

**ВПЛИВ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА ТУРИСТИЧНИЙ ІМІДЖ
ДНІПРОВСЬКОГО РЕГІОНУ**

ШИФР «ФЕСТИВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ»

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Теоретичні засади розвитку фестивального туризму.....	5
Розділ 2. Сучасний стан та основні тенденції розвитку фестивального туризму в Україні.....	14
Розділ 3. Шляхи підвищення ефективності функціонування фестивального туризму на Дніпропетровщині.....	21
Висновки.....	29
Список використаних джерел.....	31
Додатки.....	38

ВСТУП

Актуальність теми. Успішне функціонування туристичної галузі впливає на економічний розвиток регіонів і країни в цілому, безпосередньо формує їх позитивний туристичний імідж. Важливим є розвиток малобюджетних видів відпочинку, яким сьогодні виступає фестивальний туризм. Фестивальний туризм розглядається як новий сегмент туристичної діяльності, як чинник збільшення кількості туристів і як ефективний механізм створення та підтримки позитивного іміджу регіону. Кожного року кількість відвідувачів event-турів зростає, що викликає необхідність вивчення туристичного попиту на даний вид туризму та факторів, що впливають на нього, підготовці спеціалістів для взаємодії зі споживачами під час проведення заходів, реалізації та розвитку такого туристичного продукту.

Теоретико-методологічні питання організації і розвитку (івентивного) подієвого туризму досліджують такі відомі вчені: О. Алексєєва, А. Бабкін, С. Біла, К. Бекнура, В. Поліщук, І. Смаль, Г. Карпова, О. Костюк та ін. Вагомий внесок у розкриття фестивального туризму та їх значення для окремих регіонів і міст у своїх роботах зробили такі українські науковці: О.О. Бейдик, В. Грицку, Ж. Бучко, В.В. Олійник, В.В. Остапчук, П.В. Тищенко, М.В. Щурик та ін.

Поряд з цим, недостатньо вивчені регіональні аспекти розвитку цього виду туризму, що потребує подальшого дослідження особливостей функціонування фестивального туризму на ринку туристичних послуг.

Виходячи з викладеного, **метою роботи** є поглиблення теоретичних аспектів розвитку фестивального туризму в Україні, визначення особливостей та перспектив використання фестивалів в туристичній галузі та розробка практичних рекомендацій щодо активізації фестивального туризму на Дніпропетровщині.

Для досягнення викладеної мети дослідження в роботі ставляться наступні **завдання**:

1. Дослідити особливості функціонування фестивального туризму як соціокультурного феномену на основні напрями його розвитку.

2. Проаналізувати сучасний стан та особливості розвитку фестивального туризму в Україні.

3. Розглянути шляхи підвищення ефективності функціонування фестивального туризму в Україні.

4. Розробити практичні рекомендації щодо активізації фестивального туризму в Україні (на прикладі Дніпропетровщини)..

Об'єктом дослідження виступає туристична галузь України.

Предмет дослідження - вплив фестивального туризму на туристичний імідж Дніпровського регіону.

Інформаційною базою дослідження стали законодавчі і нормативно-правові акти України, інформація Державного комітету статистики України, Всесвітньої туристичної організації, Всесвітньої ради з туризму та подорожей, звіти і аналітичні публікації міжнародних організацій, вітчизняні і зарубіжні періодичні видання, наукова література, інформаційні ресурси мережі Інтернет, результати власних спостережень та досліджень.

Структура роботи: робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку використаних джерел та додатків. Робота містить 1 таблицю, 5 рисунків та 13 додатків.

Розділ 1. Теоретичні засади розвитку фестивального туризму

З урахуванням сучасних економічних реалій, а саме кризового стану багатьох секторів економіки, розвиток туристичної індустрії відбувається достатньо специфічним шляхом. Зокрема, набувають значущості ті ресурси, які не вимагають значних фінансових затрат. Мова йде про події, які відіграють важливу роль у формуванні туристських потоків та позитивно впливають на розвиток туристичної інфраструктури. Маємо на увазі фестивальні ресурси, потенціал яких необмежений і недооцінений. Регіон, у якому проводяться подібні заходи, набуває нового іміджу, а в розвиток його інфраструктури залучаються інвестиційні кошти. На час підготовки й проведення фестивалів створюються нові робочі місця, розвиваються мало бюджетні види відпочинку тощо.

У монографії М.П. Крачила «Географія туризму» йдеться про такий вид туризму, як культурно-розважальний, у складі якого автор виокремлює розважальні подорожі, відносячи до них подієвий туризм [21]. Головна мета такої подорожі присвячується якійсь події, що відбувається в тій або іншій країні, регіоні. Унікальні тури, що поєднують в собі традиційний відпочинок і участь у різних видовищних заходах планети або в країні, поступово завойовують все більшу популярність серед різних груп відпочиваючих, хоча багато туристів не достатньо проінформовані про існування подібного виду туризму. Аналіз попиту на туристичному ринку показує, що сьогодні спостерігається зростання зацікавленості у подієвих, фестивальних заходах, в ході яких турист отримує більше позитивних емоцій від подорожі ніж від звичного туру навіть з різноманітною екскурсійною програмою.

Фестивальні види й підвиди культурно-розважального туризму досліджували вчені: О.О. Бейдик, Т.М. Білоцерківська, В. Грицку, Ю. Грицку, В.В. Олійник, А. Пискач, П.В. Тищенко [2; 5; 11; 12; 33; 37; 50].

Як показав аналіз наукових праць, вчені визначають подієвий туризм як вид туризму, що спрямований на відвідини подій, які відбуваються в тому чи іншому регіоні, при цьому основна мета подорожі приурочена певній події, в

якій турист прийматиме пасивну (спостерігача) або активну участь [31]; туристичну діяльність, пов'язану з різноманітними і значними соціальними та громадськими подіями, а також «рідкісними природними явищами, що приваблюють своєю унікальністю, екзотичністю, неповторністю великі маси співвітчизників і туристів із зарубіжних країн» [50].

Подієві ресурси належать до динамічних чинників формування туристичних потоків, оскільки включають мотиваційні передумови подорожі до місця, де відбувається подія чи явище. Спортивні змагання, культурно-мистецькі заходи, політичні акції, унікальні природні явища – далеко не повний перелік подій, які спонукають людину до мандрівки. Подієві ресурси охоплюють найбільш суттєві прояви сучасного суспільного буття із його модою на глобалізацію, екологію, активний і здоровий спосіб життя, переконаннями й уявленнями про стиль і стереотип поведінки людини у соціумі, включають його пропаганду та механізми реалізації.

На соціальну важливість та необхідність використання подієвих ресурсів в організації туристичної діяльності вказує у свої працях О.О. Бейдик: «Подієві рекреаційно-туристські ресурси – найсуттєвіші прояви соціального та природного руху, знакові події в історії певної території (держава, регіон, місто)...» [2].

І.В. Смаль також відзначає, що: «Можна говорити лише про міру впливу подієвих ресурсів на створення туристичної інфраструктури, формування туристичних потоків, яка у нинішньому світі, насамперед, залежить від реклами події та піаракцій навколо неї. Це вказує на те, що «подія», яка використовується у туризмі, величезною мірою залежить від суспільних вподобань, від моди й уяви про престижність заходу. Велике значення має постійність і періодичність проведення заходів» [47].

Подієвий туризм (за оцінкою Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) на даний час є одним з найперспективніших видів туризму у світі. Серед інших видів туризму він вражає своєю насиченістю програми,

видовищністю, яскравістю та атмосферою. Ще однією особливістю такого виду туризму є невичерпність його ресурсів [72].

До видів івенту (event) можна віднести: фестивалі, карнавали, паради, святкування; конференції, форуми, симпозіуми, круглі столи; освітні заходи; концерти; ділові події: виставки, ярмарки, торговельні шоу, презентації, відкриття підприємств і т. д. [11].

Згідно з останніми дослідженнями до 2020-го року кількість учасників event-турів може перевищити число учасників екскурсійних турів та скласти більше 35% від загального попиту на різноманітні тури [63].

Зроблений нами аналіз інформації Держстату України («Сукупні надходження туристичного збору та податкових платежів з туристичної галузі зросли на 20,7% – до 4,2 млрд гривень»), свідчить про зростання обсягів внутрішніх туристичних потоків» [21]. Такі зміни можливі за умов активізації туристичних потоків з приводу участі у фестивальних заходах різного рівня.

Одним із видів івентивного (подієвого) туризму є фестивальний. Поняття «фестиваль» є досить широким і різними дослідниками трактується по-різному. Фестиваль (festival) – це масове театралізоване святкове дійство, яке включає огляд або демонстрацію певних досягнень [2]. Близьким до фестивалю є поняття «фієста» (fiesta) – традиційне народне свято, характерне для іспаномовних країн і поширене в країнах Середземномор'я. Але ці поняття слід диференціювати. Фестиваль – це масове дійство, що проводиться на вулицях, у парках, стадіонах, клубах, вуличних майданчиках, що визначають специфіку і структуру фестивалів [6]. Аналогом фестивалів в Україні є народні гуляння, які є елементами культури певного народу і пов'язуються з традиціями й звичаями, склалися історично та передаються від покоління до покоління і зберігаються протягом тривалого часу [16].

Починаючи із 2011 р. в Україні було проведено рейтинг фестивалів «TOP-Fest 2011», започаткований інтернет-порталом «This is Ukraine – путівник по Україні» з метою розвитку українського фестивального руху, популяризації подієвого туризму в Україні та відзначення кращих фестивалів. Голосування

тривало 2 місяці й проводилось у 6-ти країнах. Було визначено у 116 номінаціях: кращий гастрономічний, етнічний, історичний, мистецький, музичний та тематичний фестиваль. Переможцями було визнано: серед гастрономічних фестивалів – «Закарпатське Божоле», етнічних – «Трипільське коло: Повітря», історичних – «Стародавній Меджибіж», мистецьких – «Республіка», музичних – «Сусідній світ», тематичних – «Сакура фест».

26 українських фестивалів отримали європейський «знак якості» EFFE Label 2019-2020, увійшовши до складу великої фестивальної спільноти Європи. Крім того, фестиваль ГогольFEST отримав нагороду EFFE Award, яку можна назвати європейським фестивальним «Оскар», повідомляє Центр розвитку «Демократія через культуру».

EFFE («Європа підтримує фестивалі, фестивалі підтримують Європу») - це проект Європейської асоціації фестивалів (EFA) при сприянні ЄС. EFA була створена у 1952 році і об'єднує понад 100 фестивалів та фестивальних асоціацій, які представляють понад 40 країн Європи і світу. Проект EFFE об'єднує понад 2,5 тисяч фестивалів, «знак якості» дається раз на два роки. Фестивалі відбираються міжнародним журі, до складу якого входять відомі європейські фестивальні менеджери і діячі мистецтва.

О.О. Бейдик та А.О. Гончарук висвітлили розвиток культурно-розважального туризму в Україні (на прикладі фестивального туризму), запропонували модель тематичної структури фестивалів та картосхему видової та регіональної структури фестивального туризму України, окреслили перспективи його розвитку [3].

Враховуючи факт збільшення об'ємів туристичних потоків за рахунок подієвого туризму виникає необхідність вивчення особливостей його мистецького простору; визначення його змістовних складових як форми культури та комунікативного простору. Вчені визначають фестивальний туризм як ефективний інструмент формування позитивного туристичного іміджу за умови «ефективного використання всього спектру туристичних ресурсів [10].

Фестивальний туризм можна вважати цікавою і перспективною формою і способом адаптації різноманітних видів соціокультурної діяльності. На думку багатьох учених, фестиваль сьогодні не лише святкове дійство. Він набуває і формує принципово новий сегмент туристичної діяльності – фестивальний туризм, який перетворюється на «потужне соціальне явище» [11]. Саме тому потрібно розглядати фестивальні практики як форми культурної комунікації, які створюють синтетично-художній простір з ознаками багатофункціональності і багатогранності.

Таким чином, фестивальний туризм уявляє собою своєрідний простір, який виступає як комунікативна система функціонування соціокультурних взаємодій, які формують певну конфігурацію комунікативного простору з можливостями для створення нових продуктів спільної творчості та їх реалізації. Йдеться про такі складові фестивалю як: унікальні перформенси з поєднанням музичних ідей та символічно закодованою пластикою руху, інсталяції як сполучення візуальних мистецтв та акустичних можливостей, культурний діалог з унікальними місцевими локаціями тощо.

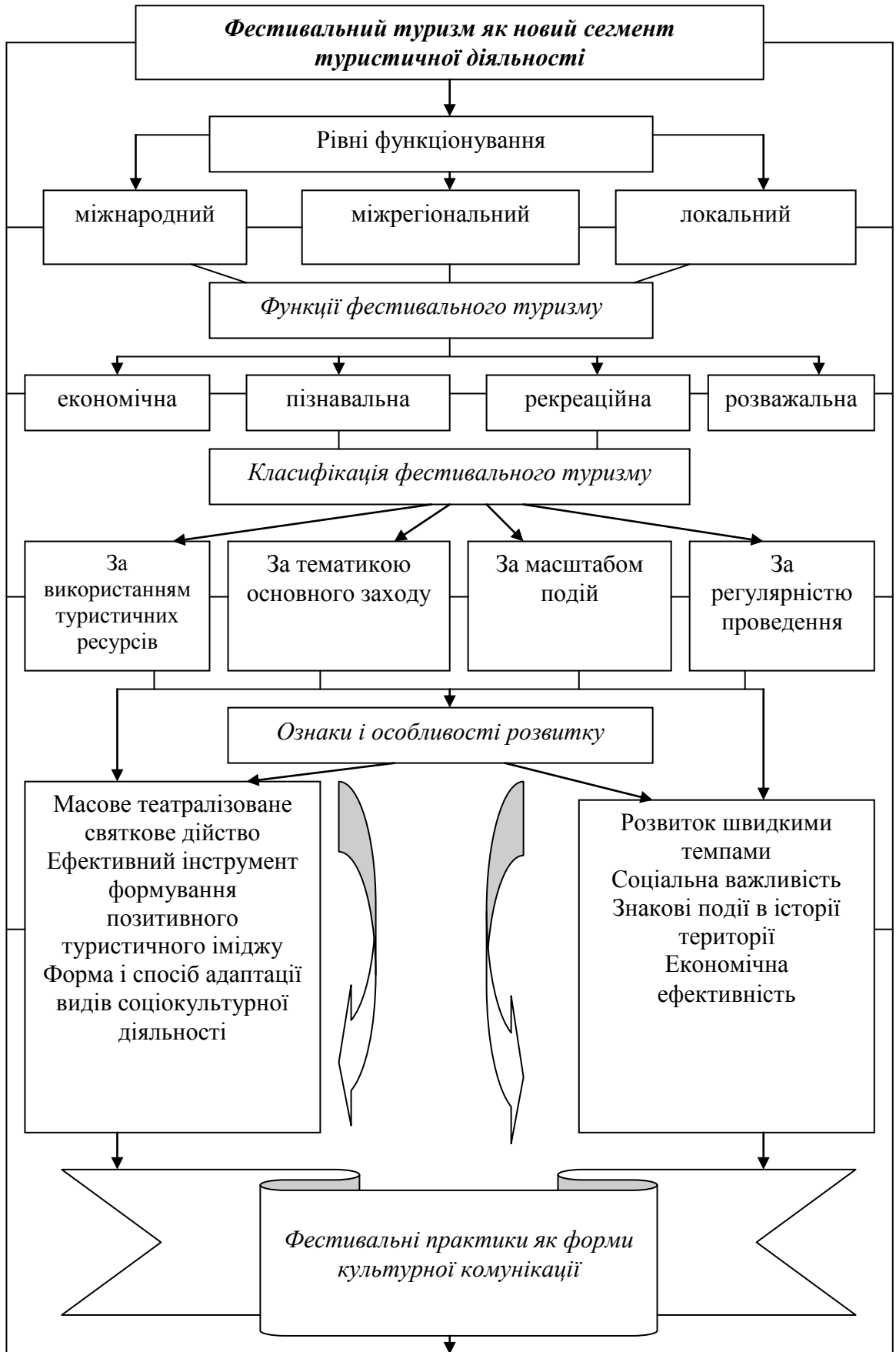
Можна говорити про міру впливу подієвих ресурсів на створення туристичної інфраструктури, формування туристичних потоків, яка у нинішньому світі, насамперед, залежить від реклами події та піар акцій навколо неї. Це вказує на те, що «подія», яка використовується у туризмі величезною мірою залежить від суспільних вподобань, від моди й уяви про престижність заходу. Велике значення має постійність і періодичність проведення заходів [11].

Окремі види подієвих ресурсів найбільш доцільно класифікувати за тематикою заходу: національні і релігійні свята, гастрономічні, музичні, театральні фестивалі, спортивні змагання, покази мод, карнавали, технічні салони і виставки, економічні форуми тощо.



Рис. 1.1 – Типізація фестивального туризму

Фестивальний туризм як різновид культурно-пізнавального туризму виконує важливі функції: економічну, пізнавальну, рекреаційну та розважальну. Нами були визначені рівні функціонування фестивального туризму, до яких віднесені: міжнародний, міжрегіональний (регіональний) та локальний. Відповідно до визначеної класифікації видів фестивального туризму існують такі визначення: за використанням туристичних ресурсів; за тематикою основного заходу; за масштабом подій; за регулярністю проведення.



Джерело: складено автором

Рис. 1.2 – Фестивальний туризм як новий сегмент туристичної діяльності

Зазначимо, що організація фестивального туризму має свої особливості. Насамперед, це неповторність кожної поїздки, незабутні враження й атмосфера свята. Фестивальний туризм – це складне явище, в якому переплітаються потреби і реальна діяльність людей, природні, технічні і економічні процеси. На підставі літератури, що присвячена фестивальному туризму можна виділити шість основних груп факторів, які визначають основні напрямки його розвитку: соціально-економічні, демографічні, політичні, соціально-психологічні, культурно-історичні та матеріально-технологічні фактори

Ці групи факторів сприяють в позитивному плані розвитку фестивального туризму. Проте слід зупинитися на факторах, стримуючих і навіть гальмуючих його зростання. З соціально-економічних факторів, таких як, інфляція, зростання злочинності і безробіття, кризи, порушення умов товарообміну, а також відсутність планування у використанні природних і трудових ресурсів є стримуючими, такими, що негативно впливають на фестивальний туризм [15].

Цікавою в контексті нашого дослідження є класифікація подієвих ресурсів за тематикою (додаток В).

Виділяються подієві ресурси глобального, регіонального і місцевого масштабів. До глобальних подій належать заходи, які спонукають до подорожі населення багатьох країн і поширюють свій вплив на увесь світ або його окремі частини (Олімпійські Ігри, чемпіонати світу і окремих світових регіонів із різних видів спорту, з'їзди, конференції, фестивалі світового масштабу); події регіонального рівня є визначальним мотивом для подорожі населення країн у межах окремих частин світу (чемпіонати і фінальні частини чемпіонатів окремих регіонів світу із різних видів спорту, регіональні фестивалі, конференції, виставки, концерти тощо); події місцевого рівня спонукають до подорожі у межах країни або її окремої частини.

Подія, як туристичний ресурс, має яскраво виражений мультиплікаційний ефект – вона «змушує» розвиватися різні сектори туристичної індустрії для ефективнішого використання власного потенціалу.

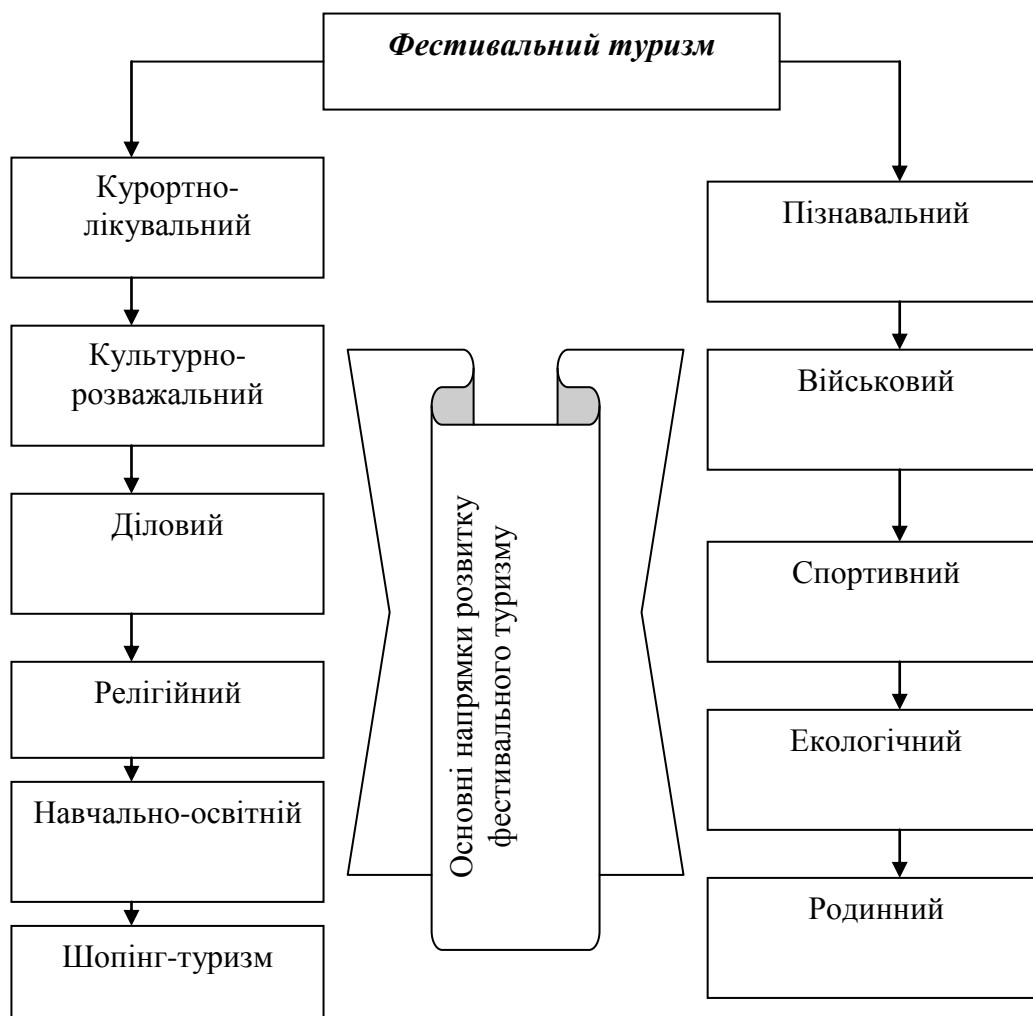


Рис. 1.3 – Основні напрямки розвитку фестивального туризму

Отже, в українській туристичній індустрії поступово формується культура відродження, створення, накопичення і використання подієвих ресурсів.

Розділ 2. Сучасний стан та основні тенденції розвитку фестивального туризму в Україні

Ефективність розвитку ринку туристичних послуг залежить від максимальної відповідності туристичного продукту запитам споживачів. Це потребує досвіду роботи на ринку, вивчення запитів споживачів тур послуг, їх смаків, потреб. В повній мірі це стосується розвитку фестивального туризму, який можна розглядати як інноваційний туристичний продукт на сучасному ринку України.

Впровадження креативних туристичних індустрій (мова йде про фестивальний туризм) передбачає вивчення мотивації та психології споживачів, передбачає створення нових видів туристичного продукту, технологій, удосконалення форм просування продукції, каналів розподілу і методів виходу на нові ринки.

Однією з особливостей функціонування фестивального туризму на ринку туристичних послуг є врахування фактору впливу на туристичний імідж території. Важливою складовою повинно стати формування ринку туристичних послуг з урахуванням можливостей регіону та культурних його характеристик. Зауважимо, що саме культура є тим потужним інструментом, котрий впливає на зміну цінностей, а також створює належні умови для підтримки і розвитку творчого, духовного, культурного та мистецького потенціалу регіонів, сприяє можливості культурного розвитку і самовираження людей, виховання морально-здорової нації.

Аналіз даних показав, що існують стримуючі чинники для розвитку ринку туристичних України й фестивального туризму, зокрема. До них були віднесені: відсутність належного туристичної сфери на державному та регіональному рівнях; - політична ситуація в країні та взаємовідносини між країнами в сфері туризму; - нечіткий розподіл функцій управління туристичною сферою в регіоні, і як наслідок, відсутність відповідної мотивації до вжиття

заходів, спрямованих на комплексну взаємодію всіх структурних елементів, і на цій основі створення якісного туристичного продукту та ін.

Однією з особливостей розвитку фестивального туризму має стати співпраця з країнами ЄС й врахування особливостей його розвитку і європейських традицій. Також співпрацею стала програма «Culture Bridges», яка була презентована директором Британської Ради в Україні Саймоном Вільямсом 20 жовтня 2017 року в рамках міжнародного форуму «Креативна Україна» [65].

«Culture Bridges» – програма розвитку українського культурного сектору, яка має на меті налагодження ефективних зв'язків між митцями, культурними операторами та інституціями в Україні і ЄС. Програма «Гранти національної співпраці» надає гранти для українських інституцій із щонайменше двох несуміжних областей України на реалізацію спільних проєктів у сфері культури та креативних індустрій. Подача проєктів відкрита лише для організацій з України, зокрема для організацій громадянського суспільства, організацій державного сектору та приватних організацій (також і прибуткових), що працюють у культурному та творчому секторах.

За результатами першого конкурсу програми «Culture Bridges» у 2018 році підтримано 43 заявки із загальним бюджетом у майже 348000 євро у таких категоріях: фестивалі, візуальне мистецтво, матеріальна та нематеріальна культурна спадщина. Загалом у рамках конкурсу отримано 544 заявки за всіма напрямками грантів. Заявники представляють усі області України. Європейські партнери, що взяли участь у конкурсі, представляють більш ніж 10 країн ЄС.

Однією з важливих і актуальних завдань розвитку фестивального туризму є необхідність формування власного іміджу кожного регіону і посилення впізнаваності українських територій громадянами інших країн. Це сприяє залученню додаткової уваги до регіону, дає можливість ефективніше лобювати свої інтереси, покращувати інвестиційний клімат, одержувати додаткові ресурси для розвитку регіональної економіки, інфраструктури. Більш того,

просування іміджу регіонів є досить перспективним шляхом подолання труднощів у формуванні іміджу України в цілому.

Заслуговує на увагу той факт, що Україна має всі передумови для підвищення конкурентоспроможності в цій сфері. Серед них треба виділити наступні: вигідне географічне положення; розвинута транспортна інфраструктура; значний науково-технічний потенціал; наявність висококваліфікованих кадрів.

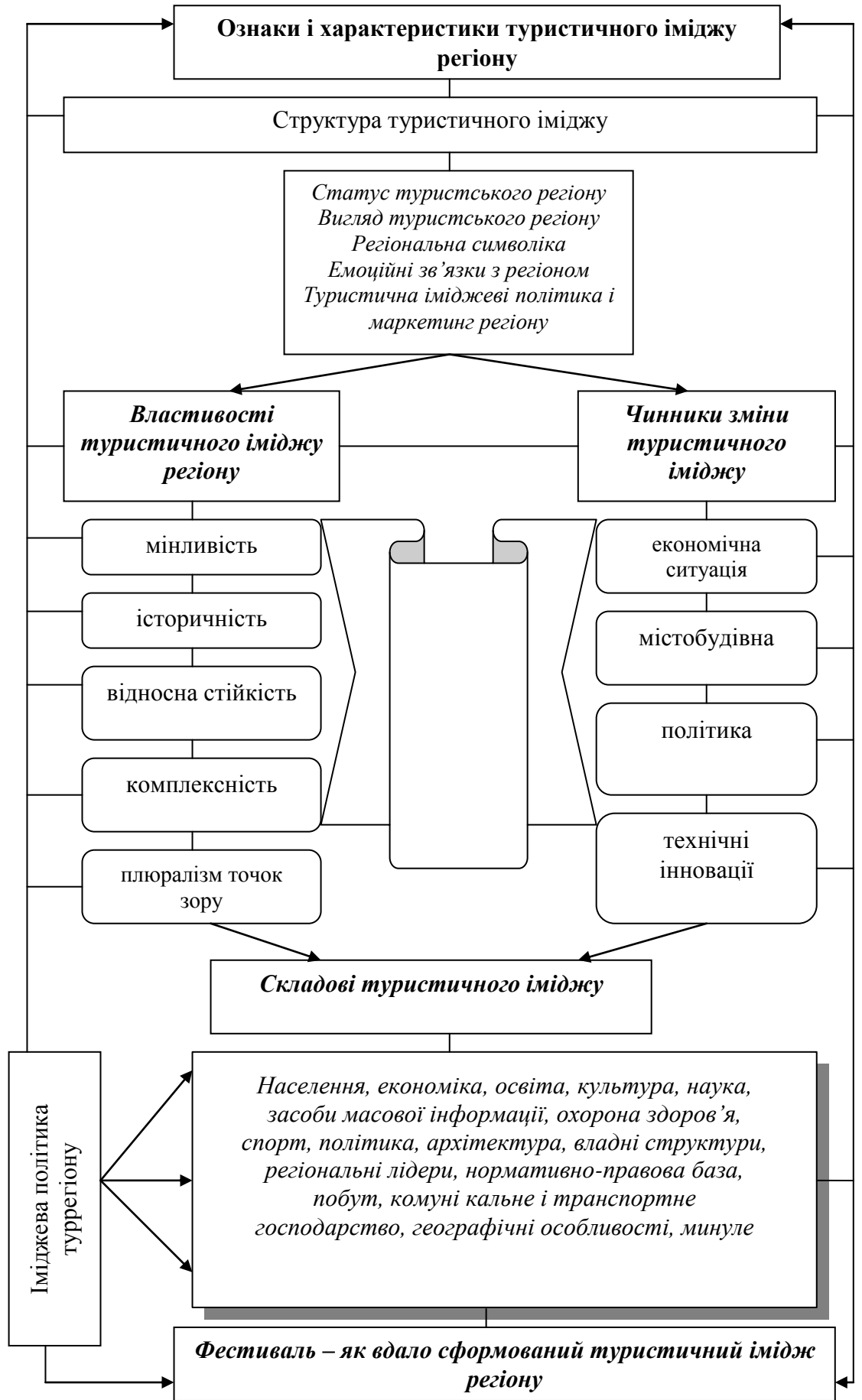
На особливу увагу заслуговує проблема регіонального розвитку фестивального туризму в Україні. Структура туристичного іміджу регіону передбачає взаємозв'язок складових: статусу туристського регіону, вигляд, регіональну символіку та емоційні зв'язки з регіоном. Саме завдяки реалізації вищезазначених складових формуються особливості функціонування фестивального туризму на ринку туристичних послуг, туристична іміджеві політика і маркетинг регіону.

Виходячи з визначення фестивальних індустрій як креативних технологій їх розвиток повинен базуватися на відродженні старих міських районів із вже прокладеною інфраструктурою, що дозволяє економити на освоєнні нових територій. Історичні місцевості начебто мають свою власну особистість. І не дарма, адже будинки тут так само важливі, як і люди. Компактність забудови, людський масштаб споруд, співвимірність вуличного простору сприяє інтенсивності спілкування. Історична архітектура та традиційне міське середовище формує уявлення про гармонію та естетичні смаки багатьох поколінь, програмують життєвий уклад, традиції та світогляд майбутніх українців.

Одним із аспектів реалізації креативних фестивальних індустрій має стати приватно-громадське партнерство на засадах залучення громади як повноцінного учасника для успішного збереження культурної спадщини, просування бренду міста, формування його іміджу та індивідуальності.

Вчені визначають фестивальний туризм як ефективний інструмент формування позитивного туристичного іміджу за умови «ефективного

використання всього спектру туристичних ресурсів [43]. Фестивальний туризм можна вважати цікавою і перспективною формою і способом адаптації різноманітних видів соціокультурної діяльності. На думку багатьох учених, фестиваль сьогодні не лише святкове дійство. Він набуває і формує принципово новий сегмент туристичної діяльності – фестивальний туризм, який перетворюється на «потужне соціальне явище» [4].



Джерело: складено автором

Рис. 2.1 - Ознаки і характеристики туристичного іміджу регіону

Можна розглядати фестивальні практики як форми культурної комунікації, які створюють синтетично-художній простір з ознаками багатofункціональності і багатогранності. Таким чином, фестивальний простір виступає як знаково-комунікативна система функціонування соціокультурних взаємодій, які формують певну конфігурацію комунікативного простору з можливостями для створення нових продуктів спільної творчості та їх реалізації (унікальні перформенси з поєднанням музичних ідей та символічно закодованою пластикою руху, інсталяції як сполучення візуальних мистецтв та акустичних можливостей, культурний діалог з унікальними місцевими локаціями тощо).

Ми дійшли висновку, що креативні фестивальні індустрії на сучасному етапі розвитку активно використовують культурну спадщину та мистецтво в якості ресурсу для створення нових туристичних продуктів та послуг.

І хоча нині фестивальному туризму приділяється ще мало уваги, на наше переконання, цей напрям є перспективним і вартим уваги як із боку споживачів таких послуг, так і з боку організаторів фестивальних турів. Розвиток івентивного (подієвого) туризму є одним із найефективніших механізмів створення та підтримки позитивного іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації, впливає на формування міста як повноцінного культурного суб'єкта.

Сучасні фестивальні практики стали важливою складовою культурного простору України і новим сегментом туристичної діяльності. Як показало наше дослідження, фестивалі часто переростають мистецьке значення і стають соціально важливими для економічного і культурного розвитку певного регіону та його туристичного іміджу. В умовах сучасних глобалізаційних процесів підсилюється інтенсивність культурних обмінів й створюються передумови для розширення комунікативного простору креативних фестивальних практик.

Стандартні способи організації соціокультурного процесу відходять на другий план, поступаючись комунікативним моделям творчих контактів. Саме фестивальний простір створює можливість творчого обміну соціальним і духовним досвідом, пропонує різноманітні способи ведення культурних діалогів завдяки своїм можливостям поєднання вербальної і невербальної комунікації, її діалогізації, різноманітній мові візуально-просторової комунікації. Формування комунікативного фестивального простору передбачає ефективні маркетингові підходи (задоволення потреби цільового споживача, використання маркетингових інструментів комунікації, спонсорвання фестивальних заходів тощо), що дозволить реалізувати компоненти просторової парадигми фестивалю як складної й динамічної системи.

Україна має надзвичайно великі перспективи в розвитку туристичного ринку послуг та туристичного бізнесу, оскільки має багато туристичних ресурсів, що є однією з умов розвитку туризму, фестивального зокрема. Проте, з іншого боку, щоб привабити як вітчизняних, так і іноземних туристів та розвивати туристичну сферу, необхідно подолати не вирішені питання, які вповільнюють розвиток туристичного ринку України. Передусім варто подолати деструктивні фактори, які негативно впливають на розвиток туристичної галузі та поглиблювати та удосконалювати фактори конструктивного характеру.

Однак, слід зазначити, що потужний історико-культурний потенціал України не використовується повною мірою у зв'язку з наявністю низки значних проблем у даній галузі.

Розділ 3. Шляхи підвищення ефективності функціонування фестивального туризму на Дніпропетровщині

Усі заходи у сфері туризму в Дніпропетровській області спрямовувалися на розбудову внутрішнього туризму та виконувалися у рамках Програми розвитку туризму у Дніпропетровській області на 2014 – 2022 роки, затвердженої рішенням обласної ради від 20 червня 2014 року № 532-26/VI (зі змінами).

Туристичні об'єкти, екскурсійні маршрути та принади Дніпропетровської області, а також окремих міст було представлено на міжнародних та всеукраїнських виставкових заходах: можливості індустріального туризму міста Кривий Ріг – на Міжнародному туристичному ярмарку (23 – 27 лютого 2017 року, місто Вроцлав, Республіка Польща); туристична дестинація міста Дніпро – на XXIII Міжнародній туристичній виставці UITT2017: «Україна – Подорожі та Туризм» (29 – 31 березня 2017 року, місто Київ, Україна); туристичний потенціал Дніпропетровської області на 24-му Міжнародному туристичному салоні Україна 2017 (04 – 06 жовтня 2017 року, місто Київ, Україна); індивідуальні стенди «Тут починається історія» міста Нікополя, «Кривий Ріг – центр промислового туризму» міста Кривого Рогу на Міжнародному форумі індустрії туризму та гостинності-2017 (18 – 20 жовтня 2017 року, місто Львів, Україна).

Розроблено, виготовлено та розповсюджено серед широкого кола фахівців у сфері туризму і гостинності друковану інформаційну продукцію: брошури «Дніпропетровщина туристична», «Дніпропетровщина туристична. Історичний туризм», «Дніпропетровщина туристична. Промисловий туризм», «Дніпропетровщина туристична. Етнографічний туризм».

Ми проаналізували стан фестивального туризму в м. Кривому Розі протягом 2011-2018 рр. Всього за цей період було проведено 260 заходів, найбільш популярними серед яких стали дитячі джазові фестивалі; фестивалі зі спортивно-бальних танців; конкурс-фестиваль народної творчості «Червона

калина»; «Джаз на Поштовому»; «Сучасні ритми»; фестиваль Козацької пісні та ін. Лише у першому півріччі 2019 р. було проведено 23 заходи. Заходи були різні за змістом і масштабом проведеного дійства, основною метою яких стало задоволення різноманіття уподобань мешканців міста і туристів.

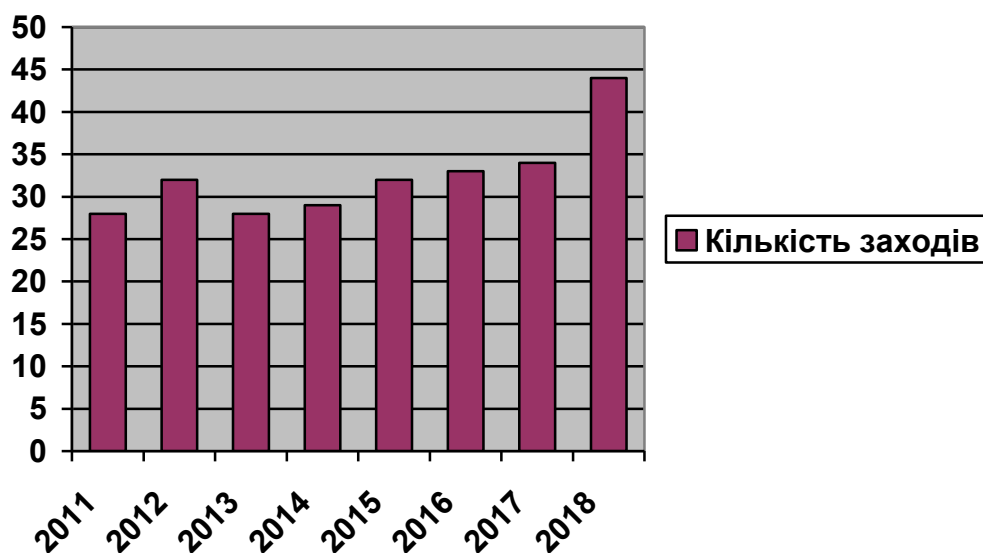


Рис. 3.1 – Кількість заходів фестивального туризму протягом 2011-2018 рр.

Фестивальний туризм – порівняно новий вид туризму, який в останні роки охоплює все більший сегмент туристичного ринку. Вплив цього виду туризму на розвиток туристично-рекреаційної галузі та популяризацію певного туристичного регіону є значним, але далеко не завжди чітко визначеним. Для проведення фестивалів як організованої-художньої форми функціонування виконавських мистецтв потребує не лише матеріальної бази, але й сформованих мистецьких та виконавських шкіл, традицій пісенної творчості тощо.

Таблиця 3.1 – Перелік культурно-масових заходів м. Кривого Рогу (2016-2018 рр.)

Рік проведення	Дата проведення	Назва заходу	Місце проведення
2016	16.12.	Конкурс обдарованої молоді «Запали свою зорю»	КДМШ № 8
	17.11	Міський фестиваль «Театральні обрії»	ПК «Тернівський»
	29.10	Міський фестиваль хореографічних	ПК «Центральний»

		мистецтв «Танцююча осінь»	
	02.10	Міський фестиваль духових оркестрів «Криворізькі сурми»	Криворізький міський театр драми та музичної комедії ім.. Т. Шевченка
	17.07.	Міський фестиваль молодіжної музики «Турбофлайн»	Аеродром сел. Довгинцево
2017	23.11	Міський фестиваль «Театральні обрії»	ПК «Тернівський»
	14.10	Міжнародний фестиваль козацької пісні	Парк Героїв, пл.. Молодіжна, 1
	28.05	Дитячий джазовий фестиваль «Джаз і юність»	Парк ім.. Ф. Мершанцева
	23.04	Фестиваль «Зірки назавжди»	ПК ПАТ «Кривбасзалізрудком»
	09.04	Фестиваль хорової музики «Співоча весна»	КВНЗ «Криворізьке обласне музучилище»
2018	22.11	Міський фестиваль-конкурс театрального мистецтва «Театральні обрії»	ПК «Тернівський»
	26.10	Всеукраїнський фестиваль-конкурс джазового мистецтва «Джаз на Поштовому»	Криворізький міський театр драми та музичної комедії ім.. Т. Шевченка
	14.06	Всеукраїнський фестиваль народної творчості «Червона калина»	Криворізький міський театр драми та музичної комедії ім.. Т. Шевченка
	23.03	Фестиваль народної творчості «Весна Рудани»	Криворізький міський театр драми та музичної комедії ім.. Т. Шевченка
	13.01	Міський фестиваль «Мистецьке свято «Душі криниця»	ПК «Південний ГЗК»

Джерело: складено автором

Зауважимо, що кількість заходів свідчить про прагнення міста до удосконалення матеріально-технічної бази індустрії гостинності, до європейських умов проживання, харчування тощо.

Однією з креативних індустрій фестивального туризму в області виступає народне мистецтво, яке у сучасному соціокультурному просторі представлено, перш за все, народними художниками, народними майстрами, які передають традиційну культуру молодому поколінню; унікальні технології та техніки, художньо-стилістичні системи, мотиви та предмети народного мистецтва.

Сфера народних художніх промислів та ремесел бере участь у формуванні іміджу регіону, шляхом презентації традиційного мистецтва на зовнішніх ринках. Окрім того, висока художня цінність і наявність місцевого колориту народних художніх промислів і ремесел території є одним із чинників зростання туристичного ринку, оскільки дозволяють розкрити особливості регіональної культури (додаток З).

Фестиваль «Джаз на Дніпрі», що відбувається 18-21 липня на Монастирському острові, був заснований 1968 року і збирав кращих на ті часи виконавців всесоюзного масштабу. На початку ХХІ століття фестиваль узяв вимушену паузу, яку перервав 2016 року. Відтак цього 2019 року відбувається вже вчетверте після «оновлення» (додаток М).

З 14 до 16 червня 2019 року у Дніпрі відбувся третій Всеукраїнський фестиваль блогерів «Дніпровський пост». Протягом трьох днів дніпряни й гості міста мали нагоду відвідати три дискусійні майданчики, де обговорювали найрізноманітніші теми (додаток П).

Зазначимо, «Малі міста-великі враження» – це конкурс для громад з населенням до 50 тисяч осіб, спрямований на розвиток культурно-економічного потенціалу територій через підтримку стартапів, що пов'язані з культурною спадщиною громад. На реалізацію таких ініціатив у 2019 році Кабмін виділив 50 млн грн. Переможцями було визнано 74 проєкти, більшість із них – фестивалі.

Вже декілька років у Кривому Розі проходить фестиваль «Ніч індустріальної культури». Індустріальний фестивалний туризм може значно покращити імідж сучасного промислового регіону, який буде формуватися більш успішно за умов: доступності екскурсій та інших туристичних послуг; задоволення пізнавальних потреб; культурно-просвітницькі акції; ознайомлення з неординарними, дивовижними результатами впливу технологізації промислового виробництва на геопросторову ландшафтну композицію (додаток Р).

Під час проведення фестивальных заходів накопичуються незабутні враження про місто як край, багатий історичною й культурною спадщиною; під час проведення фестивальных заходів пропонується відвідувати відео галереї, комунального закладу культури «Міський історико-краєзнавчий музей»: де у 3D форматі можна переглянути відеоматеріали, що презентують Кривий Ріг як промислове, духовне, культурне та туристичне місто.

3D відеогалерея демонструє різноманітні відеофільми, що презентують Кривий Ріг як промислове, духовне, культурне та туристичне місто, а це: віртуальна художня галерея живописних робіт криворізьких художників із циклу «Відомі митці Криворіжжя», «Моє місто», «Кривий Ріг – моє місто», «Театральне Криворіжжя», «Місто – довжиною в життя», «Кривий Ріг» з використанням сучасних кінотехнологій.

У 2017 році у 3D-відеогалереї проведено 421 екскурсію, яку відвідало 3 776 осіб, серед яких учасники антитерористичної операції на сході України, ветерани, діти з інвалідністю, іноземні гості.

Індустріальний фестивальный туризм є важливою складовою формування туристичного іміджу регіону, адже проведення промислових екскурсій і фестивальных заходів задовольняє потребу людей в відпочинку, пізнанні.

Отже, використання фестивального туризму як сукупності креативних індустрій дозволить реалізувати варіативність інструментів комунікації (публічні консультації, відкритий метод координації, структурний діалог та ін.) та конструктивної взаємодії громадських організацій із владою. Це дозволить налагодити механізм зворотного зв'язку та гнучке реагування на зміни у запитах споживачів туристичних послуг й сприятиме соціально-економічному розвитку території й туристичному іміджу регіону.

Важливою є думка про те, що фестиваль сьогодні не лише свято, він виступає своєрідним механізмом регулювання і корекції естетичних смаків, поглядів, формування нових ідеалів цільового споживача.

Дослідивши проблему пошуку шляхів активізації фестивального туризму на Дніпропетровщині ми можемо надати певні рекомендації. Для розвитку

фестивального туризму важливим є модернізація інфраструктури регіону. Алгоритм модернізації ринку туристичних послуг вимагає єдиної інформаційно-комунікаційної та науково-освітньої платформи для учасників ринку туристичних послуг.

Одним з напрямів активізації фестивального туризму можна вважати функціонування інформаційної діяльності, яка забезпечує ефективність даного виду туристичної діяльності. Зауважимо, що саме в умовах конкурентного середовища інформаційні системи забезпечують успіх діяльності підприємств соціально-культурного сервісу і туризму. Ефективність цих систем і технологій визначає продуктивність діяльності підприємства сфери туризму, для якої інформаційна структура та комунікації стають все більш актуальними. Актуальною є потреба у комплексному дослідженні застосування новітніх інформаційних технологій в управлінні суб'єктами туристичної діяльності, реалізації механізмів активізації їх розвитку в умовах переходу до інформаційного суспільства.

Важливим є те, що інформаційні технології значно спрощують процедуру формування туристичного продукту з використанням комп'ютерних мереж, міжнародних систем бронювання, електронних баз даних з нормативно-правових актів у туризмі, автоматизованих систем взаєморозрахунків тощо.

Актуальною проблемою у даному контексті виступає сформованість умінь споживачів туристичних послуг орієнтуватися в інформаційному просторі й використанні інформаційних ресурсів. Сьогодні мозок людини працює в інтенсивному режимі багатозначності, в умовах збільшення обсягів інформації і прискорення її обробки. Сьогодні потрібно розглядати інформацію як соціальний феномен, який реалізує своє буття в технології адресат-адресатних відносин. Саме тому інформація набуває суб'єктивного характеру й виявляє свої особливості, а саме універсальність, загальнодоступність, необмеженість, відкритість тощо. Процес спілкування з використанням інформаційного впливу буде регулятором енергії, своєрідною психологічною

домінантою процесу самоорганізації й самореалізації відносин за умов вияву спонукального мотиву.

Особливого значення в умовах сучасного інформаційного суспільства набувають гігієнічні нормативи інформації, зокрема в сфері міжособистісних комунікацій. Зауважимо, що надлишкові інформаційні потоки, зокрема в світі міжособистісних комунікацій викликають дратівливість, збудження почуттів, психологічний дискомфорт, що приводить до руйнації психологічної цілісності особистості. Звідси й важливість нівелювання негативних інформаційно-психологічних впливів на особистість споживача, зокрема в умовах максимального захоплення інформацією особистісного простору.

Сьогодні актуальною є проблема створення позитивного іміджу Дніпропетровської області як привабливого для туризму регіону; збільшення туристичного та екскурсійного відвідування області; розвиток туристичного продукту. Саме тому, важливим є створення умов для розвитку внутрішнього туризму, що сприятиме збільшенню обсягів надходжень до бюджетів усіх рівнів та створенню нових робочих місць.

Вивчення даного питання дозволяє нам зробити наступні рекомендації щодо активізації фестивального туризму: презентація Дніпропетровської області на регіональних та всеукраїнських виставкових заходах, участь у форумах, конференціях тощо; розроблення, виготовлення та поширення друкованої інформаційної продукції про область та її туристичні можливості (буклети, путівники, каталоги, проспекти тощо); залучення громадян до раціонального використання вільного часу; підтримка перспективних напрямів туристичної діяльності, зокрема фестивального туризму.

Важливим аспектом є врахування того факту, що розвиток фестивального туризму не вимагає глобальних бюджетних вливань, а отже може розвиватися як незалежна і самостійна галузь. Пріоритетним повинно стати налагодження взаємодії з усіма стейкхолдерами туристичного ринку й побудова проблемовмістовної і проблемновирішальної моделі розвитку туристичної галузі. При цьому важливим є той факт, що фестивальний туризм сприяє

розвитку як в'їзного, так і внутрішнього туризму.

Інтенсифікація комунікативних процесів, не віртуальне, а реальне пізнання культурної, історичної, архітектурної спадщини, ресурсного потенціалу свого регіону може не лише інтелектуально і духовно збагатити, але й змінити споживацьке ставлення громадян до території регіону й міста. У свою чергу це сприятиме потужній популяризації внутрішнього туризму та його потенціалу.

Одним з напрямків активізації фестивального туризму Дніпропетровщини можна вважати вивчення туристичного попиту на послуги, що в сучасних фінансових умовах дозволить оновити туристичний сервіс; збільшити арсенал засобів, інструментів і технологій. Актуальним для нашого регіону повинно стати передання законсервованих туристичних об'єктів (або об'єктів, які можуть бути задіяні у цій сфері) заінтересованим суб'єктам на певних умовах з метою їх відновлення та введення в експлуатацію з подальшим здійсненням підприємницької діяльності у сфері туризму.

Важливою складовою активізації фестивального туризму повинно стати розробка і впровадження програми заходів щодо економічного та інфраструктурного оцінювання та регулювання туристичної привабливості регіону. Йдеться про відновлення і підтримку у належному і привабливому стані історико-культурних пам'яток; інтенсивний розвиток туристичної інфраструктури; стимулювання суміжних галузей; покращення якості довілля у межах туристичних і фестивальних територій; якісне інформування про подієві ресурси; підтримка іміджевого статусу території на різних рівнях;

На нашу думку, зазначені чинники у кінцевому рахунку будуть якісно сприяти розвитку туристичної інфраструктури та індустрії фестивального туризму на Дніпропетровщині та в Україні.

ВИСНОВКИ

Дослідивши перспективи та особливості розвитку фестивального туризму в Україні дійшли певних висновків.

Подієві ресурси належать до динамічних чинників формування туристичних потоків, оскільки включають мотиваційні передумови подорожі до місця, де відбувається подія чи явище.

Фестивальний туризм виступає як ефективний інструмент формування позитивного туристичного іміджу території того чи іншого регіону; уявляє собою комунікативну систему функціонування соціокультурних взаємодій, які формують певну конфігурацію комунікативного простору з можливостями для створення нових продуктів спільної творчості та їх реалізації. місцевими локаціями тощо.

Сьогодні фестивальний туризм можна розглядати як чинник збільшення кількості туристів, та як ефективний механізм створення та підтримки позитивного іміджу регіону.

Фестивальний туризм можна вважати цікавою і перспективною формою і способом адаптації різноманітних видів соціокультурної діяльності. Фестивальний туризм як різновид культурно-пізнавального туризму виконує важливі функції: економічну, пізнавальну, рекреаційну та розважальну.

Як показало наше дослідження фестивальний туризм можна розглядати як інноваційний туристичний продукт на сучасному ринку України. Впровадження креативних туристичних індустрій (мова йде про фестивальний туризм) передбачає вивчення мотивації та психології споживачів, створення нових видів туристичного продукту, технологій, удосконалення форм просування продукції, каналів розподілу і методів виходу на нові ринки.

Однією з особливостей функціонування фестивального туризму на ринку туристичних послуг є врахування фактору впливу на туристичний імідж території. Важливою складовою повинно стати формування ринку туристичних послуг з урахуванням можливостей регіону та культурних його характеристик.

Дослідження стану використання фестивального туризму на Дніпропетровщині показав, що усі заходи у цій сфері виконувалися у рамках Програми розвитку туризму у Дніпропетровській області на 2014 – 2022 роки. Головним завданням розвитку фестивального туризму на Дніпропетровщині стає прагнення до побудови єдиного соціального простору як креативної індустрії розвитку регіону. Мова йде про соціальне партнерство між владою і бізнесом, населення і бізнесу, дотримання єдиних соціальних стандартів, прийняття універсального соціального законодавства. Важливим є оптимальне використання туристично-рекреаційного навантаження щодо збереження туристичних ресурсів, отримання соціально-економічного ефекту без порушення екологічної рівноваги довкілля при організації і проведенні фестивальних заходів.

Отже, використання фестивального туризму як сукупності креативних індустрій дозволить реалізувати варіативність інструментів комунікації (публічні консультації, відкритий метод координації, структурний діалог та ін.) та конструктивної взаємодії громадських організацій із владою. Це дозволить налагодити механізм зворотного зв'язку та гнучке реагування на зміни у запитах споживачів туристичних послуг й сприятиме соціально-економічному розвитку території й формування позитивного туристичного іміджу регіону.

Мета дослідження досягнута, завдання виконано.

Список використаних джерел:

1. Бартошук О.В. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід) / О.В. Бартошук // Держава і регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2011. №2. С. 62-68.
2. Бейдик О.О. Словник-довідник з географії туризму, рекреології та рекреаційної географії / О.О. Бейдик. К. : Палітра, 1998. 130 с.
3. Бейдик О.О., Гончарук А.О. Розвиток культурно-розважального туризму в Україні (на прикладі фестивального туризму) [Електронний ресурс] // Географія та туризм. 2010. Вип. 8. С. 45-49. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2010_8_12
4. Біла С.О. Стратегічні пріоритети розвитку туристичних послуг в Україні та перспективи підвищення їх конкурентоспроможності на світовому ринку / С.О. Біла // Стратегія розвитку України. № 1. 2016. С. 17 – 23.
5. Білоцерківська Т.М. Значення народних звичаїв та традицій для розвитку фестивального туризму в Україні // Сфера розваг – важлива складова у підвищенні ефективності туристичного бізнесу: Зб. наук. праць. Донецьк, 2006. С. 224 - 228.
6. Биржаков М.Б. Индустрия туризма: перевозки [учеб. пособие] / М.Б. Биржаков. СПб. : Невский Фонд, Герда, 2004. 276 с.
7. Бойко М.Г. Економіко-предметне обґрунтування розвитку термінологічного апарату туризму / М.Г. Бойко, Г.І. Михайліченко // Економіка та держава. 2010. № 3. С. 47 – 49.
8. Горіна Г.О. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації: [монографія] / Г.О. Горіна. Кривий Ріг: Чернявський Д.О., 2016. 305 с.
9. Горіна Г.О. Характерні особливості та специфіка взаємодії туристичних підприємств / Г.О. Горіна // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2011. Вип. 4-1. С. 76 – 81.
10. Грицку В., Грицку Ю. Доцільність організації фестивалів для активізації

- туристичної діяльності в Чернівецькій області // Географія в інформаційному суспільстві. Зб. наук. пр. У 4 т. К.: ВГЛ Обрії, 2008. Т. 4 С.219 - 221.
11. Грицку Ю., Бучко Ж. Фестивальний туризм у системі рекреаційно-туристської діяльності// Науковий вісник Чернів. уні-ту. Вип. 519-520. 2010. С. 56 – 60.
 12. Держстат України. URL:http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/po-sl/arh_dpssp.html. (дата звернення: 06.04 2019).
 13. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: [навчальний посібник] / Л.П. Дядечко. К. : Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
 14. Заячківська Г.А. Ринок міжнародних туристичних послуг: конструювання категорії та класифікація / Г.А. Заячківська // Інноваційна економіка. 2015. № 1. С. 153 – 157.
 15. ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНІ МАТЕРІАЛИ до парламентських слухань на тему: «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rada.gov.ua/news/Novyny/Parlamentski_slukhan_nya/127696.html
 16. Кифяк В.Ф. Організація туризму: [навч. посібник] / В.Ф. Кифяк. Чернівці: Книги – ХХІ. 2008. 334 с.
 17. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. Чернівці: Зелена Буковина, 2003. 312 с.
 18. Коваленко Ю. Теоретичні аспекти сутності послуги та її види / Ю. Коваленко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2012. № 2. С. 38 – 46.
 19. Ковешніков В.С. Інноваційні види туризму / В.С. Ковешніков, О.С. Ліфіренко, Н. М. Стукальська // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. № 4. С. 38 – 44.
 20. Козубова Н.В. Туристичні послуги як об'єкт ринкових відносин в

- Україні / Н.В. Козубова // Інноваційна економіка. 2014. № 2. С. 137 – 143.
21. Крачило М.П. Географія туризму /// М.П. Крачило. К. : Вища школа, 1987. 208 с.
 22. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг / Н.Є. Кудла. К. : Знання, 2011. 351 с.
 23. Лозова О.А. Туризм в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку / О.А. Лозова// Культури народів Причорномор'я. 2012. № 229. С. 44 - 47.
 24. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. К. :Альтерпрес, 2002. 436 с.
 25. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: [підручник] / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. К. : Знання, 2008. 661 с.
 26. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: [навчальний посібник] / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
 27. Матузко М.С. Екскурсійні об'єкти Кривбасу / М.С. Матузко // Географічні дослідження Кривбасу. Матеріали кафедральних науково-дослідних тем. Вип. 4. Кривий Ріг: Видавничий дім, 2009. С. 144 – 146.
 28. Мешко Н.П., Карплюк К.В. Розвиток промислового туризму як напрям у міжнародному туристичному іміджі Дніпропетровського регіону / Н.П. Мешко, К.В. Карплюк // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Світове господарство і міжнародні економічні відносини». 2015. Вип. 7. С. 40 – 47.
 29. Михайлова І.О. Інформаційні системи і технології в туризмі: [навч.-метод. посіб.] / І.О. Михайлова, О.В. Хитрих. Луганськ, 2008. 100 с.
 30. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: [монографія] / С.В. Мельниченко. К. : КНТЕУ, 2008. 493 с.
 31. Моргулець О.Б. Розвиток сучасного понятійно-категоріального апарату теорії послуг / О.Б. Моргулець // Сталий розвиток економіки. 2013. № 5.

- С. 34 – 41.
32. Новіков В.С. Інновації в туризмі: [навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів] / В.С. Новіков. М. : Видавничий центр «Академія», 2007. 208 с.
 33. Олійник В.В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України [Електронний ресурс] / В.В. Олійник, О.В. Шикіна // Глобальні та національні проблеми економіки. № 12. 2016. С. 460.
Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5567/1/Сучасний%20стан%20та%20перспективи%20розвитку%20подієвого%20туризму%20на%20території%20України.pdf>
 34. Остапчук В.В. Історія туризму: [навч. посіб.] / В.В. Остапчук, П.Ф. Коваль, Г.П. Андреева. Ніжин: НДУ ім. Миколи Гоголя, 2008. 143 с.
 35. Офіційний сайт Всесвітньої ради з подорожей і туризму. World Travel and Tourism Council WTTC [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wttc.org>
 36. Офіційний сайт World Tourism Organization. UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/ru>
 37. Пискач А. Фестивальний рух у культурному житті України кінця ХХ - початку ХХІ ст.: нефольклорні тенденції. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: збірник наукових праць Рівненського державного гуманітарного університету. 2011. (Т. 2). 17. С. 90 - 93.
 38. Пічик В. Катерина. Моделювання поведінки споживачів на ринку туристичних послуг / Катерина В. Пічик // Вісник КНУТД. № 3(99). 2016. С. 93 – 97.
 39. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів / Під заг. ред. проф. В.К. Федорченка. К. :Юрінком Інтер, 2002. 640 с.
 40. Проноза П.В. Аналіз стану туристичної галузі в Україні / П.В. Проноза // Управління розвитком. № 3(181). 2015. С. 56 – 63.
 41. Рега М.В. Туристичний бізнес в економічному просторі України /

- М.В. Рега // Теоретичні та прикладні питання економіки. 2009. №19. С. 299 – 303.
42. Регіональні стратегії розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/regional-dev/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/regionalni-strategiyi-rozvitku/>
43. Руденко С.Б. Музейна пам'ятка: соціокультурна сутність та місце в системі історико-культурних цінностей: [монографія] / С.Б. Руденко – К. : НАККіМ, 2012. – 120 с.
44. Рекреаційно-туристичний комплекс України: монографія / За ред.. М.І. Долішного. – Львів, 1997. – 259 с.
45. Скопень М.М. Інформаційні системи і технології маркетингу в туризмі: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / М.М. Скопень, М.К. Сукач. К. : Каравела, 2010. 33 с.
46. Смаль І.В. Основи географії рекреації і туризму / І.В. Смаль. Ніжин: Вид-во НДПУ імені Миколи Гоголя, 2004. 264 с.
47. Смаль І.В. Туристична індустрія України: сучасний стан і перспективи розвитку // Туристично-краєзнавчі дослідження. К. : Вища школа. 2004. С. 116.
47. Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності в Україні: [навч. посіб.] / Т.Г. Сокол. К. : Грамота, 2004. 327 с.
48. Стеченко Д.М. Державне регулювання економіки. [навч. посіб.] / Д.М. Стеченко. К. : Знання.2007. 271 с.
49. Тишевська-Шапошник О.В. Соціально-комунікативні процеси у сфері туристичних послуг / О.В. Тишевська-Шапошник // Вісник Харківської державної академії культури. 2011. Вип. 32. С. 223 – 230.
50. Тищенко П.В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону [Електронний ресурс] / П.В Тищенко // Науковий вісник Ужгородського університету. №33. 2011. С. 124 - 125. Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/tyschenko.htm

51. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: [монографія] / Т.І.Ткаченко. К. : Київ. Нац. торг.-екон.ун-т, 2006. 537 с.
52. Туризм и гостиничное хозяйство / Под ред. проф. д.э.н. Чудновского А.Д. М. : Издательство ЭКМОС, 2000. 400 с.
53. Туристична діяльність. Нормативна база [навч. посіб.]. / Роїн О.М. Смаль І.В. К. : КНТ, 2005. 448 с.
54. Туристична асоціація України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.tau.org.ua>
55. Фаріон І.Д. Індустрія туристичного та готельного бізнесу : [навч.посіб.] / І. Д. Фаріон, С.М. Жукевич, Л.В. Аксьонова. Тернопіль : ТАНГ, 2004. 184 с.
56. Федорченко В.К. Історія туризму в Україні: [навч. посіб.] / В.К. Федорченко, Т.А. Дьорова. К. : Вища шк., 2002. 195 с.
57. Худо В.В. Інформаційні технології в управлінні туризмом / В.В. Худо. Трускавець, 2000. С. 161 - 166.
58. Цьохла С. Ю. Стратегічні пріоритети розвитку курортно-рекреаційної сфери України / С.Ю. Цьохла // Регіональна бізнес-економіка та управління. 2008. № 3 (19). 124 - 131с.
59. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії: [навч. посіб.] / Н.В. Чорненька. К. : Атіка, 2006. 264 с.
60. Черниш О.І. Інноваційні впровадження як основні чинники пріоритетного розвитку сфери туризму та рекреації в Україні / О.І. Черниш, О.І. Дімова // Економічний простір. 2009. № 22/2. 208 213 с.
61. Шершньова, О.В. Нормативно-правове закріплення видових класифікацій туризму в Україні та їх відповідність міжнародним вимогам / О.В. Шершньова // Верховенство права у процесі державотворення та захисту прав людини в Україні : матер. ІХ Всеукр. наук.-практ. конф. (30-31 травня 2008 р., м. Острог). Острог : Вид-во Нац. ун-ту «Острозька акад.», 2008. С. 390 - 393 с.

62. Школа І.М. Розвиток туристичного бізнесу регіону: [монографія] / І.М. Школа, Т.М. Ореховська. Чернівці: Книга – XXI, 2007. 292 с.
63. Щурик М.В., Бринзей Б.С. Фестивальний рух як один із перспективних напрямів розвитку EVENT-туризму в регіоні // Причорноморські економічні студії. Випуск 39-2. 2019. С. 57 – 60.
64. <http://www.world-tourism.org> / Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації.
65. www.mincult.gov.ua / Офіційний сайт Міністерства Культури і туризму України.
66. www.ukrstat.gov.ua / Офіційний сайт Державного комітету статистики України.
67. Eurostat [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php/Tourism_statistics
68. The Economic Impact of Travel & Tourism 2018. European Union [The Economic Impact of Travel & Tourism 2018. European Union]. Retrieved from: <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-reports/#undefined> (accessed 20 September 2018)
69. Statystychnyy EKSPRES-VYPUSK za 2017r. [Statistical EXPRESS-DISCOUNT for 2017]. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 20 September 2018)
70. UNESCO World Report: Investing in Cultural Diversity and Intercultural Dialogue [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755e.pdf>.
71. Eurostat [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php/Tourism_statistics
72. UNWTO Tourism Highlights, 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>

ДОДАТКИ

Додаток А

Прогнозні показники розвитку ринку туристичних послуг в Україні на період до 2028 р.

	Показники	Роки			
		2015	2019	2022	2028
1	Кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, млн. осіб	12,9	19,3	25,8	32,3
2	Кількість суб'єктів туристичної діяльності, тис. од.	6,8	10,2	20,4	34
3	Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від спалим туристичного збору, млн.. грн..	37,1	74,2	185,5	371
4	Обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки і збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності, млрд.. грн..	1,71	3,42	8,55	171
5	Кількість робочих місць у сфері туризму, тис. осіб	88	132	265	440
6	Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб	357	715	1070	1785
7	Кількість екскурсантів, тис. осіб	125,5	188,3	250,0	313,8

Джерело: складено автором на основі [43]

Додаток Б



Класифікація подієвих ресурсів за тематикою

Види ресурсів	Тематика
Гастрономічні фестивалі	Пивний фестиваль «Октоберфест» (Мюнхен, Німеччина), свято молодого вина Божоле Нуво (Франція), фестиваль морепродуктів на о. Гров (Іспанія), «Свято меду» (Мукачеве, Закарпаття)
Громадські фестивалі і виставки квітів	Виставка тюльпанів (Нідерланди), фестиваль квітів у Челсі (Велика Британія), свято троянд (травень) і жасмину (серпень) у Грассі (Франція), фестиваль хризантем (Японія), фестиваль квітів (Таїланд), виставка квіткових експозицій на Співочому полі (Київ)
Музичні та театральні фестивалі і конкурси	Музичний конкурс «Євробачення», фестиваль джазу в Монтре (Швейцарія), «Слов'янський базар» (Білорусь), «Нова хвиля» (Латвія), «Таврійські ігри» (Україна), Фестиваль художнього драматичного мистецтва (Франція)
Кінофестивалі	Канський (Франція), Берлінський (Німеччина) кінофестивалі, кінофестиваль «Молодість» (Україна), «Кінотавр» (Росія)
<i>Мистецькі</i> Фольклорні обряди, свята і фестивалі	Midsummer's Day (Велика Британія), фестиваль кельтської музики (Франція), фольклорний фестиваль у Шешорах (Україна)
Спортивні змагання	Літні і зимові Олімпійські ігри, чемпіонати світу і Європи з футболу й інших видів спорту, спартакіади
Ралі, перегони і регати	Перегони Формули-1, міжнародні автоперегони, напр. Париж – Дакар, регати: Vendee Globe, Volvo Ocean Race
Спортивні фестивалі	«Лижний фестиваль» (Норвегія), «Перегони човнів» (Велика Британія)
Театралізовані шоу	Шоу Lord of the Dance (Велика Британія), «Кіносценія» (Франція), «Наше Різдво» (Україна)
Карнавали	Карнавал в Новому Орлеані (США), Венеціанський карнавал Італія), карнавал в Ріо-де-Жанейро (Бразилія), карнавал в Мацатлані (Мексика)
Культурно-історичні Національні фестивалі і свята	Фестиваль Святого Патрика (Велика Британія, Ірландія), «Парад кохання» (Німеччина), весняні та осінні фестивалі (Китай), Дівалі або «Фестиваль Вогнів» (Індія)
Аукціони	Сотбі'с, Крісті'с (твори мистецтва, антикваріат, Велика Британія), NAFA (хутра, Канада), Гелос (твори мистецтва, Росія), FFS (хутра, Фінляндія), Flora Holand (квіти, Нідерланди)
Економічні і політичні	Покази мод Тиждень високої моди в Парижі (Франція), Milano Moda Donna (Італія), Тижні моди Mercedes-Benz
Ярмарки і виставки	«Райзен Гамбург» (туристичний ярмарок, Німеччина), Брюссельський міжнародний книжковий ярмарок (Бельгія)

Автомобільні й авіаційні салони	Детройтський (США), Франкфуртський (Німеччина), Лондонський (Велика Британія), Женевський (Швейцарія), Токійський (Японія) автосалони, авіасалон в Ле Бурже (Франція), авіасалон на о. Лангкави (Малайзія)
Політичні й економічні форуми	Всесвітній економічний форум у Давосі (Швейцарія), Генеральна асамблея ООН, зустрічі світових лідерів
Релігійні Релігійні свята, ходи і події	Сходження Благодатного вогню у переддень Воскресіння Христового (Єрусалим)

Джерело: складено на основі [37; 42; 64; 65]

Додаток Г



Додаток Д



Регіональні рівні конкуренції м. Дніпро

Додаток Ж

Дніпропетровщина як один з провідних регіонів України має самобутню культуру і славетну історію. Важливою складовою іміджу регіону є Петриківський розпис, який визнаний всім світом як унікальна спадщина України і всієї Східної Європи. Щорічно (починаючи з 2008 року) проводиться етнографічно-фольклорний фестиваль «Петриківський дивоцвіт», метою якого є популяризація культурно-історичних особливостей регіону.



Додаток 3

Дніпропетровщина кличе на «Fest-party у селянській хаті!». Багатожанровий фестиваль відбувся 14 вересня в селищі Покровське Дніпропетровської області. Як і обіцяли організатори, гості фестивалю 14 вересня 2019 року в смт Покровське «отримали феєрверк прекрасної музики, незабутні враження, побачили світлини з виробами майстрів декоративно-ужиткового мистецтва та поринули у святкову гостинну атмосферу».

«Fest-party у селянській хаті!» став можливим завдяки тому, що Покровська селищна громада Дніпропетровщини стала переможцем всеукраїнського конкурсу культурних проєктів «Малі міста-великі враження» й отримала змогу втілити свій задум у життя.

На території Покровської ОТГ живуть багато людей різних національностей. Їхні національні й культурні особливості та звичаї так міцно переплелися, що утворили особливу культуру на території громади. Саме це стане родзинкою фестивалю. Місцеві таланти продемонстрували свої вміння у вокальному, хореографічному, інструментальному та декоративно-ужитковому мистецтвах.

У рамках фестивалю відбулися конкурси на різних локаціях. На мистецькій локації учасники змагалися з вокального мистецтва (хорове мистецтво; вокальні ансамблі; малі форми) та з хореографії (хореографічні колективи; хореографічні малі форми).

Окрім того, були конкурси на інструментальній локації, локації художнього читання та виставково-розважальній локації. На останній, зокрема, учасники презентували вироби майстрів народного, декоративно-ужиткового й образотворчого мистецтва, які відображають самотність, унікальність, етнічність і сучасність громади.

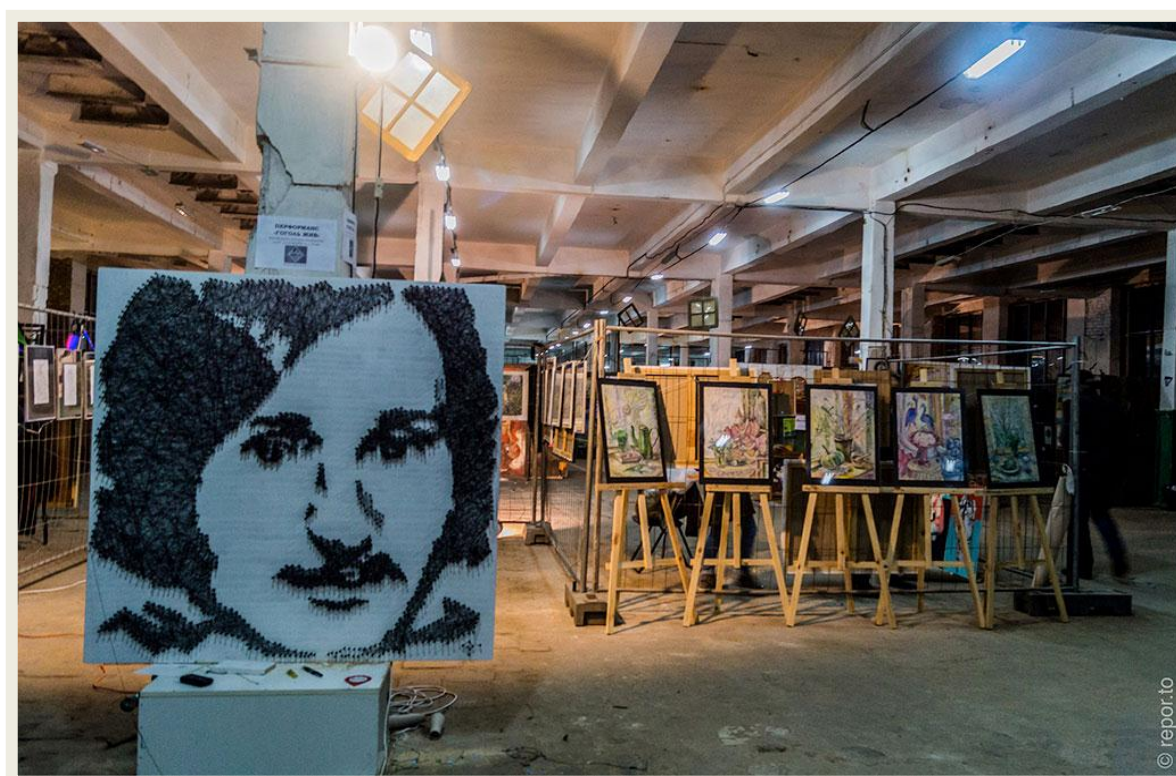
Місія фестивалю – популяризувати унікальність місцевих культур, які утворилися внаслідок поєднання української культури з культурами різних національностей; збереження культурної нематеріальної спадщини; активізація

внутрішнього туризму і приваблення туристичних потоків до Покровської селищної об'єднаної територіальної громади, – наголошують організатори.



Додаток К

В Дніпропетровській області з 26 квітня по 1 травня 2019 проходив міжнародний фестиваль сучасного мистецтва [STARTUP] ГОГОЛЬFEST, який вже вдруге пройшов у Маріуполі. Протягом 6 днів містом відбувалися театральні вистави, денні та нічні музичні виступи, кінопокази, художні виставки, діалоги. Цей фестиваль – це можливість зустрітися за короткий проміжок часу в одному місці з великою кількістю культурних продуктів, українських та європейських. Це пригода, яка дає можливість переосмислити в першу чергу себе, як живу істоту, котра ходить на планеті Земля. Глянути інакше на власне я, на світ, на Україну та Маріуполь.





Додаток М

У місті Дніпро проведено музичний фестиваль «Джаз на Дніпрі», який зібрав зірок світового масштабу та проходив у трьох локаціях міста, а також фестиваль для сім'ї та молоді «САМАР-ДНІПРО-ФЕСТ». Фестиваль «Джаз на Дніпрі», що відбувається 18-21 липня на Монастирському острові, був заснований 1968 року і збирав кращих на ті часи виконавців всесоюзного масштабу. На початку ХХІ століття фестиваль узяв вимушену паузу, яку перервав 2016 року. Відтак цього 2019 року відбувається вже вчетверте після «оновлення».

На сцені фестивалю традиційно виступають відомі музиканти світового рівня. У програмі цьогорічного фестивалю – понад 10 колективів. Хедлайнерами фестивалю стане бенд The Hot Sardines. Організатори фесту вдалися до незвичайного способу залучення глядачів. Від 18 травня, кожен охочий може забронювати собі безкоштовне місце у фанзоні. Для цього треба було лише зареєструватися на офіційному сайті фестивалю.





Участь у заході взяли близько ста блогерів. Як зазначають організатори, цього року фестиваль розширив формат: до панелей «Дніпровського посту» долучилися топові дописувачі не лише соцмережі Facebook, а й інших популярних інтернет-платформ, як-от Instagram та Youtube.

«Таке поєднання має втілитися у своєрідне протистояння Facebook та Instagram. Блогери Facebook – володарі думок, аналітики, інтелектуали – збирали чимало людей, які цікавилися їхніми блогами. Та ми зрозуміли, що блогосфера є ширшою темою. Тут існують люди, котрі займаються Instagram, Youtube. Ми вирішили це об'єднати. Два покоління – два підходи до життя», – цитує співзасновника фестивалю, голову Художньої ради при міському голові, заслуженого діяча мистецтв України Григорія Гельфера сайт Дніпровської міської ради.

Упродовж фестивалю працювали три майданчики, де блогери соцмереж обговорювали різні теми. Найбільш розлогою стала платформа Facebook Stage. Усі три дні вона працювала в Музеї українського живопису (площа Троїцька, 5а). Там виступали такі блогери, як Роман Спікер, Павло Казарін, Леонід Швець, Богдан Процишин та інші. Вони обговорювали останні зміни у політичній площині, події на Сході, інформаційну війну, а також аналізували реформи в країні.



ВПЕРШЕ В КРИВОМУ РОЗІ!

ФЕСТИВАЛЬ
НІЧ
ІНДУСТРІАЛЬНОЇ
КУЛЬТУРИ

8.09
2017

початок о 19:00
парковка **METRO**

КРИВИЙ
РІГ
Місто
культури

НЕЙМОВІРНІ
ЛАЗЕРНЕ ШОУ
ТА ФАЕР-ШОУ

ХЕДЛАЙНЕР ВЕЧОРА - ГРУП
АНТИТІЛА

 Інститут розвитку
міста Кривого Рогу

 **METINVEST**

 Виконком Криворізької
міської ради