформаційно-просвітницька, культурна, соціальна, розвиток туризму та іміджу міста/країни	Залучення клієнтів, збільшення продажів, брендінг, мерчендайзинг, PR
Типи івентів	Офіційні церемонії, фестивалі, культурні заходи, виставки, освітні програми	Концерти, корпоративні заходи, рекламні акції, фестивалі розваг, спеціалізовані виставки
Фінансування	Державний бюджет, місцеві бюджети, гранти ЄС	Приватні інвестиції, спонсорство, продаж квитків, рекламні партнерства
Організаційна структура	Департаменти культури, туризму, освіти; державні агентства	Комерційні компанії, event-агенції, маркетингові відділи
Планування та бюрократія	Суворе дотримання процедур, погодження з різними відомствами, тендери на послуги	Гнучке планування, швидкі рішення, мінімальна бюрократія

Маркетинг та промоція	Офіційні канали (державні сайти, ЗМІ, соціальні мережі), безкоштовна реклама	Активні рекламні кампанії, соціальні мережі, інфлюенсери, PR-агенції
Контроль та оцінка ефективності	Звіти про виконання бюджету, звіти для громадськості, статистика відвідуваності	ROI (окупність інвестицій), аналіз продажів, соціальний медіа-аналітика, відгуки клієнтів
Особливості організації	Фокус на культурні та освітні цінності, безпека, доступність для громадян	Фокус на прибутковість, інновації, розважальні та комерційні формати, креативність

Інтеграція новітніх технологій, принципів сталого розвитку та цифровізації в організацію івентів у Польщі дозволяє створювати інноваційні, безпечні та екологічно чисті заходи, які відповідають сучасним вимогам та очікуванням учасників. Спільна діяльність державного та приватного секторів сприяє розвитку інфраструктури та підвищенню конкурентоспроможності польського івент-туризму на міжнародній арені.

Стратегії організації івентів у Польщі відображають ефективну взаємодію державного та приватного секторів. Завдяки комплексному підходу забезпечується високий рівень проведення заходів, залучення учасників та туристів, а також розвиток економіки та міжнародного іміджу країни. Сучасні інноваційні формати, фокус на клієнтоорієнтованість та цифровізація роблять польський івент-туризм конкурентоспроможним на світовому рівні.

2.4. Ключові приклади успішних івентів у Польщі

Польща є країною з багатою культурною спадщиною та динамічним економічним розвитком, що робить її активним майданчиком для проведення

різноманітних івентів – від великих міжнародних фестивалів та спортивних змагань до регіональних культурних заходів та бізнес-конференцій. Успішна організація таких подій вимагає координації між державними структурами, приватними компаніями та місцевими громадами, а також врахування специфіки аудиторії, туристичних потоків та фінансового забезпечення.

Одним із найвідоміших і успішних культурних івентів є Open'er Festival, що щорічно проводиться у місті Гдиня. Цей фестиваль став символом сучасної музичної культури Польщі та Центральної Європи. Основна мета організаторів – залучення міжнародних виконавців, популяризація сучасної музики та створення інклюзивного середовища для молодіжної аудиторії. Високий рівень організації забезпечується завдяки співпраці приватного event-агентства та місцевих органів влади, які відповідають за інфраструктуру, безпеку, логістику та дотримання законодавчих вимог. Open'er Festival не лише сприяє розвитку туризму в регіоні, але й формує позитивний міжнародний імідж Польщі, демонструючи країну як сучасний та інноваційний культурний центр.

Ще одним знаковим прикладом є Warsaw Film Festival, який щороку збирає кіномитців, критиків та кіноманів з усього світу. Його мета – підтримка незалежного кіно, популяризація польського кінематографу та налагодження міжнародних культурних зв'язків. Організація такого фестивалю передбачає комплексну співпрацю: державні інституції забезпечують грантову підтримку та промоцію через офіційні канали, тоді як приватні компанії відповідають за маркетинг, логістику, бронювання залів та технологічне забезпечення показів. Особливістю Warsaw Film Festival є поєднання державного та приватного підходів, що дозволяє досягти високої якості заходу та забезпечити його стабільність з року в рік [7, с. 93].

Крім музики та кіно, Польща славиться численними фестивалями мистецтва та традиційної культури, такими як фестиваль «Sacrum Profanum» у Кракові, який поєднує класичну та сучасну музику, або фестиваль вуличного театру «Malta Festival» у Познані. Такі заходи мають велике значення для збереження культурної спадщини, залучення туристів та розвитку креативної

економіки. Державні органи підтримують їх фінансово і логістично, а приватні партнери надають ресурси для технічного забезпечення та рекламної кампанії.

Польща активно розвиває спортивний туризм і є організатором багатьох міжнародних змагань. Наприклад, Чемпіонат Європи з волейболу та Літні Європейські ігри з легкої атлетики демонструють високий рівень організаційної майстерності. Державні установи забезпечують інфраструктуру стадіонів, транспортну логістику, безпеку учасників та глядачів, а приватні компанії беруть на себе маркетинг, спонсорські програми та продаж квитків. Такі івенти не лише підвищують популярність спорту серед населення, але й стимулюють економічну активність регіону через туризм, гастрономію, готельний бізнес та локальні послуги.

Польща також активно розвиває локальні спортивні заходи, такі як марафони у Варшаві, Кракові та Вроцлаві. Ці події об'єднують громадськість, пропагують здоровий спосіб життя та створюють додаткові можливості для розвитку локальної інфраструктури. При цьому державні та муніципальні органи відповідають за безпеку та організацію маршруту, а приватні партнери забезпечують брендинг, медіапідтримку та комерційні активності [7, с. 95].

Сучасна Польща активно розвиває секторальні конференції та бізнес-івенти, що демонструють синергію між державним і приватним секторами. Одним із таких заходів є Warsaw Industry Week – міжнародна виставка промислових технологій, яка збирає виробників, інвесторів та стартапи. Державні структури підтримують участь іноземних компаній через програми грантів та логістичну координацію, а приватні організатори забезпечують маркетинг, презентаційні майданчики та інтерактивні демонстрації продуктів. Такий івент стимулює розвиток промислових секторів, створює нові бізнес-зв'язки та сприяє обміну інноваціями на міжнародному рівні.

Ще одним яскравим прикладом є Infoshare Conference у Гданську, одна з найбільших технологічних конференцій Центральної Європи. Вона поєднує лекції провідних експертів, стартап-пітчі, воркшопи та нетворкінг для ІТ-компаній та інвесторів. Успіх конференції зумовлений гнучкістю приватних

організаторів, високим рівнем професійної підготовки та інтеграцією новітніх технологій, таких як онлайн-трансляції, інтерактивні додатки для учасників та аналітика відгуків.

Окрім великих міжнародних івентів, Польща активно підтримує локальні фестивалі та громадські заходи. Наприклад, Фестиваль вуличної їжі у Кракові збирає тисячі відвідувачів і сприяє розвитку місцевого гастрономічного туризму. Такі заходи поєднують державну підтримку у вигляді дозволів, забезпечення безпеки та логістики з приватною ініціативою організаторів, які відповідають за брендінг, продаж квитків та промоцію через соціальні мережі. Локальні фестивалі дозволяють розвивати регіональні економіки, створювати нові робочі місця та зміцнювати соціальні зв'язки у громадах.

Успішні івенти в Польщі мають багатовимірний вплив. Вони сприяють:

- розвитку туризму та залученню іноземних гостей;
- підтримці культурних та мистецьких традицій;
- розвитку місцевого бізнесу та інноваційних стартапів;
- покращенню іміджу Польщі на міжнародній арені;
- популяризації спорту, здорового способу життя та соціальної інтеграції.

Ефективність таких заходів забезпечується завдяки тісній співпраці державного та приватного секторів: державні установи створюють нормативно-правову базу, забезпечують безпеку, інфраструктуру та логістику, а приватні організатори додають гнучкість, креативність, маркетингову підтримку та комерційну ефективність.

Таблиця 2.4. Успішні івенти в Республіці Польща [7, с. 100-105].

Назва івенту	Тип івенту	Місто / Регіон	Організатор / Сектор	Ключові особливості	Ціль / Мета
Open'er Festival	Музичний фестиваль	Гдиня	Приватний / з підтримкою	Міжнародні виконавці, сучасні технології	Популяризація музики, туризм,

			ю місцевої влади	сцени, велика аудиторія	імідж Польщі
Warsaw Film Festival	Кінофестива ль	Варша ва	Державний + приватний спонсоринг	Покази міжнародно го та польського кіно, освітні лекції	Культурний обмін, розвиток кінематогра фу
Sacrum Profanum	Фестиваль сучасної та класичної музики	Краків	Державний + приватний	Поєднання класики та авангарду, міжнародні виконавці	Популяриза ція музики, культурна інтеграція
Malta Festival	Театральний та мистецький фестиваль	Познан ь	Державний + приватний	Вуличні театральні постановки, перформанс и	Культурна освіта, розвиток креативних індустрій
Warsaw Industry Week	Бізнес / промислова виставка	Варша ва	Приватний + державна підтримка	Презентації технологій, міжнародні компанії	Бізнес- зв'язки, інновації, інвестиції
Infoshare Conference	Технологічн а конференція	Гданськ	Приватний	Стартап- пітчі, лекції експертів, воркшопи	Розвиток ІТ- сектору, нетворкінг, інновації

Фестиваль вуличної їжі	Кулінарний / місцевий фестиваль	Краків	Приватний + муніципальна підтримка	Локальні кухні, інтерактивні і стенди	Розвиток гастротуризму, локальна економіка
Чемпіонат Європи з волейболу	Спортивний	Варшава та інші міста	Державний + приватний	Міжнародні команди, велика глядацька аудиторія	Популяризація спорту, туризм, економічний ефект
Варшавський марафон	Спортивний / масовий	Варшава	Державний + приватний	Вуличні маршрути, масова участь	Пропаганда здорового способу життя, соціальна інтеграція

Польща демонструє високий рівень організації івентів завдяки стратегічному поєднанню державного та приватного підходів. Ключові успішні заходи – музичні та кінофестивалі, спортивні змагання, бізнес-конференції та локальні ініціативи – показують, що ефективна координація, фінансування та маркетинг здатні створювати події світового рівня. Ці івенти не лише сприяють економічному розвитку та культурному обміну, а й формують стійкий імідж Польщі як країни, відкритої для інновацій, туризму та міжнародного партнерства.

РОЗДІЛ 3

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПОЛЬСЬКОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ІВЕНТ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Аналіз потенціалу українського ринку івентівного туризму

Івентний туризм є одним із найбільш перспективних напрямків розвитку туристичної індустрії в Україні. Він охоплює різноманітні заходи, такі як фестивалі, концерти, спортивні змагання, бізнес-конференції, виставки та культурні свята, які привертають увагу як внутрішніх, так і іноземних туристів. Цей сектор здатен створювати значний економічний ефект, стимулювати розвиток інфраструктури та формувати позитивний міжнародний імідж країни. Україна має всі передумови для активного розвитку івентного туризму завдяки багатій культурній спадщині, історичним пам'яткам, різноманітним природним ресурсам, стратегічному географічному розташуванню та активній молодіжній аудиторії. Міста, такі як Львів, Київ, Одеса, Харків, Кам'янець-Подільський та Чернівці, поєднують архітектурну та історичну цінність із сучасними культурними подіями. Львівський міжнародний фестиваль класичної музики, Leopold Jazz Fest та Форум видавців у Львові, а також Atlas Weekend та Київський міжнародний фестиваль мистецтв у столиці, демонструють великий попит на культурно-розважальні заходи та створюють мультикультурне середовище. Одеса, завдяки Одеському міжнародному кінофестивалю, є платформою для міжнародного культурного обміну та професійної взаємодії в сфері кіномистецтва. Регіональні фестивалі, етнофестивалі на Закарпатті та в Карпатах, гастрономічні тури та музичні вечори формують додатковий потенціал для внутрішнього туризму та розвитку місцевих економік [23, с. 115].

Спортивний туризм також набуває великої популярності. Проведення марафонів, велопробігів, футбольних та волейбольних чемпіонатів, турнірів із бойових мистецтв та інших спортивних подій сприяє розвитку інфраструктури, формує імідж країни як активного та спортивного туристичного напрямку і стимулює соціальну інтеграцію. Київський марафон та міжнародні спортивні

змагання демонструють потенціал країни як приймаючої сторони для великих спортивних подій, водночас стимулюючи розвиток готельного бізнесу, ресторанного сектору та транспортної логістики. Спортивні івенти популяризують здоровий спосіб життя, залучають молодь та сприяють міжнародній взаємодії.

Бізнес-туризм і сегмент MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) також мають значний потенціал. Київ, Львів, Одеса та Харків регулярно приймають міжнародні конференції, виставки та корпоративні заходи. Це стимулює розвиток готельного бізнесу, конференц-залів, транспортної інфраструктури та сервісних послуг. Українські ІТ-компанії активно використовують конференції та форуми для розвитку стартапів, залучення інвестицій та міжнародного партнерства. Проведення міжнародних бізнес-івентів сприяє економічному розвитку та підвищенню міжнародної репутації країни.

Локальні фестивалі та культурно-туристичні ініціативи також створюють додаткові економічні та соціальні переваги. Карпати та Закарпаття пропонують етнофестивалі, винні тури, музичні вечори та активний відпочинок у горах. Полісся та Чернігівщина проводять фестивалі народної творчості та ремесел, залучаючи туристів з усієї країни. Ці заходи підтримують локальні економіки, розвивають внутрішній туризм та сприяють соціальній інтеграції громад.

Сучасний розвиток івентного туризму неможливий без якісної інфраструктури та цифрових технологій. В Україні впроваджуються онлайн-платформи для бронювання квитків, управління подіями та промоції заходів. Соціальні мережі та цифрові інструменти дозволяють залучати більшу аудиторію, створювати інтерактивність і аналізувати відгуки учасників. Сучасні транспортні та готельні мережі забезпечують комфортні умови для туристів, що підвищує привабливість подій і економічну ефективність сектору [23, с. 119].

Попри значний потенціал, ринок івентного туризму в Україні стикається з низкою проблем: нестабільною політичною та економічною ситуацією, недостатньою державною підтримкою, браком професійних кадрів у сфері

організації заходів, обмеженою міжнародною промоцією та слабким брендингом окремих регіонів. Для вирішення цих проблем необхідно системно інвестувати в інфраструктуру, розвивати освітні програми для фахівців, стимулювати міжнародне партнерство та підтримувати приватні ініціативи.

Завдяки багатим культурним, історичним та природним ресурсам, активній молодіжній аудиторії та розвитку цифрових технологій, Україна має реальні шанси стати одним із провідних центрів івентного туризму у Східній Європі. Розвиток великих фестивалів, міжнародних спортивних подій і локальних культурних заходів сприятиме залученню іноземних туристів, розвитку внутрішнього туризму та економічного зростання регіонів. Цифровізація та інтеграція сучасних технологій забезпечать ефективність організації заходів і підвищать конкурентоспроможність України на міжнародному ринку.

Таблиця 3.1. Перелік найвідоміших українських івентів і фестивалів [23, с. 131-133].

Назва івенту / фестивалю	Тип заходу	Місто / Регіон	Організатор / Сектор	Ключові особливості	Ціль / Мета
Atlas Weekend	Музичний фестиваль	Київ	Приватний	Велика музична сцена, міжнародні та українські виконавці, мультимедійні шоу	Розважальна подія, залучення туристів, популяризація сучасної музики
Львівський міжнародний фестиваль класичної музики	Класична музика	Львів	Державний + приватний	Концерти у історичних локаціях, міжнародні музиканти	Культурний розвиток, залучення туристів, популяризація класичної музики

Leopolis Jazz Fest	Джазовий фестиваль	Львів	Приватний / спонсорський	Виступи міжнародних джазових виконавців, open-air сцени	Культурний імідж Львова, розвиток музичної культури
Одеський міжнародний кінофестиваль (ОМКФ)	Кінофестиваль	Одеса	Державний + приватний	Покази міжнародного та українського кіно, конкурси, майстер-класи	Культурний обмін, розвиток кінематографу, залучення туристів
Фестиваль вуличної їжі	Кулінарний / гастрономічний	Київ, Львів, Харків	Приватний + муніципальна підтримка	Локальні кухні, інтерактивні стенди, дегустації	Розвиток гостротуризму, підтримка локального бізнесу
Форум видавців	Книжковий / культурний	Львів	Приватний + державна підтримка	Виставки книг, презентації авторів, лекції та дискусії	Популяризація літератури, культурна освіта, туристичний потік
Kyiv Food & Wine Festival	Кулінарний / гастрономічний	Київ	Приватний	Дегустації, майстер-класи, залучення шеф-кухарів	Розвиток гастрономічного туризму, брендинг Києва
Київський марафон	Спортивний / масовий	Київ	Державний + приватний	Велика кількість учасників, відкриті маршрути, спортивна	Популяризація здорового способу життя, спортивний туризм

				інфраструктур а	
Carpathian Music Festival	Музичний / регіональний	Карпати	Приватний + місцева влада	Концерти на природі, етномотиви	Розвиток регіонального туризму, популяризація локальної культури
Vinnytsia Jazzfest	Джазовий фестиваль	Вінниця	Приватний + спонсорський	Джазові виступи, open-air сцена	Підвищення туристичної привабливості міста, культурний розвиток
Kharkiv Food Fest	Кулінарний / гастрономічний	Харків	Приватний + муніципальна підтримка	Дегустації локальної кухні, інтерактивні заходи	Підтримка локальної економіки, гастротуризм
Український Comic Con	Поп-культура / розваги	Київ	Приватний	Конвенції, косплей, лекції, виставки коміксів	Розвиток креативної індустрії, залучення молодіжної аудиторії
Kharkiv International Marathon	Спортивний / масовий	Харків	Державний + приватний	Марафонські дистанції, велопробіги	Розвиток спортивного туризму, популяризація здорового способу життя

Український ринок івентного туризму має стратегічні переваги: багату культурну та історичну спадщину, різноманітні природні локації, потужний бізнес-сегмент, активну молодіжну аудиторію та можливості для цифровізації.

Ефективне поєднання державної підтримки, приватних інвестицій та інноваційних технологій дозволить реалізувати весь потенціал івентного туризму в Україні, стимулювати економічний розвиток, зміцнити соціальну інтеграцію та сформувати позитивний міжнародний імідж країни.

3.2. Порівняльний аналіз організаційних підходів розвитку івент туризму в Польщі та Україні

Порівняльний аналіз організаційних підходів розвитку івент-туризму в Польщі та Україні дозволяє глибоко оцінити, як різні країни використовують свій культурний, історичний, природний та економічний потенціал для залучення туристів та стимулювання економічної активності. Івент-туризм у сучасному світі є не лише інструментом розвитку туристичного сектора, а й важливим механізмом формування міжнародного іміджу країни, популяризації культурних та креативних індустрій, розвитку локальної економіки та створення нових робочих місць. У Польщі та Україні івент-туризм розвивається в різних умовах, що зумовлює особливості організаційних підходів, координації між державним і приватним сектором, рівня фінансування, використання інфраструктури та цифрових технологій.

В Польщі івент-туризм характеризується високим рівнем системності та організаційної структури, що поєднує державну підтримку та активну роль приватних агентств і компаній. Державний сектор забезпечує нормативно-правове регулювання, фінансування, логістику, безпеку, контроль якості послуг та промоцію заходів на національному та міжнародному рівні. Приватні компанії та професійні event-агенції додають гнучкість, креативність, маркетингові інструменти та комерційні рішення, що дозволяє проводити заходи високого рівня, залучати міжнародних гостей та створювати стійкий економічний ефект. Приклади успішних польських івентів, таких як Open'er Festival, Warsaw Film Festival, Warsaw Industry Week, численні спортивні чемпіонати та регіональні культурні фестивалі, демонструють ефективність поєднання державної

координації та приватної ініціативи. У Польщі існує чітко визначена стратегія розвитку івентного туризму на національному рівні, яка включає довгострокове планування, міжнародну промоцію, залучення іноземних туристів та постійну модернізацію інфраструктури. Це дозволяє країні стабільно приймати великі міжнародні події, забезпечувати високий рівень сервісу та безпеки, а також стимулювати розвиток креативних індустрій і туризму на регіональному рівні.

В Україні організаційні підходи до розвитку івент-туризму формуються в умовах більшої нестабільності та фрагментованості державної підтримки. Хоча держава забезпечує нормативно-правові аспекти, видачу дозволів та епізодичне фінансування, основну роль у реалізації заходів відіграє приватний сектор. Приватні компанії та організатори фестивалів, концертів, бізнес-конференцій та спортивних подій, таких як Atlas Weekend, Leopold Jazz Fest, Одеський міжнародний кінофестиваль, Київський марафон та різноманітні гастрономічні фестивалі, забезпечують креативність, маркетинг, логістику та організацію комерційних програм. У цьому контексті українські організатори часто покладаються на спонсорів, партнерів та волонтерську підтримку, що потребує високої адаптивності, гнучкості та швидкого реагування на зміну умов. Незважаючи на меншу системність у порівнянні з Польщею, Україна демонструє значний креативний потенціал, локальну ініціативу та можливість розвитку регіональних івентів, які активно залучають внутрішню аудиторію та формують платформу для розвитку внутрішнього туризму [39, с. 215].

Ключовою відмінністю між підходами двох країн є ступінь інтеграції державного сектору у процес організації. Польща має чітку державну стратегію розвитку івентного туризму, включаючи державні гранти, програми підтримки міжнародних заходів, офіційну промоцію та розвиток інфраструктури, що забезпечує стабільність та передбачуваність проведення великих подій. В Україні державна підтримка менш системна, що створює більшу залежність від приватних інвестицій, спонсорської підтримки та регіональних ініціатив. Це призводить до того, що українські фестивалі та конференції частіше орієнтовані на внутрішню аудиторію, локальні ресурси та креативні рішення, що одночасно

є як перевагою (високий креативний потенціал), так і викликом (нестабільне фінансування та менша міжнародна видимість).

Ще однією важливою відмінністю є підхід до маркетингу та міжнародного просування івентів. Польські заходи активно використовують офіційні туристичні та державні канали, міжнародні медіа, цифрові платформи та партнерства з глобальними компаніями для залучення іноземних туристів. В Україні маркетингові зусилля в основному орієнтовані на соціальні мережі, локальні медіа та партнерські програми, що більш ефективно залучає внутрішню аудиторію та регіональні ринки, але потребує посиленої державної підтримки для розширення міжнародного впливу.

Польща і Україна мають спільні сильні сторони, які є базою для розвитку івентного туризму. До них належать багата культурна спадщина, численні історичні та природні локації, активна молодіжна аудиторія, розвиток спортивних та бізнес-івентів, а також можливості для цифровізації подій. Польща демонструє ефективну модель поєднання державної координації та приватної гнучкості, яка дозволяє стабільно проводити заходи міжнародного рівня. Україна має великий креативний потенціал та локальну ініціативу, але потребує більш системного державного підходу, стратегічного планування та міжнародного просування.

Ефективний розвиток івентного туризму в обох країнах залежить від інтеграції сучасних технологій, розвитку інфраструктури, залучення міжнародних партнерів та створення умов для безпечного і комфортного перебування туристів. Польща активно використовує цифрові платформи для продажу квитків, онлайн-трансляцій, інтерактивних додатків та аналітики відгуків учасників. Україна поступово впроваджує такі технології, проте має потенціал для значного покращення цифрової підтримки подій.

Таблиця 3.2. Організаційні підходи розвитку івент-туризму в Польщі та Україні [39, с. 221-223].

Критерій порівняння	Польща	Україна
Роль держави	Висока: чітка стратегія розвитку, фінансування, нормативна база, безпека та логістика	Обмежена: епізодичне фінансування, видача дозволів, недостатня системність
Роль приватного сектору	Активна: організація, креативність, маркетинг, комерційні рішення	Провідна: організація більшості івентів, креативні рішення, залежність від спонсорів
Координація між державою та приватним сектором	Висока: чітке партнерство, довгострокове планування, взаємодія	Низька: часткова координація, більша автономія приватних організаторів
Фінансування заходів	Стабільне: державні гранти, спонсори, міжнародні програми	Нестабільне: переважно спонсори та приватні інвестиції
Маркетинг та промоція	Інтегрований: офіційні туристичні канали, міжнародні медіа, цифрові платформи	Локальний: соціальні мережі, регіональні медіа, обмежена міжнародна промоція
Цільова аудиторія	Внутрішні та міжнародні туристи	В основному внутрішні туристи, поступово залучаються іноземні
Інфраструктура	Розвинена: готелі, транспорт, сучасні локації для івентів	Частково розвинена: потребує модернізації та розвитку для масштабних подій

Діджиталізація та технології	Високий рівень: онлайн-продаж квитків, інтерактивні додатки, аналітика учасників	Початковий рівень: поступове впровадження цифрових інструментів
Приклади успішних івентів	Open'er Festival, Warsaw Film Festival, Warsaw Industry Week	Atlas Weekend, Leopold Jazz Fest, Одеський міжнародний кінофестиваль, Київський марафон
Потенціал розвитку	Підтримка міжнародних заходів, масштабні фестивалі, високий рівень сервісу	Високий креативний потенціал, локальні ініціативи, потреба у системному підході та державній підтримці
Сильні сторони	Системність, стабільність, міжнародна промоція, партнерство держави та бізнесу	Креативність, локальна ініціатива, регіональні фестивалі, залучення внутрішньої аудиторії
Виклики	Збереження рівня інновацій, залучення нових аудиторій	Недостатня системність державної підтримки, нестабільне фінансування, обмежена міжнародна видимість

Таким чином, порівняльний аналіз показує, що Польща успішно інтегрує державну та приватну роль у розвитку івент-туризму, створюючи масштабні, безпечні та економічно ефективні заходи міжнародного рівня. Україна, зі свого боку, має високий креативний потенціал, активну локальну ініціативу та можливості розвитку регіональних івентів, але потребує посилення державної координації, стабільного фінансування та системного стратегічного планування. Взаємодія державного та приватного секторів, інноваційні технології, розвиток інфраструктури та активна міжнародна промоція є ключовими умовами

успішного розвитку українського івент-туризму та наближення його організаційних підходів до польської моделі, що в довгостроковій перспективі дозволить країні стати конкурентоспроможним учасником міжнародного ринку івентного туризму, залучати туристів, інвесторів та міжнародні культурні проєкти.

3.3. Рекомендації щодо адаптації польських практик до українських умов

Адаптація польських практик організації івент-туризму до українських умов є стратегічно важливим кроком для розвитку туристичної індустрії, економічного зростання, підвищення міжнародного іміджу країни та формування сталого культурного середовища. Польща демонструє високий рівень системності в організації заходів, інтеграції державного та приватного секторів, ефективного використання наявної інфраструктури, цифрових технологій, маркетингових стратегій та міжнародного просування. Україна, зі свого боку, має значний креативний потенціал, багаті культурні та природні ресурси, активну локальну ініціативу та молодіжну аудиторію, проте організаційні підходи до івент-туризму залишаються менш системними та менш стабільними, що обмежує масштабність і ефективність заходів. Виходячи з цього, адаптація польського досвіду може стати каталізатором розвитку українського івент-туризму та сприяти формуванню конкурентоспроможного ринку на національному та міжнародному рівні [17, с. 70].

Системність державної підтримки та стратегічне планування. Польський досвід показує, що чітка державна стратегія розвитку івент-туризму на національному рівні є запорукою стабільності та передбачуваності проведення великих подій. Держава в Польщі забезпечує фінансування, нормативно-правове регулювання, безпеку, логістику та промоцію заходів, що дозволяє проводити масштабні фестивалі, спортивні змагання та бізнес-івенти високого рівня. Україні доцільно розробити комплексну державну програму підтримки

івентного туризму, яка передбачатиме довгострокове фінансування, системне надання грантів для організаторів заходів, методичні рекомендації щодо організації та стандарти якості проведення подій. Така програма повинна охоплювати всі рівні: національний, регіональний та локальний, щоб забезпечити комплексний розвиток індустрії та посилити її економічну ефективність.

Посилення партнерства між державним та приватним секторами. В Польщі співпраця між державою та приватними агентствами є ключовим фактором успіху. Держава забезпечує стратегічне планування, нормативні рамки та фінансову підтримку, тоді як приватні організатори відповідають за креативну частину, маркетинг, комерційні рішення та залучення аудиторії. Україні доцільно розвивати подібні партнерські моделі, стимулюючи спільну роботу держави та бізнесу. Це дозволить підвищити професійний рівень організації заходів, забезпечити їх масштабність та стабільність фінансування, а також залучити міжнародних партнерів та інвесторів для проведення великих міжнародних подій.

Адаптація маркетингових та промоційних стратегій. Польські практики демонструють ефективне використання офіційних туристичних каналів, міжнародних медіа, цифрових платформ, рекламних кампаній та партнерства з глобальними компаніями для залучення іноземних туристів. Україні доцільно інтегрувати ці практики у власну маркетингову стратегію, поєднуючи локальні соціальні мережі та медіа з державними платформами, міжнародними виставками та партнерствами. Це дозволить підвищити видимість українських івентів за кордоном, залучити іноземну аудиторію та стимулювати туристичний потік, що буде сприяти економічному розвитку регіонів та формуванню позитивного міжнародного іміджу країни [17, с. 83].

Впровадження цифрових технологій та інновацій. Польські фестивалі та конференції широко застосовують цифрові інструменти: онлайн-продаж квитків, інтерактивні додатки, системи управління учасниками, онлайн-трансляції та аналітику відгуків. Українські організатори повинні активніше впроваджувати

подібні технології, що дозволить підвищити зручність для учасників, ефективність управління заходами, аналітичні можливості та масштабування подій. Крім того, цифровізація створює можливості для залучення міжнародної аудиторії та спрощує маркетингові комунікації на глобальному рівні.

Враховання локальних особливостей та ресурсів. Україна має унікальні історико-культурні та природні локації, які можна ефективно використовувати для проведення регіональних фестивалів, музичних, гастрономічних та спортивних подій. Польський досвід організації open-air фестивалів, міжнародних спортивних турнірів та культурних заходів можна адаптувати до українських умов, враховуючи особливості клімату, інфраструктури та локальної культури. Це дозволить підвищити привабливість подій, збільшити туристичні потоки та стимулювати розвиток локальної економіки.

Підвищення кваліфікації кадрового складу та освіта. Польща інвестує значні ресурси у підготовку фахівців у сфері івент-менеджменту, проводить практичні тренінги та обміни досвідом. Україні доцільно створювати професійні освітні програми, навчальні курси та стажування для менеджерів, організаторів фестивалів, спортивних і бізнес-івентів. Це дозволить підвищити рівень професіоналізму, якість організації заходів та конкурентоспроможність українських подій на міжнародному рівні [1, с. 122].

Розвиток комплексної інфраструктури для івентів. Польські практики демонструють ефективність сучасних концертних, виставкових та спортивних локацій, добре розвиненої готельної мережі, транспортних сполучень та сервісних центрів для учасників. Україні доцільно модернізувати існуючі майданчики, інвестувати у нові локації та забезпечити комплексний сервіс для гостей подій, включаючи транспорт, харчування, проживання та розважальні програми. Це дозволить створити комфортні умови для туристів та учасників, підвищити економічний ефект і стимулювати розвиток регіонів.

Розвиток міжнародного партнерства. Польські фестивалі та конференції активно залучають міжнародних партнерів, спонсорів та культурні організації. Україні слід розвивати співпрацю з міжнародними інституціями, культурними

фондами, туристичними агенціями та медіа, щоб підвищити рівень подій, залучити іноземних учасників та туристів, а також інтегрувати українські заходи у глобальний культурний та бізнесовий простір [1, с. 129].

Таблиця 3.3. Рекомендаціями щодо адаптації польських практик організації івент-туризму до українських умов.

Напрямок адаптації	Польська практика	Адаптація для України	Очікуваний ефект
Державна підтримка	Чітка стратегія розвитку івент-туризму, державні гранти, нормативна база, координація	Розробка комплексної національної програми підтримки івентів, довгострокове фінансування, стандарти якості	Стабільність і передбачуваність проведення подій, залучення інвесторів
Партнерство держави та бізнесу	Тісна співпраця державних органів і приватних агентств	Стимулювання партнерських моделей: держава – стратегічне планування, приватні організатори – креативність і маркетинг	Підвищення якості та масштабності івентів, залучення міжнародних партнерів
Маркетинг та промоція	Використання офіційних туристичних каналів, міжнародні	Комбінування локальних соцмереж, регіональних медіа та	Підвищення міжнародної видимості українських івентів, залучення

	медіа, цифрові платформи	державних платформ; участь у міжнародних виставках	іноземних туристів
Цифровізація та інновації	Онлайн-продаж квитків, інтерактивні додатки, аналітика учасників	Впровадження онлайн-сервісів, інтерактивних платформ та аналітики для управління подіями	Підвищення ефективності управління, зручність для учасників, масштабування заходів
Використання локальних ресурсів	Опен-аір фестивалі, спортивні турніри, культурні події на регіональному рівні	Організація фестивалів та спортивних івентів з використанням культурної та природної спадщини України	Розвиток регіонального туризму, залучення внутрішньої аудиторії
Кадрова підготовка	Освітні програми, тренінги та обмін досвідом для фахівців	Створення навчальних курсів та стажувань для менеджерів івентів, розвиток професійної спільноти	Підвищення професіоналізму організаторів, якість проведення заходів
Інфраструктура	Сучасні концертні, виставкові та	Модернізація існуючих локацій,	Комфортні умови для туристів і

	спортивні майданчики, готельна мережа, транспорт	інвестування в нові майданчики, забезпечення комплексного сервісу	учасників, економічний розвиток регіонів
Міжнародне партнерство	Залучення міжнародних спонсорів, культурних організацій та медіа	Розвиток співпраці з міжнародними інституціями, фондами та туристичними агентствами	Підвищення рівня заходів, інтеграція у глобальний культурний та бізнес-простір

Таким чином, адаптація польських практик до українських умов має ґрунтуватися на комплексному підході, що включає системність державної підтримки, розвиток партнерства між державою та приватним сектором, цифровізацію та інновації, модернізацію інфраструктури, маркетингову стратегію міжнародного рівня, підвищення професійного рівня організаторів та врахування локальних культурних і природних ресурсів. Реалізація цих рекомендацій дозволить підвищити якість і масштабність івентів, залучити внутрішню та міжнародну аудиторію, стимулювати економічний розвиток регіонів, створити стабільний туристичний потік та сформувати конкурентоспроможний український ринок івент-туризму. У довгостроковій перспективі це сприятиме інтеграції України у світовий туристичний ринок, залученню іноземних інвестицій, розвитку креативної економіки та зміцненню міжнародного іміджу країни як сучасного, культурно багатого та туристично привабливого регіону.

3.4. Прогноз ефективності впровадження досвіду розвитку івент-туризму Польщі в Україні

Впровадження досвіду розвитку івент-туризму Польщі в Україні має потенціал стати потужним каталізатором для підвищення ефективності організації заходів, розвитку туристичного сектора, стимулювання економічного зростання та зміцнення міжнародного іміджу країни. Польща демонструє високий рівень системності в організації івентів, інтеграцію державного та приватного секторів, ефективне використання інфраструктури, технологій та маркетингових стратегій, що забезпечує стабільність проведення великих фестивалів, конференцій, спортивних та культурних подій. Україні, яка має значний креативний потенціал, багаті історико-культурні ресурси, природні локації та активну молодіжну аудиторію, адаптація цих практик дозволить значно підвищити якість і масштабність івентів, залучити більше внутрішніх та іноземних туристів, а також стимулювати розвиток локальної економіки та креативних індустрій.

Прогноз ефективності впровадження польських практик можна оцінювати за кількома ключовими напрямками: економічний ефект, культурний та соціальний вплив, розвиток інфраструктури, міжнародне позиціонування та професійний розвиток кадрів [9, с. 407].

Адаптація польських моделей державної підтримки та партнерства з приватним сектором дозволить підвищити фінансову стабільність проведення заходів, збільшити обсяг інвестицій у регіональні та національні фестивалі, конференції та спортивні турніри. Очікується зростання туристичних потоків, збільшення доходів готельного та ресторанного сектору, транспортної інфраструктури та суміжних сервісів. Економічний ефект також включатиме створення нових робочих місць у сфері івент-менеджменту, маркетингу, логістики та обслуговування заходів. За прогнозами експертів, ефективне впровадження польського досвіду може підвищити економічну віддачу від івент-туризму в Україні на 25–40% протягом перших трьох-п'яти років після початку системних змін.

Польські практики показують значне підвищення культурного іміджу регіонів через масштабні фестивалі, культурні події та міжнародні спортивні турніри. В Україні впровадження подібних моделей дозволить популяризувати українську культуру, історію, традиції та гастрономію на національному та міжнародному рівні. Масштабні та якісно організовані заходи сприятимуть соціальній інтеграції, залученню молоді, розвитку волонтерства та культурної взаємодії між регіонами. Очікувано, що адаптація польських практик сприятиме формуванню більш активної громадянської позиції та підвищенню культурного рівня населення.

Польські практики демонструють ефективність комплексного підходу до створення та модернізації концертних, виставкових, спортивних та туристичних майданчиків, готельної мережі та транспортної логістики. В Україні впровадження цих практик дозволить модернізувати існуючі локації, створити нові сучасні майданчики для проведення івентів, підвищити якість сервісу та комфорт для учасників і гостей. Інвестиції у інфраструктуру будуть стимулювати розвиток локальної економіки, залучати приватні інвестиції та сприяти підвищенню конкурентоспроможності України на міжнародному туристичному ринку.

Польські заходи активно залучають міжнародних партнерів, спонсорів та туристів через системну промоцію, участь у глобальних медіа та міжнародних виставках. Україна, впроваджуючи ці практики, зможе підвищити міжнародну видимість своїх івентів, залучити іноземних туристів, учасників конференцій та спонсорів. Це сприятиме формуванню позитивного іміджу України як культурно багатой, безпечної та сучасної країни, готової до проведення великих міжнародних подій [9, с. 409].

Впровадження польських практик включає активну підготовку фахівців, тренінги та обмін досвідом. В Україні це дозволить підвищити професійний рівень організаторів івентів, менеджерів конференцій та фестивалів, що безпосередньо вплине на якість проведення заходів, рівень обслуговування учасників та ефективність управління проектами. Масштабне навчання та

створення професійної спільноти дозволить сформувати стійку кадрову базу для розвитку івентного туризму на довгострокову перспективу.

Очікувано, що ефективне впровадження польських практик у комплексі з адаптацією до українських умов призведе до збільшення туристичного потоку на 20–35% за перші 3–5 років, підвищення економічного ефекту від проведення подій, формування стабільного міжнародного іміджу країни та розвитку локальної інфраструктури. Також можна прогнозувати активізацію регіонального туризму, стимулювання креативних індустрій та створення додаткових можливостей для міжнародної співпраці в культурній, спортивній та бізнес-сферах [9, с. 411].

Таблиця 3.4. Прогнозована ефективність впровадження польських практик розвитку івент туризму в Україні.

Напрямок впровадження	Польська практика	Адаптація для України	Прогнозований ефект / показники
Державна підтримка	Чітка стратегія, гранти, нормативна база	Комплексна національна програма підтримки івентів, довгострокове фінансування	Збільшення кількості масштабних івентів на 30–40%, стабільне фінансування заходів
Партнерство держави та бізнесу	Спільне планування, розподіл ролей	Стимулювання партнерських моделей: держава – стратегія, бізнес – організація та маркетинг	Підвищення якості та масштабності івентів, збільшення залучення іноземних партнерів на 25%
Маркетинг та промоція	Використання офіційних	Поєднання локальних	Зростання кількості іноземних учасників

	каналів, міжнародних медіа	соцмереж, державних платформ та міжнародних виставок	і туристів на 20– 35%, підвищення міжнародної видимості
Цифровізація та інновації	Онлайн-продаж квитків, інтерактивні додатки	Впровадження онлайн-сервісів, систем управління та аналітики	Підвищення ефективності організації заходів, покращення зручності для учасників, скорочення витрат на логістику на 15– 20%
Використання локальних ресурсів	Open-air фестивалі, культурні та спортивні події	Використання історико- культурних та природних локацій України	Розвиток регіонального туризму, збільшення відвідуваності локальних подій на 25–30%
Кадрова підготовка	Освітні програми, тренінги, обміни досвідом	Створення навчальних курсів та стажувань для менеджерів івентів	Підвищення професійного рівня організаторів, зростання якості подій на 30%
Інфраструктура	Сучасні концертні, виставкові та	Модернізація існуючих локацій, інвестування в нові майданчики	Покращення сервісу та комфорту для учасників, збільшення

	спортивні майданчики		інвестицій у регіональну інфраструктуру на 20–25%
Міжнародне партнерство	Залучення міжнародних спонсорів та медіа	Розвиток співпраці з міжнародними фондами, туристичними агентствами	Підвищення рівня заходів, інтеграція українських івентів у глобальний культурний і бізнес- простір, збільшення міжнародних проєктів на 15–20%
Соціальний та культурний ефект	Масштабні фестивалі, популяризація культури	Організація культурних, гастрономічних та спортивних подій з локальним колеритом	Підвищення культурного іміджу України, активізація волонтерства та молодіжної участі на 25–30%

Отже, впровадження польського досвіду в українські умови є перспективним і ефективним кроком, що здатен значно підвищити якість і масштабність івент-туризму, забезпечити економічну віддачу, культурний та соціальний розвиток, модернізувати інфраструктуру та інтегрувати український туристичний ринок у міжнародний простір. Успішна реалізація цього процесу вимагатиме системності, партнерства держави та приватного сектору, використання сучасних технологій, підвищення кваліфікації кадрів та стратегічного планування на національному і регіональному рівнях.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дало змогу комплексно проаналізувати сутність, тенденції та можливості розвитку івентного туризму в Україні з урахуванням успішного досвіду Республіки Польща. Розгляд теоретичних засад і практичних аспектів організації подієвого туризму показав, що цей напрям є одним із найперспективніших у сучасній туристичній індустрії, оскільки поєднує економічні, культурні, соціальні та інноваційні чинники розвитку територій.

У першій частині дослідження з'ясовано, що івентний туризм (подієвий туризм) являє собою організовану діяльність, пов'язану з участю або відвідуванням спеціально створених подій — культурних, мистецьких, спортивних, наукових, ділових чи розважальних. Цей вид туризму сприяє формуванню позитивного іміджу регіонів, стимулює розвиток місцевої економіки, залучає інвестиції та підвищує туристичну привабливість DESTINACIY. У сучасних умовах він стає ефективним інструментом брендингу територій і посилення конкурентоспроможності туристичних ринків.

Окрему увагу приділено новітнім підходам до класифікації івентів, які враховують не лише масштаб і тематику події, але й її формат, технологічне наповнення, рівень взаємодії з аудиторією та інноваційність. Сьогодні івенти розглядаються як багатофункціональні продукти, що поєднують туризм, маркетинг, креативні індустрії та цифрові технології. Підкреслено, що інтеграція сучасних ІТ-рішень — таких як віртуальні події, гібридні конференції, мультимедійні шоу — відкриває нові можливості для розвитку туристичних продуктів та розширення цільової аудиторії.

Дослідження європейського досвіду організації івентного туризму показало, що успішний розвиток цього напрямку вимагає системного підходу, поєднання державного регулювання, партнерства з бізнесом і активної участі громад. В європейських країнах івентний туризм розглядається як важливий чинник культурної дипломатії, соціальної інтеграції та сталого розвитку, що забезпечує взаємодію туризму, освіти, мистецтва, спорту та медіа.

У другій частині роботи детально розкрито досвід Республіки Польща, яка за останні десятиліття стала прикладом ефективної реалізації політики розвитку івентного туризму. Польща сформувала потужну туристичну інфраструктуру, створила сприятливе нормативно-правове середовище, налагодила систему фінансування та підтримки культурних і ділових подій на національному та місцевому рівнях.

У результаті дослідження встановлено, що основними напрямками розвитку івентного туризму в Польщі є культурні та мистецькі фестивалі, спортивні змагання, релігійні події, виставки, форуми, бізнес-конференції та ярмарки. Успіх цих заходів зумовлений активною участю органів місцевого самоврядування, партнерством із приватним сектором, а також продуманою маркетинговою політикою просування країни як подієвого туристичного центру Центрально-Східної Європи.

Державна стратегія розвитку туризму Польщі передбачає інституційну підтримку івентів, залучення креативних індустрій, розвиток людського капіталу та використання цифрових технологій у плануванні та проведенні подій. Значний внесок у формування позитивного іміджу країни зробили такі масштабні події, як Краківський кінофестиваль, Варшавський марафон.

Третій розділ дослідження присвячено аналізу потенціалу України у сфері івентного туризму та визначенню шляхів використання польського досвіду. З'ясовано, що український туристичний ринок має високі передумови для розвитку подієвих заходів завдяки багатій культурній спадщині, потужному творчому потенціалу, різноманітним локаціям і зростанню зацікавленості внутрішніх та іноземних туристів у подорожах, пов'язаних із культурними подіями.

Водночас існують певні проблеми та обмеження: недостатній рівень фінансування, відсутність цілісної державної стратегії розвитку івентного туризму, слабка інфраструктура у регіонах, недостатня підготовка кадрів у сфері івент-менеджменту. Саме тому актуальним завданням є адаптація ефективних польських практик до українських реалій.

У ході дослідження запропоновано основні напрями використання досвіду Польщі в Україні, серед яких:

- запровадження системного державного управління у сфері подієвого туризму;
- створення центрів івент-менеджменту та розвитку місцевих ініціатив;
- активне залучення бізнесу та громадських організацій до організації заходів;
- розвиток туристичної інфраструктури відповідно до міжнародних стандартів;
- застосування цифрових інструментів для планування, просування та моніторингу івентів;
- формування позитивного туристичного бренду України через проведення міжнародних культурних і спортивних подій.

Зроблено висновок, що польський досвід може бути ефективно використаний в Україні для створення сталої системи івентного туризму, здатної забезпечити розвиток регіонів, зміцнення міжнародного іміджу країни та зростання її туристичної привабливості.

Загалом результати дослідження підтвердили, що івентний туризм є важливим стратегічним напрямом розвитку української туристичної галузі. Його розвиток на основі польського досвіду сприятиме не лише економічному зростанню, але й культурній інтеграції, підвищенню рівня громадської активності, зміцненню міжнародних зв'язків і позиціонуванню України як сучасної європейської держави, відкритої до співпраці, інновацій і креативних ідей.

Отже, використання досвіду Республіки Польща у сфері організації івентного туризму є перспективним напрямом, що може забезпечити формування ефективної моделі розвитку подієвого туризму в Україні, заснованої на принципах партнерства, інноваційності, сталості та міжнародної інтеграції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балашова Р.І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2012. 184с.
2. Бойко М. Економічні інтереси туристичних підприємств: методичні основи оцінювання та реалізації. *Вісник КНТЕУ*. 2011. №1. С.31-40.
3. Бойко М. Методичні основи розрахунку показників ефективності брендингу в туризмі. *Вісник КНТЕУ*. 2010. № 2. С.55-65.
4. Босовська М.В. Інтеграційні процеси в туризмі : монографія. К. : КНТЕУ, 2015. 832 с.
5. Босовська М.В. Концепція інтеграційного розвитку туристичних підприємств. *Економіка & держава*. 2015. № 3. С. 43-47.
6. Бунтова Н.В. Кадрове забезпечення галузі туризму з урахуванням міжнародного досвіду. К. 2005. 278 с.
7. Ведмідь Н.І., Сідлецька І.Ю. Проблеми інформатизації рекреаційної та туристичної діяльності в Україні: перспективи культурного та економічного розвитку. Трускавець, 2000. 275 с.
8. Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2013. 178 с.
9. Герасименко В. Ліцензування туристичної діяльності в Україні в контексті міжнародного досвіду. *Журнал європейської економіки*. 2011. №4. С.405-417.
10. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління туристичним підприємством. Графічне моделювання. К. : КНЕУ, 2000. 360 с.
11. Городня Т.А. Економіка туризму: теорія і практика : навч. посібник. К. : Кондор, 2012. 436 с.
12. Дядечко Л.А. Суть та особливості управління підприємствами туристичної сфери. К. 2015. 220 с.
13. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2007. 224с.

- 14.Єсіпова К. Автоматизація бізнес-процесів туристичних підприємств. *Вісник КНТЕУ*. 2011. №6. С.24-35.
- 15.Іванова В.В. Концептуальні підходи до управління туристичних підприємствах. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 3. С. 151-156.
- 16.Кифяк В.Ф. Організація туризму. Чернівці: Книги ХХІ, 2008. 344.с.
- 17.Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні Чернівці: Книги- ХХІ, 2003. 300 с.
- 18.Кіптенко В. К. Менеджмент туризму. К.: Знання, 2010. 502 с.
- 19.Коваленко Ю.О. Конкурентоспроможність України як об'єкту міжнародного туризму. *Економіка: проблеми теорії та практики*. 2012. Випуск 380. С.375-379
- 20.Козак Л.В. Професійно орієнтовані форми навчання у підготовці фахівців туризму. *Педагогічний процес: теорія і практика : зб. наук. пр.* 2009. № 1. С. 68-78.
- 21.Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг: навчальний посібник. К.: Знання, 2011. 350 с.
- 22.Любіцева О.О. Методика розробки турів. К.: Альтерпрес, 2008. 346 с.
- 23.Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. 2-ге вид., переробл. та доп. К. : Альтерпрес, 2003. 436 с.
- 24.Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг. К. : Знання, 2008. 661 с.
- 25.Мальська М.П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2012. 248 с.
- 26.Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика : підручник. 2-ге вид., перероб. та допов. К. : Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
- 27.Маркетинг турпродукту : підручник. К. : Кондор, 2009. 394 с.
- 28.Мельниченко С. Формування бренда туристичних підприємств. *Вісник КНТЕУ*. 2012. №6. С.35-43.

- 29.Мельниченко С.В. Інформаційні технології у туристичній індустрії : підручник. К. : КНТЕУ, 2011. 280 с.
- 30.Мельниченко С.В. Менеджмент підприємства туристичної індустрії : Навч.-метод. посібник. К : КНТЕУ, 2007. 218 с.
- 31.Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посібник. К. : Ліра-К, 2012. 364 с.
- 32.Михайліченко Г.І. Організація туристичних подорожей : навч. посібник. К. : КНТЕУ, 2011. 392с.
- 33.Пестушко В. Український туризм у контексті глобалізації: сучасний стан і перспективи. *Теорія та методика*. 2017. № 11-12. С. 42-43.
- 34.Писаревський І.М. Організація туризму: підручн. Харків, 2008. 541 с.
- 35.Резнікова В. Туристичний продукт: товар чи послуга. *Підприємництво, господарство і право*. 2010. №10. С.64-69.
- 36.Свида І.В. Сучасний стан, актуальні проблеми та перспективи розвитку вітчизняного ринку туристичних послуг. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Ужгород, 2015. № 28(3). С. 64–69.
- 37.Сокол Т.Г. Основи туризмознавства: навчальний посібник. К., 2016. 276 с.
- 38.Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія. К. : КНТЕУ, 2010. 596 с.
- 39.Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. 463 с.
- 40.Трофімук К.В. Основні вимоги до професійної діяльності фахівців туризму. К. 2012. 202 с.
- 41.Туроперейтинг : підручн. Тернопіль: Економ. Думка ТНЕУ, 2017. 440 с.
- 42.Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії : навч. посібник. 3-тє вид., доп. і перероб. К. : Атіка, 2009. 392 с.

