

### Список використаних джерел

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навчальний посібник. Київ : Знання України, 2016. 352 с.
2. Бондаренко О. Конкурентоспроможність готельного бізнесу на ринку готельно-ресторанних послуг м. Києва. Економіка та управління, 2016. с. 78-83.
3. Галасюк С.С., Нездоймінов С.Г. Організація готельного господарства : навчально-практичний посібник. Київ : ФОП В.М. Гуляєва, 2019. 204 с.
4. Євдокимова Н., Мішалова О. Розвиток малого готельно-ресторанного бізнесу в Києві. Бізнес Інформ, 2018. 11 с.
5. Сорокіна І., Криворучко Т. Конкурентні переваги малого готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Економіка та управління, 2017. С. 10-17.

УДК 338.48

## ФЕСТИВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ТА КРЕАТИВНІСТЬ

О.В. Борисова, кандидат географічних наук, доцент

К.Г. Тимошенко, студент

Київський національний університет технологій та дизайну

*Ключові слова:* фестивальний туризм, креативність, бренд території, інновації, креативні індустрії.

В туризмі, на сучасному етапі його розвитку зростає потреба в нестандартному креативному мисленні, що несе в собі потенціал ще більшого створення доданої вартості і робочих місць шляхом виробництва й експлуатації інтелектуальної власності, сприяє самореалізації особистості, розкриває творчий характер туризму, веде до швидкого економічного зростання та розвитку певної території, ще більшого залучення туристів та просування її іміджу на міжнародному рівні [1].

Креативність є однією з характеристик туризму, в основі якої закладено можливість самореалізації особистості, що має безліч своїх проявів. Саме креативність є джерелом продукування технологічних та комерційних інновацій. Туристична індустрія сприяє саморозвитку людини, створює креативний контент, є сферою реалізації креативних індустрій та частиною креативної економіки.

Своєрідним полем діяльності, джерелом натхнення для творчості і креативних індустрій є історико-культурна спадщина — архітектура і ландшафт, місцеві традиції, ремесла, музеї, виставки, свята і фестивалі останні є тим простором, на якому найчастіше генерується сучасний креативний контент.

Фестивалі створюють атмосферу для емоційних контактів між людьми, сприяють реалізації потреб у міжособистісному спілкуванні, передачі етно спадщини від старшого покоління до молоді, сприяють збереженню єдиного культурного простору в країні, виступають у ролі своєрідного брендингу території, є ретрансляторами національної ідентичності, творчого розвитку, популяризатора місцевих національних традицій, сприяють збільшенню

туристів, що робить територію більш конкурентоспроможною на ринку туристичних послуг. Фестивальний рух — це спосіб життя, спосіб мислення сучасної людини, що є абсолютно співзвучним значенню креативності [2].

Серед найбільш відомих в Україні та поза її межами фестивалів, що ефектно та креативно формують у туристів враження про країну, слід відмітити міжнародний фестиваль етнічної музики «Країна мрій», фестиваль сучасного мистецтва Гоголь FEST; музичний фестиваль Atlas Week-end; еко фестиваль Черемош-Фест; фестивалі зимового обрядового циклу — Зимова країна мрій, Маланка Фест та інші.

Однією з особливостей розвитку фестивального туризму в Україні є співпраця з країнами ЄС, врахування особливостей його розвитку та європейських традицій, що реалізується через відповідні програми: Культурні мости, Креативна Європа тощо. Завдяки останній ГО «Густань» отримала грант на створення Арт-резиденції «Територія натхнення» та проведення масштабного фестивалю-реконструкції, що залучає щороку до 10 тисяч туристів з різних країн; фестивальний сектор Миколаївщини, завдяки зазначеній програмі, поповнився мистецьким фестивалем CHANGE і фестивалем актуальної анімації та медіамистецтва LINOLEUM; проводиться міжнародний фестиваль повітряних зміїв “South Wind”, джаз-фестиваль, що об’єднує музикантів із США, Бразилії, Німеччини, Ізраїлю. На Одещині справжнім мостом між молодими майстрами кіно Франції та України став фестиваль молодого кіно «Міст» та інші [3].

Одним із важливих та нагальних завдань у розвитку фестивального туризму є необхідність формування власного іміджу для кожного регіону та підвищення рівня пізнання українських територій громадянами інших країн. Це допомагає привернути додаткову увагу до регіону, дає змогу ефективніше лобювати його інтереси, покращувати інвестиційний клімат та отримувати додаткові ресурси для розвитку регіональної економіки та інфраструктури.

#### Список використаних джерел

1. Борисова О.В., Турченко О.Г. Спеціалізований туризм: етнофестивалі як брендинг території - Міжнародна LX Інтернет-конференція Лютневі наукові читання: Київ, 01.02.2021 – С. 211-214.
2. Гринюк Д.Ю., Степанець І.О., Борисова О.В. (2022). Туристичне краєзнавство: Гадяч та його околиці. Навчальний посібник. - Київ. КНУ, 123с. Режим доступу: <https://geo.knu.ua/wpcontent/uploads/2022/06/posibnyk-turystychne-kraeznavstvo-gadyach-ta-jogo-okolyczi-2022.pdf>
3. Панельна дискусія: «Креативні індустрії України у позитивному перетворенні світу», Інтелект форум 21-23 травня 2021р., Режим доступу: [http://odnb.odessa.ua/view\\_post.php?id=3297](http://odnb.odessa.ua/view_post.php?id=3297) (дата звернення: 01.04.2023).