

Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Факультет інноваційних технологій

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня бакалавра
за освітньо-професійною програмою «Туризм»
на тему «Розвиток подієвого туризму в Україні»

Виконала:
здобувач IV курсу
спеціальності 242 «Туризм»
Дуюн М. О.

Керівник:
к. т. н., доц. Бойко З. В.

Дніпро – 2025

АНОТАЦІЯ

Дуюн М. О. Розвиток подієвого туризму в Україні. Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр» за спеціальністю 242 «Туризм». – Університет митної справи та фінансів, Дніпро.

Мета роботи: розгляд теоретичних засад та розробка стратегічних напрямів активізації розвитку подієвого туризму в Україні в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення.

Об'єктом дослідження є процеси розвитку туристичної діяльності в Україні.

Предметом дослідження є теоретичні засади та стратегічні напрями активізації подієвого туризму в Україні.

Виходячи з поставленої мети виконано наступні завдання: визначено сутність поняття «подієвий туризм», його сутнісні ознаки та специфіку; систематизовано види подій як детермінанти розвитку туристичної активності; ідентифіковано ключові детермінанти та переваги розвитку подієвого туризму для соціально-економічного середовища; проведено ретроспективний аналіз та оцінено сучасний стан сегмента подієвого туризму в Україні; діагностовано стан інфраструктурного забезпечення та оцінено доступність туристичних локацій для організації подієвих заходів; ідентифіковано та систематизовано актуальні виклики та проблеми, що детермінують розвиток подієвого туризму в Україні; визначено пріоритетні напрями та розроблено стратегічні орієнтири для розвитку подієвого туризму в Україні; адаптовано зарубіжний досвід у вдосконаленні ключових механізмів розвитку подієвого туризму в Україні; обґрунтовано перспективні ініціативи та інноваційні підходи до створення нових форматів подієвого туризму та залучення цільових аудиторій.

Методи дослідження: діалектичний, системний, структурний, порівняльний, статистичний аналіз (табличний, графічний), логічного узагальнення та конкретизації, SWOT- та TOWS-аналіз, експертних оцінок та сценаріїв.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості слугувати методичною основою для розробки та просування нових, конкурентоспроможних туристичних продуктів, зокрема інноваційних форматів подієвого туризму, суб'єктами туристичної діяльності.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Зміст роботи викладено на 73 сторінках друкованого тексту, що охоплює 15 рисунків, 34 таблиці, 49 джерел.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ, СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ, ВОЄННИЙ СТАН, ПОВОЄННЕ ВІДНОВЛЕННЯ, ІНКЛЮЗИВНІСТЬ, СТАЛИЙ РОЗВИТОК.

ABSTRACT

Duiun M. O. Development of Event Tourism in Ukraine. Qualification paper for the Bachelor's degree in Specialty 242 Tourism. – University of Customs and Finance, Dnipro.

Purpose of the work: to review theoretical foundations and develop strategic directions for the activation of event tourism development in Ukraine under martial law and post-war recovery conditions.

The object of the study is the processes of tourism activity development in Ukraine.

The subject of the study is the theoretical foundations and strategic directions for the activation of event tourism in Ukraine.

To achieve the stated goal, the following tasks were accomplished: the essence of the concept "event tourism" was defined, along with its essential features and specifics; types of events were systematized as determinants of tourism activity development; key determinants and advantages of event tourism development for the socio-economic environment were identified; a retrospective analysis was conducted, and the current state of the event tourism segment in Ukraine was assessed; the state of infrastructure provision was diagnosed, and the accessibility of tourist locations for organizing event activities was evaluated; current challenges and problems determining the development of event tourism in Ukraine were identified and systematized; priority directions were determined, and strategic guidelines for event tourism development in Ukraine were elaborated; foreign experience in improving key mechanisms for event tourism development in Ukraine was adapted; promising initiatives and innovative approaches to creating new formats of event tourism and attracting target audiences were substantiated.

Research methods: dialectical, systemic, structural, comparative, statistical analysis (tabular, graphical), logical generalization and concretization, SWOT and TOWS analysis, expert evaluations and scenarios.

Practical significance of the obtained results lies in the possibility of serving as a methodological basis for the development and promotion of new, competitive tourism products, including innovative formats of event tourism, by tourism entities.

The work consists of an introduction, three chapters, conclusions, a list of references, and appendices. The content of the work is presented on 73 pages of printed text, encompassing 15 figures, 34 tables, and 49 references.

KEYWORDS: EVENT TOURISM, TOURISM ACTIVITY, STRATEGIC DIRECTIONS, MARTIAL LAW, POST-WAR RECOVERY, INCLUSIVENESS, SUSTAINABLE DEVELOPMENT.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ.....	9
1.1. Концептуалізація поняття «подієвий туризм»: сутнісні ознаки та специфіка.....	9
1.2. Систематизація видів подій як детермінанти розвитку туристичної активності.....	14
1.3. Ідентифікація ключових детермінант та переваг розвитку подієвого туризму для соціально-економічного середовища.....	19
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	24
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	26
2.1. Ретроспективний аналіз та оцінка сучасного стану сегмента подієвого туризму в Україні	26
2.2. Діагностика стану інфраструктурного забезпечення та оцінка доступності туристичних локацій для організації подієвих заходів.....	38
2.3. Ідентифікація та систематизація актуальних викликів та проблем, що детермінують розвиток подієвого туризму в Україні.....	41
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	46
РОЗДІЛ 3 СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ АКТИВІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	47
3.1. Визначення пріоритетних напрямів та розробка стратегічних орієнтирів для розвитку подієвого туризму в Україні.....	47
3.2. Адаптація зарубіжного досвіду у вдосконаленні ключових механізмів розвитку подієвого туризму в Україні.....	52
3.3. Обґрунтування перспективних ініціатив та інноваційних підходів до створення нових форматів подієвого туризму та залучення цільових аудиторій	59
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....	63

	5
ВИСНОВКИ.....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	67
ДОДАТКИ.....	72

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Подієвий туризм визнаний у світі потужним драйвером сталого економічного зростання та соціокультурного розвитку, що відповідає на сучасні запити мандрівників до унікальних вражень та соціальної взаємодії. Для України, в умовах повномасштабної війни, його розвиток набуває критичної значущості, оскільки туристична галузь зазнала труднощів, пов'язаних з руйнуваннями інфраструктури, падінням попиту та ризиками безпеки.

Водночас, саме в кризові періоди подієвий туризм демонструє свій трансформаційний потенціал. Він може стати дієвим інструментом для економічного відродження через стимулювання локальної економіки та підтримку малих підприємств, сприяти соціокультурному зміцненню та популяризації культурної спадщини, а також прискорити модернізацію інфраструктури, впровадження інноваційних технологій та підвищення стандартів безпеки. Перераховані аспекти є фундаментальними для повоєнного відновлення та адаптації країни до нових реалій.

Питання розвитку подієвого туризму активно висвітлюється у працях вітчизняних і зарубіжних науковців. Серед українських дослідників слід виокремити Вовка К. М., Тараненка А. П., Щуку Г. П., Радіонову О. М., Ткаченко Т. І., Писареву І. В., Вдовіну О. О. та ін., які досліджують сутність подієвого туризму, його класифікацію та роль у соціально-економічному розвитку. Зарубіжний досвід ґрунтовно представлений у працях Getz D. та Page S. J., які сформували методологічну базу для вивчення подієвого туризму. Водночас, аспекти його розвитку в умовах війни та повоєнної трансформації України залишаються недостатньо вивченими, що зумовлює актуальність обраної теми.

Метою роботи є розгляд теоретичних засад та розробка стратегічних напрямів активізації розвитку подієвого туризму в Україні в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення.

Виконання поставленої мети передбачає вирішення наступних завдань:

- визначити сутність поняття «подієвий туризм», його сутнісні ознаки та специфіку;
- систематизувати види подій як детермінанти розвитку туристичної активності;
- ідентифікувати ключові детермінанти та переваги розвитку подієвого туризму для соціально-економічного середовища;
- провести ретроспективний аналіз та оцінити сучасний стан сегмента подієвого туризму в Україні;
- діагностувати стан інфраструктурного забезпечення та оцінити доступність туристичних локацій для організації подієвих заходів;
- ідентифікувати та систематизувати актуальні виклики та проблеми, що детермінують розвиток подієвого туризму в Україні;
- визначити пріоритетні напрями та розробити стратегічні орієнтири для розвитку подієвого туризму в Україні;
- адаптувати зарубіжний досвід у вдосконаленні ключових механізмів розвитку подієвого туризму в Україні;
- обґрунтувати перспективні ініціативи та інноваційні підходи до створення нових форматів подієвого туризму та залучення цільових аудиторій.

Об'єктом дослідження є процеси розвитку туристичної діяльності в Україні.

Предметом дослідження є теоретичні засади та стратегічні напрями активізації подієвого туризму в Україні.

Методи дослідження та джерела інформації. Для досягнення поставленої мети та виконання визначених завдань у роботі використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів дослідження: діалектичний метод пізнання – для дослідження розвитку подієвого туризму у його взаємозв'язку та динаміці; методи системного та структурного аналізу – при розгляді подієвого туризму як системи та визначенні його сутнісних ознак; порівняльний метод – для систематизації видів подій та аналізу зарубіжного досвіду; методи статистичного аналізу (включно з табличним та графічним) – для

ретроспективного аналізу сучасного стану сегмента подієвого туризму в Україні та оцінки його потенціалу; методи логічного узагальнення та конкретизації – для ідентифікації ключових детермінант, переваг, актуальних викликів та проблем, а також для формування висновків; SWOT- та TOWS-аналіз – для визначення пріоритетних напрямів та стратегічних орієнтирів розвитку подієвого туризму, а також для обґрунтування інноваційних підходів; метод експертних оцінок та сценаріїв – при обґрунтуванні перспективних ініціатив та інноваційних підходів до створення нових форматів подієвого туризму.

Інформаційною базою дослідження слугували наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів і фахівців у галузі туризму, монографії, матеріали науково-практичних конференцій, статистичні дані Державної служби статистики України, офіційні матеріали Державного агентства розвитку туризму України, Міністерства культури та стратегічних комунікацій, Державної прикордонної служби України, аналітичні звіти міжнародних туристичних організацій (UNWTO, WTTC), а також дані офіційних вебсайтів туристичних операторів та платформ, що висвітлюють подієвий туризм.

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження можуть слугувати методичною основою для розробки та просування нових, конкурентоспроможних туристичних продуктів, зокрема інноваційних форматів подієвого туризму суб'єктами туристичної діяльності. Одержані висновки сприятимуть підвищенню ефективності управління туристичними підприємствами та їхній адаптації до динамічних змін зовнішнього середовища.

Апробація результатів дослідження. Робота була апробована в рамках Міжнародній науково-практичній конференції «Цифрове суспільство: міжнародні економічні відносини, управління, фінанси та соціум» 25 квітня 2025 року, Університету митної справи та фінансів, м. Дніпро.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Робота викладена на 73 сторінках, містить 34 таблиці, 15 рисунків. Список використаних джерел містить 49 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ

1.1. Концептуалізація поняття «подієвий туризм»: сутнісні ознаки та специфіка

Подієвий туризм, або ж івент-туризм, становить один із динамічно прогресуючих сегментів сучасної індустрії туризму. Його інтенсивний розвиток корелює зі змінами в мотиваційних моделях суб'єктів туристичної діяльності. Актуальність цього напрямку визначається прагненням мандрівників до набуття унікального досвіду, котрий інтегрує емоційну залученість, культурне збагачення та соціальну інтеракцію [4].

Подієвий туризм визначається як специфічна форма туристичної активності, що передбачає здійснення подорожей з пріоритетною метою участі в організованих заходах. До таких заходів належать, проте не обмежуються ними, фестивалі, спортивні змагання, ділові конференції, а також різноманітні культурні події. Етимологічно, термін «подієвий» походить від латинських лексем «ēventus» (подія) та «ēveniō» (відбуватися), що підкреслює визначальну роль події як ключового мотиваційного чинника подорожі [35].

Всесвітня туристична організація (UNWTO) інтерпретує туризм як складне соціально-економічне явище, асоційоване з переміщенням індивідів за межі їхнього перманентного місця проживання з різноманітними цілями, які охоплюють рекреацію, професійну діяльність або культурну просвіту. Таким чином, у контексті подієвого туризму подія є визначальним чинником, що формує туристичний досвід [2].

Еволюційний генезис подієвого туризму тісно пов'язаний із трансформацією парадигм туристичної діяльності. Якщо в другій половині ХХ століття домінуючою була модель «сонце – море – пісок» (3S), що орієнтувалася на пасивний відпочинок, то на початку ХХІ століття відбувся акцент на концепції «ландшафт – традиції – дозвілля» (3L), яка передбачає активне пізнання та

емоційне занурення [4].

Як зазначає А. Тараненко, подієвий туризм «репрезентує «івентивну» форму туризму, що артикулює сучасні тенденції до персоналізації та інтерактивності туристичного продукту. Виникнення цього виду туризму є відповіддю на сатурацію традиційними формами рекреації, зокрема пляжним туризмом, і відображає прагнення до змістовного та цілеспрямованого дозвілля» [25].

Специфічні ознаки подієвого туризму, які відрізняють його від інших видів туристичної діяльності, узагальнені та візуалізовані на рис. 1.1.



Рисунок 1.1 – Сутнісні ознаки подієвого туризму

Джерело: складено автором на основі [12; 18]

Подієвий туризм характеризується низкою специфічних ознак, які детермінують його унікальність. Унікальність події полягає у неповторності її тематики, складу учасників, локації та культурного контексту. Часова та просторова обмеженість надає подіям ексклюзивного характеру, приваблюючи туристів до отримання унікального досвіду в певний момент. Інтерактивність і залученість передбачають активну участь туристів, сприяючи формуванню емоційного зв'язку з подією та дестинацією. Культурно-пізнавальна спрямованість дозволяє глибше пізнати традиції та історію місцевих громад, стимулюючи міжкультурний діалог. Нарешті, соціальна взаємодія створює

умови для комунікації та об'єднання людей зі спільними інтересами, посилюючи соціальну цінність туризму [14].

Мотиваційні чинники туристів у подієвому туризмі охоплюють прагнення до самовираження, творчої реалізації, приналежності до спільноти та отримання нових вражень. Наприклад, участь у фестивалі може слугувати засобом самореалізації. Подієвий туризм відрізняється від інших видів, таких як пляжний чи екскурсійний, своєю орієнтацією на подію як ключовий елемент подорожі. На противагу тривалому відпочинку, він є короткотривалим та вимагає ретельного планування [4].

З економічної точки зору, подієвий туризм відіграє суттєву роль у диверсифікації економіки дестинацій. Проведення масштабних заходів сприяє залученню значних туристичних потоків, стимулюючи розвиток готельного, ресторанного та транспортного секторів. Соціокультурна роль подієвого туризму охоплює збереження та популяризацію культурної спадщини. Заходи, зокрема традиційні фестивалі, сприяють відродженню місцевих звичаїв та формують почуття ідентичності громад. Крім того, подієвий туризм посилює міжкультурний обмін у глобалізованому світі. Промоція дестинації є ще однією ключовою функцією подієвого туризму, оскільки проведення відомих заходів підвищує впізнаваність регіону на міжнародному рівні, залучаючи туристів та інвесторів [19; 33].

Порівняння подієвого туризму з іншими видами туризму наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1 – Порівняння подієвого туризму з іншими видами туризму

Критерій	Подієвий туризм	Пляжний туризм	Екскурсійний туризм
Мета подорожі	Участь у конкретній події	Пасивний відпочинок	Пізнання історії та культури
Тривалість	Короткотривала (1–3 дні)	Середня/довготривала (7–14 днів)	Середня (3–7 днів)
Основна мотивація	Унікальний досвід, соціальна взаємодія	Релаксація, комфорт	Освіта, пізнання
Економічний ефект	Значний, локальний, короткостроковий	Високий, сезонний	Середній, стабільний
Інфраструктурні вимоги	Спеціалізовані об'єкти (сцени, стадіони)	Пляжна інфраструктура	Культурні об'єкти (музеї, пам'ятки)

Джерело: складено автором на основі [35]

Подієвий туризм істотно відрізняється від традиційних видів, таких як пляжний чи екскурсійний, передусім метою подорожі. Якщо для пляжного відпочинку ключовою є релаксація, а екскурсійний зосереджений на пізнанні, то подієвий туризм цілковито орієнтований на участь у конкретній події.

Головна привабливість подієвого туризму полягає в тому, що він дає змогу відвідати щось особливе – унікальну подію, яка відрізняє його від звичайного відпочинку чи екскурсій. Значні відмінності охоплюють і тривалість поїздок: подієвий туризм короткотривалий (1–3 дні) через фіксовані часові рамки події, тоді як пляжний відпочинок зазвичай триває 7–14 днів, а екскурсійні тури – 3–7 днів.

Мотивація туристів у подієвому туризмі також специфічна. На відміну від прагнення до комфорту (пляжний) чи знань (екскурсійний), тут домінує пошук унікального досвіду, сильних емоцій та активної соціальної взаємодії, охоплюючи зустрічі з однодумцями або ж бажання бути свідком чогось виняткового.

З економічної точки зору, подієвий туризм, генеруючи значні локальні імпульси, є потужним короткостроковим драйвером для місцевої економіки, стимулюючи розвиток супутніх галузей. Нарешті, інфраструктурні вимоги подієвого туризму є специфічними, адже він потребує наявності спеціалізованих об'єктів, таких як концертні майданчики чи стадіони, що підкреслює його унікальність та необхідність адаптованого забезпечення [35].

Світовий досвід переконливо демонструє значний потенціал подієвого туризму для економічного, соціального та культурного розвитку DESTINAЦІЙ. Різні країни ілюструють унікальні підходи до організації подій, що сприяють залученню туристів, розвитку інфраструктури та популяризації культурної спадщини.

Іспанія, як один із лідерів у цій сфері, успішно використовує свою багату фестивальну традицію та значні інвестиції. Двотижневий мюзикл, започаткований у 1939 році в Сан-Себастьяні, став фундаментом фестивальної культури, яка охоплює такі відомі заходи XX століття, як Benidorm Festival,

EspañolaRock, The Benicàssim International Festival (FIB) і Sónar. Наприклад, фестиваль Sónar у Барселоні щорічно приваблює понад 100 000 відвідувачів, генеруючи близько 50 мільйонів євро для місцевої економіки. Успіх Іспанії зумовлений інвестиціями в інфраструктуру, якісним маркетингом та ефективним використанням культурно-історичних ресурсів [18].

У Великій Британії подієвий туризм еволюціонував від локальних фестивалів до комерціалізованого сектору з приблизно 500 щорічними заходами з 2005 року. Найвідомішим прикладом є Glastonbury Festival, який у 2023 році залучив понад 200000 відвідувачів і приніс близько 100 мільйонів фунтів стерлінгів економічного ефекту для регіону Сомерсет. Успіх таких подій залежить від розвиненої інфраструктури та потужної медійної промоції [18].

Сполучені Штати Америки ефективно використовують як спортивні, так і культурні події. Super Bowl щорічно приваблює мільйони туристів: у 2023 році у Фініксі він залучив 115000 відвідувачів і створив економічний ефект у 600 мільйонів доларів США. Фестиваль Coachella у Каліфорнії у 2022 році залучив 125 000 осіб за вихідні, а організатори отримали майже 100 мільйонів доларів [48]. Ці події демонструють важливість масштабного планування, залучення спонсорів та використання цифрових платформ для промоції.

Австралія активно розвиває подієвий туризм із залученням своїх унікальних природних та культурних ресурсів. Sydney Festival у 2023 році залучив близько 500000 відвідувачів, з яких 15% – іноземні туристи, та приніс 80 мільйонів австралійських доларів економічного ефекту. Australian Open у 2023 році залучив 839000 відвідувачів та забезпечив Мельбурну 405 мільйонів австралійських доларів. Успіх Австралії базується на інноваційних форматах та інтеграції з місцевою культурою [47].

Бразилія є світовим лідером у проведенні карнавалів, зокрема карнавалу в Ріо-де-Жанейро. У 2023 році він привабив 2 мільйони відвідувачів, включаючи 400 000 іноземних туристів, і приніс місту дохід у 3,5 мільярда реалів (приблизно 700 мільйонів доларів США) [47]. Успіх заходу зумовлений масштабною організацією, залученням місцевих громад та потужною медійною кампанією.

Успішність реалізації потенціалу подієвого туризму в цих країнах визначається сукупністю ключових факторів. Першочерговим є якісне планування, що охоплює чітку організацію події, зокрема логістику, аспекти безпеки та ефективну маркетингову стратегію. Другим важливим компонентом є використання культурно-історичних ресурсів: інтеграція локальних традицій та культурних елементів суттєво підвищує автентичність і привабливість заходу. Третій фактор – ефективне просування, що передбачає активне застосування цифрових платформ, соціальних мереж та міжнародних медіа для максимізації залучення цільових аудиторій. Нарешті, розвинена інфраструктура є критично важливою та охоплює наявність сучасних концертних залів, стадіонів, готелів та ефективних транспортних систем [14].

Отже, подієвий туризм є потужним інструментом для стимуляції економічного зростання, посилення соціальної згуртованості та активізації культурного обміну. Однак досягнення сталого успіху в цій сфері залежить від застосування комплексного підходу, який інтегрує якісне планування, інтенсивне просування та цілеспрямовані інвестиції в інфраструктурне забезпечення.

1.2. Систематизація видів подій як детермінанти розвитку туристичної активності

Подієвий туризм є багатогранним явищем, що охоплює широкий спектр заходів, які слугують каталізатором туристичної активності. Різноманітність форматів, масштабів і цілей подій дозволяє задовольняти потреби різних груп туристів, сприяючи економічному, соціальному та культурному розвитку дестинацій. Систематизація видів подій є необхідною для розуміння їхнього потенціалу та розробки ефективних стратегій розвитку подієвого туризму.

Одним із найбільш поширених та глибоких підходів до класифікації подій, що мають туристичний потенціал, є методика, запропонована відомим дослідником Д. Гетцем. Його система враховує не лише масштаб заходу, але й

його змістовне наповнення та основні цілі проведення (рис 1.2) [6].



Рисунок 1.2 – Класифікація подій як детермінант розвитку туристичної активності

Джерело: складено автором на основі [6; 35]

Такий комплексний підхід дає змогу чітко розмежувати різноманітні формати, від грандіозних міжнародних подій до локальних святкувань, і, що важливо, зрозуміти їхню роль у формуванні унікального туристичного продукту.

Класифікація подій за масштабом та їхній вплив на туристичну активність представлені у табл. 1.2.

Таблиця 1.2 – Класифікація подій за масштабом

Категорія	Опис	Приклади	Вплив на туристичну активність
Місцеві	Заходи для місцевих громад	«Гуцульська бринза», сільські ярмарки	Залучення локальних туристів, підтримка місцевої ідентичності
Регіональні	Заходи в межах країни/регіону	«Країна мрій», «Львів на тарілці»	Стимулювання внутрішнього туризму
Міжнародні	Заходи з глобальною аудиторією	Sonar (Барселона), Tomorrowland	Залучення іноземних туристів, підвищення іміджу дестинації
Мега-заходи	Глобальні події	Олімпійські ігри, FIFA World Cup	Масштабний туристичний потік, глобальна промоція

Джерело: складено автором на основі [36]

У таблиці 1.3 наведено характеристику подій за змістом та їх привабливість для туристів.

Таблиця 1.3 – Класифікація подій за змістом

Тип події	Опис	Приклади	Туристична привабливість
Культурні	Фестивалі, концерти, театральні вистави	Карнавал у Ріо, Edinburgh Fringe	Естетичне збагачення, залучення широкої аудиторії
Спортивні	Змагання, марафони	Australian Open, Boston Marathon	Активний спосіб життя, спортивні емоції
Ділові (MICE)	Конференції, виставки	CES, World Economic Forum	Професійний нетворкінг, обмін досвідом
Політичні	Саміти, форуми	G20, COP26	Стратегічна аудиторія, медійна увага
Приватні	Весілля, ювілеї	Весілля в Тоскані	Туризм у сфері гостинності

Джерело: складено автором на основі [6]

За цілями проведення події поділяються на три основні групи:

1. Комерційні спрямовані на отримання прибутку через продаж квитків, спонсорство чи туристичні витрати. Наприклад, Sonar у Барселоні у 2024 році залучив 12000 відвідувачів, значна частина доходів від яких надійшла від квитків і супутніх витрат [18].

2. Освітні – семінари, майстер-класи, які сприяють навчанню та підвищенню кваліфікації. Наприклад, TED Conferences залучають тисячі учасників, зацікавлених у інноваціях і знаннях [14].

3. Соціально-гуманітарні – благодійні заходи, які вирішують соціальні проблеми або привертають увагу до суспільних питань, наприклад, Live Aid чи благодійні марафони [23].

Цільова аудиторія є ключовою детермінантою привабливості подій, оскільки її інтереси визначають формат, зміст і маркетингову стратегію заходів. У таблиці 1.4 систематизовано цільові аудиторії та їхні преференції.

Таблиця 1.4 – Цільові аудиторії та їхні преференції в подієвому туризмі

Цільова аудиторія	Типи подій	Приклади	Туристична привабливість
Молодь	Музичні фестивалі, вечірки	Tomorrowland, Sziget Festival	Емоційні враження, соціальна взаємодія
Сім'ї з дітьми	Сімейні фестивалі, ярмарки	Edinburgh Fringe, Oktoberfest	Безпека, різноманітність розваг
Професіонали	Конференції, виставки MICE	CES, World Economic Forum	Нетворкінг, професійний розвиток
Пенсіонери	Культурні, історичні події	Bayreuth Festival, історичні реконструкції	Пізнавальний туризм, спокійний відпочинок

Джерело: складено автором на основі [23; 46]

Слід зауважити, що вищенаведені класифікації є взаємодоповнюючими. Одна подія може одночасно належати до кількох категорій, що підкреслює її складний характер та потенціал для залучення широкої аудиторії. Наприклад, міжнародний музичний фестиваль є глобальною культурною подією з комерційною ціллю, орієнтованою на молодь, що генерує інтенсивний туристичний потік [18].

Важливо враховувати динамічний та адаптивний характер подієвої індустрії. Технологічний прогрес та еволюція споживчих переваг зумовлюють появу гібридних та інноваційних форматів, що поєднують елементи різних категорій. Це створює потребу в постійній адаптації систематизації подій для ефективної оцінки їхнього туристичного потенціалу [37].

Події є ключовими драйверами туристичної активності, оскільки вони залучають туристів, стимулюють попит на послуги та підвищують привабливість дестинацій. Різноманіття форматів забезпечує охоплення широкого кола туристів (молодь, професіонали, пенсіонери). Прикладом є музичні фестивалі, як-от Tomorrowland у Бельгії (до 250000 відвідувачів), що приваблюють молодь емоційними враженнями [46]. Ділові заходи, наприклад Consumer Electronics Show (CES) у Лас-Вегасі (130000 учасників у 2024 році), орієнтовані на професіоналів. Сімейні фестивалі, такі як Edinburgh Fringe, пропонують програми для всіх вікових груп. Пристосовуваність подій до різних аудиторій забезпечує широкий охоплення, збільшення туристичних потоків та диверсифікацію продукту, дозволяє уникнути сезонності та підтримувати стабільний попит [33].

Події, обмежені в часі, створюють піковий попит на туристичні послуги, як-от проживання та транспорт. Наприклад, Sonar у Барселоні (122000 відвідувачів у 2024 році) та Карнавал у Ріо-де-Жанейро (2 мільйони відвідувачів) створюють інтенсивні короткострокові потоки, які вимагають ефективного планування, але забезпечують значний економічний ефект. Часова обмеженість додає подіям ексклюзивності, стимулює завчасне планування та згладжує сезонність [18; 46].

Міжнародні та мега-заходи підвищують глобальну впізнаваність регіону.

Sónar асоціює Барселону з інноваціями, а Олімпійські ігри в Парижі (9,5 мільйона відвідувачів) підкреслюють її статус світової столиці. Медійне висвітлення цих подій сприяє промоції дестинації та є важливим для країн, що розвиваються [47].

Використання місцевих традицій і культурних елементів посилює автентичність подій, що приваблює туристів, зацікавлених у культурному досвіді. Фестиваль «Гуцульська бринза» охоплює карпатські традиції [36], а Карнавал у Ріо-де-Жанейро є унікальним культурним продуктом [47]. Така інтеграція не лише підвищує привабливість, а й сприяє збереженню культурної спадщини та підтримці місцевих громад, що особливо важливо для регіональних подій [33].

Детермінанти розвитку туристичної активності, пов'язані з подіями, та їхній вплив систематизовано в табл. 1.5.

Таблиця 1.5 – Детермінанти розвитку туристичної активності в подієвому туризмі

Детермінанта	Опис	Приклади	Вплив на туристичну активність
Залучення різноманітних аудиторій	Різноманіття форматів охоплює різні групи туристів	Tomorrowland, CES, Edinburgh Fringe	Збільшення туристичних потоків, диверсифікація продукту
Короткострокові туристичні потоки	Піковий попит на послуги через обмеженість у часі	Sónar, карнавал у Ріо	Інтенсивне використання інфраструктури, прогнозований попит
Формування іміджу дестинації	Міжнародні події підвищують впізнаваність регіону	Sónar, Олімпійські ігри	Глобальна промоція, медійне висвітлення
Інтеграція культурних ресурсів	Використання традицій підвищує автентичність	«Гуцульська бринза», карнавал у Ріо	Привабливість для культурного туризму, збереження спадщини

Джерело: складено автором на основі [18; 33; 46]

Отже, проведена систематизація видів подій за масштабом, змістом, цілями та цільовою аудиторією, що спирається на підхід Д. Гетца, дозволяє не лише впорядкувати широке різноманіття заходів, а й глибоко розкрити їхню роль як ключових чинників розвитку туристичної активності. Події є не просто

об'єктами приваблення, а потужними інструментами для диверсифікації туристичного продукту, генерації значних короткострокових, але інтенсивних туристичних потоків, формування позитивного іміджу дестинації та інтеграції унікальних культурних ресурсів. Усвідомлення взаємодії між класифікацією подій та їхнім впливом на туристичну сферу є критично важливим для розробки ефективних стратегій сталого розвитку подієвого туризму в будь-якій дестинації.

1.3. Ідентифікація ключових детермінант та переваг розвитку подієвого туризму для соціально-економічного середовища

Подієвий туризм є впливовим інструментом соціально-економічного розвитку дестинацій, адже заходи створюють унікальні можливості для залучення туристів, стимулювання економічної активності, збереження культурної спадщини та зміцнення соціальних зв'язків. Водночас організація подій пов'язана з певними факторами, які можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на соціальну, економічну та екологічну сфери.

Вплив подій, як форми організованої людської діяльності можна класифікувати за трьома основними напрямками: соціальним, економічним та екологічним. Кожен із цих напрямів характеризується як позитивними, так і негативними аспектами (табл. 1.6) [25].

Таблиця 1.6 – Вплив подієвого туризму на соціально-економічне середовище

Напрямок	Позитивний вплив	Негативний вплив
Соціальний	Зміцнення соціальної згуртованості, розвиток освіти, збереження культурної спадщини	Сегрегація, перевантаження інфраструктури, підвищення рівня злочинності
Економічний	Зростання туристичних потоків, створення робочих місць, залучення інвестицій	Короткострокові прибутки, підвищення цін, перевантаження ресурсів
Екологічний	Підвищення екологічної обізнаності, розвиток сталої інфраструктури	Забруднення, надмірне використання ресурсів, порушення екосистем

Джерело: складено автором на основі [35]

Соціальні наслідки подій охоплюють як позитивні (зміцнення згуртованості, ідентичності, розвиток освіти та культурної спадщини, наприклад фестиваль «Гуцульська бринза»), так і негативні аспекти (ризик сегрегації, перевантаження інфраструктури, злочинність, негативний вплив ЗМІ) [23; 36].

Економічні наслідки проявляються у стимулюванні туристичних потоків та розвитку місцевого бізнесу (готелі, ресторани, транспорт), створенні робочих місць та залученні інвестицій. Проте можуть виникати проблеми через короткостроковий характер прибутків, зростання цін та перевантаження ресурсів [18].

Екологічні наслідки мають подвійний характер: позитивні (підвищення еко-обізнаності, розвиток сталої інфраструктури, освоєння занедбаних територій) та негативні (забруднення, надмірне використання ресурсів, руйнування екосистем), що вимагає впровадження сталих практик [47].

Подієвий туризм пропонує туристам низку унікальних переваг, які сприяють зростанню його популярності (рис. 1.3).

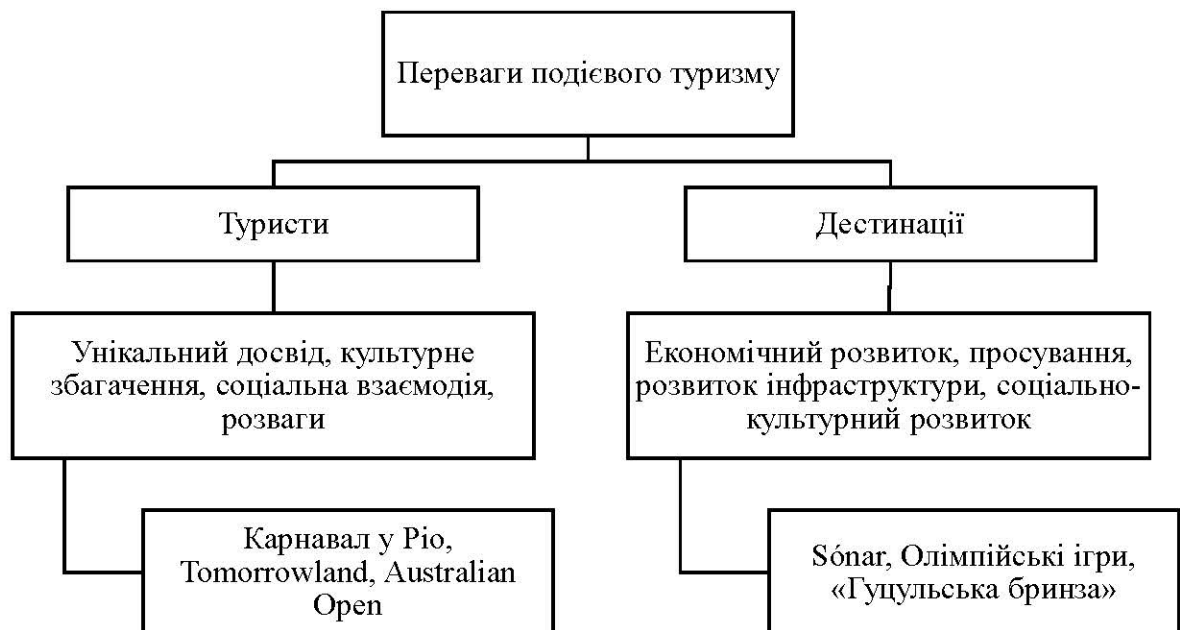


Рисунок 1.3 – Переваги подієвого туризму

Джерело: складено автором на основі [20; 35]

Унікальний досвід участі у фестивалях чи змаганнях дозволяє пережити емоції, недоступні у традиційному відпочинку. Наприклад, Карнавал у Ріо-де-

Жанейро пропонує яскраві враження від самби та формує незабутні спогади. Культурне збагачення досягається через ознайомлення з історією та традиціями, наприклад, фестиваль «Країна мрій» у Києві, який популяризує українську культуру. Соціальна взаємодія на подіях створює атмосферу єднання та сприяє новим знайомствам, як-от на Tomorrowland (250 000 відвідувачів у 2024 році), що підвищує цінність таких заходів для молоді. Розваги та відпочинок є джерелом позитивних емоцій, а спортивні заходи, наприклад Australian Open, пропонують динамічний відпочинок [42].

Подієвий туризм має значний потенціал для розвитку дестинацій за рахунок забезпечення економічних, соціально-культурних та інфраструктурних переваг, що сприяють сталому розвитку регіонів. Економічний розвиток зумовлюється стимулюванням туристичних потоків та надходженням коштів до місцевої економіки. Просування дестинації забезпечується міжнародними заходами, що підвищують її глобальну впізнаваність, наприклад, Олімпійські ігри 2024 року в Парижі (9,5 мільйона відвідувачів) привернули широку медійну увагу та покращили імідж міста. Розвиток інфраструктури є прямим наслідком організації великих подій, що вимагає модернізації транспортної системи, будівництва готелів та створення громадських просторів. Соціально-культурний розвиток відбувається через збереження та популяризацію культурної спадщини, стимулювання мистецтва і традицій [35; 36].

Мотивація туристів є психологічним явищем, яке формує їхню поведінку та рішення щодо участі в подіях. Мотиваційні фактори поділяються на внутрішні та зовнішні, кожен із яких відіграє ключову роль у виборі подієвого туризму (табл. 1.7) [33].

До внутрішніх факторів належать спонукання, що виникають із особистих потреб, переконань та психологічних особливостей індивіда. Це психологічні потреби, пов'язані з прагненням до самовираження, дослідження нового, творчого потенціалу, повноцінного відпочинку та відчуття приналежності. Яскравим прикладом є відвідування «Tomorrowland» для отримання сильних емоційних вражень та соціальної взаємодії [47].

Таблиця 1.7 – Внутрішні та зовнішні фактори мотивації подієвого туризму

Тип фактора	Фактор	Опис	Приклади
Внутрішні фактори	Психологічні потреби	Пов'язані з прагненням до самовираження, дослідження нового, творчості, відпочинку та приналежності	Відвідування фестивалю Tomorrowland мотивується емоційними враженнями та соціальною взаємодією
	Ставлення туриста	Знання та емоційне сприйняття дестинації впливають на рішення про подорож	Позитивне ставлення до української культури мотивує відвідувати фестиваль «Країна мрій»
	Сприйняття туриста	Особистий досвід і доступна інформація формують образ події	Медійна популярність Sónar впливає на його привабливість
	Цінності та переконання	Культурні норми та особисті пріоритети визначають вибір подій	Екологічно свідомі туристи віддають перевагу подіям із сталими практиками
	Особистість туриста	Індивідуальні риси, такі як екстраверсія чи схильність до пригод, впливають на мотивацію	Туристи з високою схильністю до пригод обирають динамічні події
Зовнішні фактори	Фінансові стимули	Доступність цін на квитки та послуги впливає на рішення туристів	Доступність квитків на Sónar (від 50 до 200 євро у 2024 році) мотивує відвідування
	Соціокультурний контекст	Культурні особливості та рівень індивідуалізму визначають поведінку	У країнах із високим індивідуалізмом туристи обирають події, що підкреслюють особистісне зростання
	Сімейні та вікові особливості	Сімейний статус і вік впливають на вибір подій	Сім'ї з дітьми віддають перевагу подіям із сімейними програмами, наприклад, Edinburgh Fringe
	Ринкові умови	Економічна нестабільність, політичні фактори та коливання валют впливають на туристичну активність	Політична нестабільність може обмежувати туристичні поїздки

Джерело: складено автором на основі [18; 33; 35]

Важливим також значущим є ставлення туриста до дестинації або події, що формується на основі знань та емоційного сприйняття; позитивний образ української культури, наприклад, спонукає обирати фестиваль «Країна мрій». Сприйняття туриста, сформоване на основі особистого досвіду або на підставі доступної інформації, суттєво впливає на рішення про подорож (наприклад, позитивні відгуки про «Sonar» підвищують його привабливість) [38].

Крім того, цінності та переконання туриста (наприклад, екологічна відповідальність) та його особистість (екстраверсія чи інтроверсія)

безпосередньо впливають на вибір динамічних чи спокійних заходів [44].

Зовнішні фактори формують та мотивують туристів за рахунок середовища та обставин. Серед них виділяються фінансові стимули, наприклад, доступність цін на квитки та послуги часто є визначальною. Соціокультурний контекст, у тому числі культурні особливості та рівень індивідуалізму суспільства, також впливає на туристичну поведінку: у країнах з високим індивідуалізмом обирають події для самореалізації, у колективістських – сімейні заходи. Сімейні та вікові особливості є важливими чинниками вибору подій: сім'ї з дітьми надають перевагу заходам із спеціальними програмами (як «Edinburgh Fringe Festival»), тоді як молодь шукає динамічні формати. Нарешті, ринкові умови – економічна нестабільність, політичні фактори, валютні коливання – можуть суттєво впливати на туристичну активність [38].

Комплексне розуміння внутрішніх та зовнішніх факторів є основою для мотивації споживачів у подієвому туризмі, що дозволяє розробляти більш цільові та ефективні маркетингові стратегії та продукти.

Подієвий туризм в Україні перебуває на етапі становлення, проте демонструє значний потенціал, незважаючи на наявні виклики (табл. 1.8).

Таблиця 1.8 – Проблеми та перспективи подієвого туризму в Україні

Аспект	Проблеми	Перспективи
Соціально-культурні послуги	Низька якість, невідповідність потребам туристів	Інтеграція автентичного контенту, професійні програми
Інфраструктура	Недостатній розвиток транспортних і готельних потужностей	Модернізація інфраструктури, залучення інвестицій
Безпека	Воєнний стан, ризики безпеки	Впровадження безпекових протоколів, співпраця з міжнародними партнерами
Маркетинг	Обмежена міжнародна впізнаваність	Цифрова трансформація, маркетингові кампанії

Джерело: складено автором на основі [1; 25]

Однією з ключових проблем є невідповідність якості соціально-культурних послуг зростаючим потребам туристів, які прагнуть духовного, професійного та емоційного збагачення (наприклад, фестиваль «Країна мрій»

потребує кращої інтеграції автентичного контенту) [36]. Іншою проблемою є недостатній рівень інфраструктури, що обмежує проведення великих подій (наприклад, Закарпаття, попри фестивальний потенціал, стикається з браком сучасних транспортних і готельних потужностей). Крім того, воєнний стан в Україні створює додаткові виклики, охоплюючи ризики безпеки та обмеження турпотоків [1].

Перспективи розвитку подієвого туризму в Україні пов'язані з посиленням маркетингових стратегій, цифровою трансформацією та впровадженням міжнародних практик. Використання цифрових платформ може залучити міжнародну аудиторію, а акцент на екологічно стійкі заходи підвищить привабливість українських фестивалів у контексті глобальних трендів [25].

Отже, подієвий туризм є багатовекторним явищем, що має значні соціально-економічні переваги для дестинацій, але вимагає врахування потенційних труднощів. Комплексне розуміння впливу подій, їхніх переваг, мотиваційних факторів туристів, а також специфіки розвитку цього сектору в Україні, є критично важливим для формування ефективних стратегій для забезпечення сталого розвитку подієвого туризму.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

За результатами написання першого розділу сформовано такі висновки та узагальнення:

1. Розкрито теоретичні засади подієвого туризму як форми туристичної діяльності, що базується на участі у заходах – фестивалях, спортивних змаганнях, конференціях, культурних подіях. До його ключових ознак належать унікальність, обмеженість у часі та просторі, інтерактивність, культурно-пізнавальна спрямованість і соціальна взаємодія. Відмінність від інших видів туризму полягає в орієнтації на подію як головний мотив подорожі.

2. Проаналізовано світовий досвід (Sónar, карнавал у Ріо, Олімпіада в Парижі), він ілюструє економічний, іміджевий і культурний потенціал цього

виду туризму. За методикою Д. Гетца події класифікують за масштабом, змістом і цільовою аудиторією на локальні, регіональні, міжнародні, мега-події, а також культурні, спортивні, ділові та ін. Такі приклади, як «Гуцульська бринза» та Tomorrowland, демонструють здатність подій приваблювати різні цільові групи.

3. Доведено, що події виступають чинниками активізації туристичних потоків, формування іміджу DESTINAЦІЙ і збереження культурної спадщини. Водночас наявні виклики – екологічне навантаження, соціальна нерівність, потреба в адаптації до нових форматів. Подієвий туризм сприяє розвитку інфраструктури, економіки, соціальної згуртованості та екологічної свідомості. Потреби туристів формуються внутрішніми (самореалізація, цінності) і зовнішніми (фінансові, соціокультурні) чинниками, що підтверджується прикладами фестивалів «Країна мрій» і Sonar.

В Україні розвиток стримується проблемами сервісу та безпеки, однак має перспективу завдяки цифровізації та унікальній культурній базі.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ
ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Ретроспективний аналіз та оцінка сучасного стану сегмента подієвого туризму в Україні

Туристична галузь України є значущим сегментом економіки, що сприяє розвитку регіонів, створенню робочих місць і збереженню культурної спадщини. Проте її діяльність у 2021–2024 роках зазнавала суттєвого впливу глобальних і внутрішніх криз, зокрема пандемії COVID-19 та повномасштабного вторгнення російської федерації. аналіз динаміки туристичної інфраструктури та податкових надходжень дозволяє оцінити загальний контекст розвитку, у якому функціонує подієвий туризм [11].

У 2021 році галузь перебувала в стані постпандемійного відновлення після значного спаду 2020 року, викликаного карантинними обмеженнями. Динаміка кількості туристичних підприємств представлена на рис. 2.1.

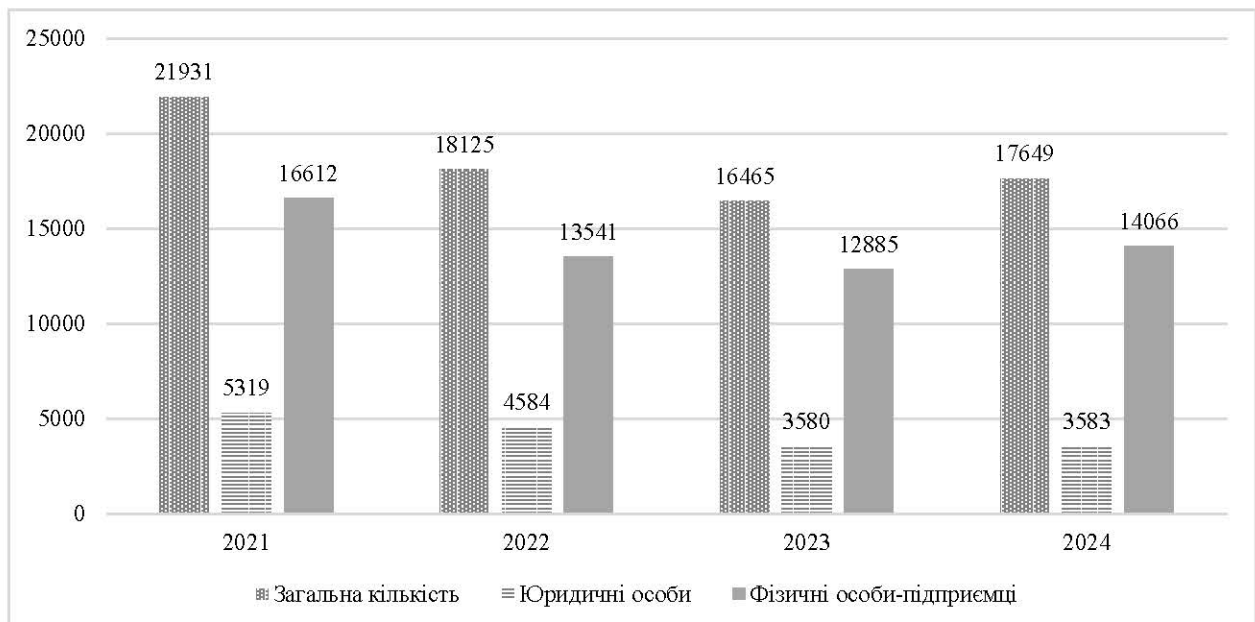


Рисунок 2.1 – Динаміка кількості туристичних підприємств

Джерело: складено автором на основі [9; 11]

Незважаючи на відновлення у 2021 році, 2022 рік кардинально змінив розвиток українського туризму. Повномасштабне вторгнення російської федерації фактично паралізувало галузь, особливо в прифронтових та тимчасово окупованих регіонах. Значна частина туристичної інфраструктури була зруйнована або пошкоджена, а ризики безпеки унеможливили більшість туристичної діяльності. Мільйони українців були змушені покинути свої домівки, що також прямо вплинуло на внутрішній туристичний попит. У цей період туристична діяльність здебільшого зводилася до підтримки внутрішньо переміщених осіб та забезпечення базових потреб населення. Проте 2023 та 2024 роки продемонстрували стійкість та адаптивність туристичної галузі. Хоча масштаби діяльності залишалися обмеженими, особливо у прифронтових зонах, у відносно безпечних регіонах почалося поступове відновлення. Це було зумовлено зростанням внутрішнього попиту на відпочинок та рекреацію, а також потребою в економічній стабілізації [11].

Важливим індикатором стану галузі є податкові надходження, динаміка яких за регіонами України у 2021–2024 роках представлена в табл. 2.1.

Аналіз даних свідчить, що найбільший ріст податкових надходжень у 2024 році порівняно з 2023 роком зафіксований у Києві (на 96,68%), а також в Івано-Франківській (на 79,03%), Херсонській (на 76,47%), Запорізькій (на 69,74%), Черкаській (на 65,22%) та Донецькій (на 64,77%) областях. Найменше зростання відбулося у Миколаївській (на 17,97%) та Київській (на 18,87%) областях. У Луганській (на 60%) та Харківській (на 3,83%) областях надходження скоротилися. Порівняно з 2021 роком, значне зростання зафіксовано у Київській (на 126,56%), Закарпатській (на 119,16%), Чернівецькій (на 114,84%) та Львівській (на 104,27%) областях. Водночас у восьми регіонах – Луганській (на 97,83%), Херсонській (на 94,89%), Донецькій (на 75,67%), Запорізькій (на 73,83%), Харківській (на 54,48%), Миколаївській (на 44,23%), Одеській (на 23,86%) та Чернігівській (на 12,90%) – обсяг податкових надходжень від туризму залишається нижчим за рівень 2021 року, що є прямим наслідком військових дій та тимчасової окупації.

Таблиця 2.1 – Податкові надходження від туризму за регіонами (2021–2024 роки, млн грн)

Регіон	2021	2022	2023	2024	Зміна 2024/2023, %	Зміна 2024/2021, %
м. Київ	773,90	415,20	499,30	982,00	96,68	26,89
Львівська область	215,40	273,80	345,50	440,00	27,35	104,27
Київська область	125,40	163,90	239,00	284,10	18,87	126,56
Івано-Франківська	132,00	159,70	138,80	248,50	79,03	88,26
Одеська область	210,80	87,60	98,80	160,50	62,45	-23,86
Закарпатська	59,50	72,40	94,20	130,40	38,43	119,16
Дніпропетровська	98,40	69,50	98,10	128,80	31,29	30,89
Полтавська	43,50	34,60	45,40	65,10	43,39	49,66
Харківська	104,80	38,90	49,60	47,70	-3,83	-54,48
Вінницька	27,40	23,90	29,90	41,30	38,13	50,73
Хмельницька	21,40	22,60	31,20	41,20	32,05	92,52
Чернівецька	18,20	20,70	28,80	39,10	35,76	114,84
Черкаська	23,00	17,40	20,70	34,20	65,22	48,70
Рівненська	16,20	14,10	20,10	31,50	56,72	94,44
Тернопільська	17,30	15,10	19,60	27,50	40,31	58,96
Запорізька	98,60	26,20	15,20	25,80	69,74	-73,83
Миколаївська	45,90	14,30	21,70	25,60	17,97	-44,23
Волинська	13,30	11,80	15,90	24,30	52,83	82,71
Кіровоградська	15,20	10,90	15,80	22,40	41,77	47,37
Житомирська	14,10	9,00	14,50	20,80	43,45	47,52
Чернігівська	18,60	11,30	10,80	16,20	50,00	-12,90
Донецька	59,60	18,80	8,80	14,50	64,77	-75,67
Сумська	11,40	7,30	9,80	14,10	43,88	23,68
Херсонська	58,70	10,40	1,70	3,00	76,47	-94,89
Луганська	9,20	1,90	0,50	0,20	-60,00	-97,83

Джерело: складено автором на основі [9; 11]

Динаміка податкових надходжень від різних видів туристичної діяльності також демонструє характерні тенденції (табл. 2.2)

Аналіз табл. 2.2 показує, що найбільшу частку податкових надходжень забезпечують готелі та подібні засоби тимчасового розміщування, які демонструють позитивну динаміку. Також спостерігається зростання надходжень від туристичних операторів та агентств. Зростання також відбувається у сегменті «Інших засобів тимчасового розміщування» та «Кемпінгів та стоянок для житлових автофургонів та причепів», що свідчить про зміну уподобань туристів та розвиток нових форматів відпочинку в умовах воєнного стану [10].

Таблиця 2.2 – Динаміка податкових надходжень від видів туристичної діяльності, млн грн

Види туристичної діяльності	2021	2022	2023	2024
Готелі і подібні засоби тимчасового розміщування	1288,6	898,4	1303,6	1954,4
Туристичні оператори	259	167,9	205,8	304,7
Туристичні агентства	279,3	204,8	193,3	265,2
Інші засоби тимчасового розміщування	74,4	137,4	197,9	208,7
Засоби від розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання	328,2	141,2	145,9	201,1
Надання місць кемпінгами та стоянками для житлових автофургонів та причепів	2,4	1,6	2,9	4,6

Джерело: складено автором на основі [9; 11]

Подієвий туризм в Україні почав формуватися в 1990-х роках після здобуття незалежності, спираючись на локальні етнографічні традиції. Одним із перших прикладів став фестиваль «Гуцульська бринза» (Рахів, Закарпатська область), який із 1997 року популяризує карпатську культуру, залучаючи щороку до 30 000 відвідувачів у довоєнний період [28].

У 2000-х роках сегмент набув структурованого вигляду завдяки масштабним подіям. Фестиваль «Країна мрій» (Київ, з 2004 року), заснований Олегом Скрипкою, поєднував музику, ремесла та гастрономію, залучаючи до 50 000 гостей щороку до 2021 року. Проведення Євро-2012 стало знаковою подією, модернізувавши інфраструктуру в містах-господарях (Київ, Львів, Донецьк, Харків) і залучивши 1,4 млн іноземних туристів, що принесло економіці 1,5 млрд дол. США [5].

У 2010-х роках подієвий туризм демонстрував стійке зростання. Фестивалі, такі як Leopold Jazz Fest (Львів, з 2011 року) і Atlas Festival (Київ, з 2015 року), стали візитівками України та залучали відповідно 50000 і 500000 відвідувачів щороку до 2021 року. За даними Українського центру культурних досліджень, у 2016 році в Україні відбулося понад 2000 фестивалів, із яких 26 – в Івано-Франківській області, а в Кривому Розі (Дніпропетровська область) було проведено 33 заходи, включаючи виставки та конкурси (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Кількість фестивалів у регіонах України у 2016-2025 рр.

Регіон	Кількість фестивалів	Заходи
Івано-Франківська	45	«Карпатський простір», «Свято винограду», «Великдень у Космачі», «Шекспірівський фестиваль»
Дніпропетровська	50 (м. Кривий Ріг, Дніпро)	«Покоління», «Джаз на Дніпрі», «Січеславна», «Rock'n'Ball»
Одеська	25	«Одеський кінофестиваль», «Гуморина», «Dva dni j dvi nochi», «Odesa Open Air»
Харківська	20	«Харківська весна», «Етнофестиваль», «Art Dominanta», «Gogolfest (до 2022)»
Вінницька	25	«АртПоле», «Вінницький джаз», «BarRokKo», «Садиба народного художника»
Закарпатська	40	«Закарпатське Божоле», «Bereg-Fest», «Різдвяні вертепи», «Лемківська ватра»
Львівська	60	«Leopolis Jazz Fest», «Atlas Weekend (до 2022)», «M3 fest», «Країна мрій»
Київська	80	«Книжковий Арсенал», «FANCON», «Стус-Фест», «Gogolfest»
Волинська	15	«Bandershtat», «Волинський етнофестиваль», «Княжий»
Чернівецька	20	«Маланка-Фест», «Доля», «Каштановий фестиваль»
Тернопільська	18	«Файне Місто», «Байда», «Гамселит»
Полтавська	12	«Сорочинський ярмарок», «Ворскла Rock'n'Ball»
Житомирська	10	«Геофестиваль», «Поліське коло»
Рівненська	12	«Скрудж Фест», «Різдвяний ярмарок»
Хмельницька	10	«Стародавній Меджибіж», «Подільський етнофест»
Черкаська	8	«Ковалівський ярмарок», «День вишиванки (регіональний)»
Кіровоградська	5	«Кіровоградський джаз», «Етнофестиваль»
Сумська	8	«Лютій лютій», «Театральний фестиваль»
Миколаївська	6	«Vingranovskij ART FEST», «Миколаївський джаз»
Запорізька	7	«День Незалежності з Махном», «Запорізький книжковий фестиваль»
Херсонська	3 (до 2022)	«Таврійські ігри (до 2022)», «Херсонський джаз»
Донецька	4 (до 2022)	«Донецький джаз (до 2022)», «Етнофестиваль»
Луганська	2 (до 2022)	«Луганський фольклор (до 2022)»

Джерело: складено автором на основі [39; 43; 44; 49]

Фестиваль «Покоління» у Дніпрі, заснований у 2017 році, став платформою для молодіжної музики, залучав до 15000 відвідувачів щороку до 2021 року та сприяв розвитку культурного туризму в регіоні [30].

У цей період також відбувалося зростання ділового та освітнього туризму (рис. 2.2). Аналіз динаміки в'їзного туризму до України за цільовим призначенням у 2012–2023 роках демонструє коливання, зумовлені зовнішніми та внутрішніми кризами. У період до 2018 року спостерігалось зниження інтересу до ділових та освітніх поїздок після пікового 2012 року.

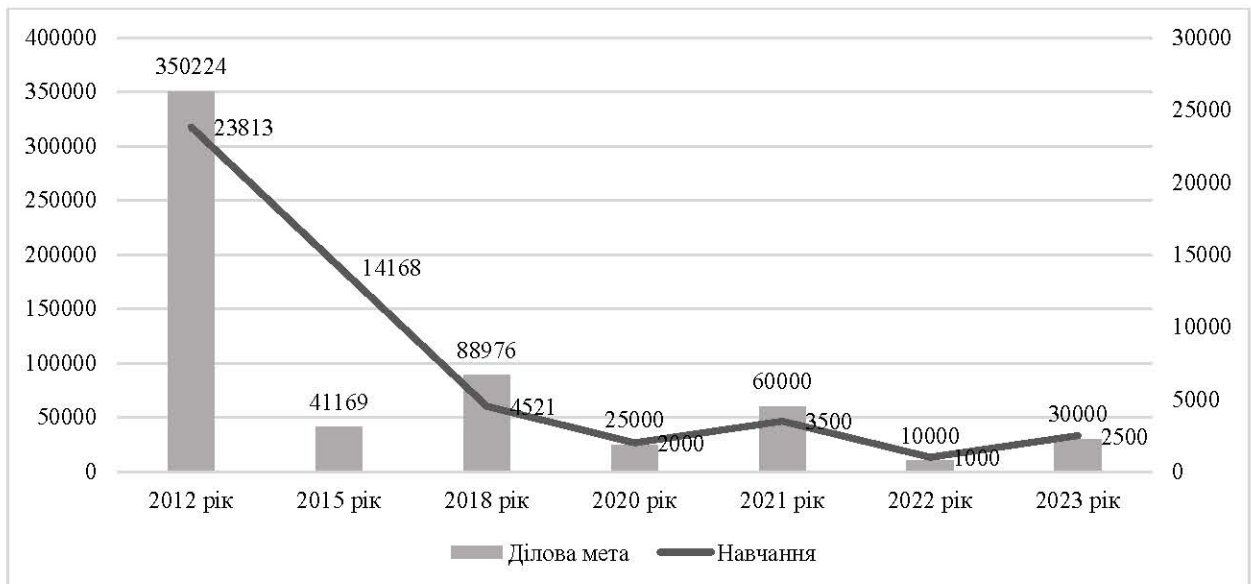


Рисунок 2.2 – Динаміка відвідування України іноземними туристами

Джерело: складено автором на основі [9; 8]

Зниження було спричинене анексією Криму та збройним конфліктом на сході країни. Часткове відновлення у 2018 році свідчило про адаптацію іноземних відвідувачів до нових умов та поступове відновлення економічної активності [9]. Період 2020–2023 років позначився новими труднощами. Пандемія COVID-19 у 2020 році спричинила різке скорочення міжнародного трафіку. Попри часткове відновлення у 2021 році, подальший розвиток подій був зупинений у 2022 році внаслідок повномасштабної війни. У 2023 році зафіксовано незначне зростання (30 000 і 2 500 осіб), однак вони залишаються істотно нижчими за довоєнний рівень, що свідчить про триваючу невизначеність і високі ризики [3].

Попри кризові явища, окремі події позитивно впливали на туристичну активність. Так, «Євробачення-2017» у Києві привабило близько 20000 іноземних гостей та забезпечило економічний ефект у 450 млн грн. Водночас такі локальні події, як «Сорочинський ярмарок», щороку до 2021 року залучали до 500 000 внутрішніх туристів, демонструючи сталість попиту на подієвий туризм навіть у непрості періоди [29].

Найбільші подієві заходи в Україні та їхній туристичний ефект відображено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Найбільші події заходи в Україні та їхній туристичний ефект

Назва події	Місце проведення	Періодичність	Період проведення	Кількість відвідувачів (до 2022 року)	Туристичний ефект (ключові аспекти)	Зміни у проведенні після 2022 року
1	2	3	4	5	6	7
Atlas Weekend	Київ	Щорічно	Липень	~500000	Значний прибуток для сфери розміщення та харчування, посилення туристичної привабливості столиці	Призупинено; проводяться благодійні ініціативи та окремі заходи у безпечних місцях
Leopolis Jazz Fest	Львів	Щорічно	Червень	~50000	Залучення іноземних туристів, зміцнення іміджу міста як культурної столиці	Проводиться у скороченому форматі з посиленими заходами безпеки, благодійний акцент
Маланка-Фест	Чернівці	Щорічно	Січень	~20000	Розвиток зимового внутрішнього туризму, збереження етнографічних традицій	Проводиться, з акцентом на безпеку та локальність
Одеський міжнародний кінофестиваль	Одеса	Щорічно	Липень	~100000 (у 2018 р.)	Підтримка статусу Одеси як міжнародної культурної дестинації, розвиток кіноіндустрії	Змінено формат (онлайн/гібрид), проводиться у Львові/Києві через ризики безпеки
Книжковий Арсенал	Київ	Щорічно	Травень/Червень	~30000 (у 2019 р.)	Залучення інтелектуального туриста, формування іміджу Києва як культурного центру	Проводиться, з посиленими заходами безпеки та онлайн-трансляціями
Файне Місто	Тернопіль	Щорічно	Липень	~15000–25000	Розвиток регіонального івент-туризму, створення позитивного іміджу Тернопільщини	Призупинено або проводиться у зміненому форматі, з благодійними цілями
День вишиванки	Всеукраїнський	Щорічно	Травень	Мільйони (оцінка охоплення)	Культурний бренд України, розвиток етнотуризму, сприяння національній єдності	Проводиться з акцентом на національну єдність, підтримку ЗСУ, онлайн-участь

Продовження таблиці 2.4

1	2	3	4	5	6	7
Сорочинський ярмарок	Полтавська обл.	Щорічно	Серпень	~500000 (до 2021)	Розвиток внутрішнього туризму, народних гастрономія, підтримка ремесел,	Призупинено через безпекову ситуацію
Закарпатське Божоле	Ужгород	Щорічно	Листопад	~10000 (до 2021)	Розвиток винного та гастрономічного туризму, залучення іноземців	Проводиться, з акцентом на безпеку та локальність
Покоління	Дніпро	Щорічно	Весна/Осінь	~15 000 (до 2021)	Розвиток молодіжного культурного туризму, креативної індустрії	Призупинено або змінено формат, можливо онлайн
Євробачення	Київ	Одноразово	Травень (2017)	~20000 іноземців	Економічний ефект для міста ~450 млн грн, потужний міжнародний PR України	Було одноразовою подією; подальша участь України в конкурсі
Кураж Базар	Київ	Кілька разів на рік	Різні місяці	~10000 - 30000 (за подію, до 2022)	Створення платформи для молодіжних брендів, розвиток культури споживання, благодійність	Проводиться з благодійними цілями, змінено формати та локації через небезпеку

Примітка: Кількість відвідувачів є орієнтовною за довоєнними періодами, якщо не зазначено інше. Деякі події у 2023–2024 роках відновлюються у спрощеному або зміненому форматі з посиленнями заходами безпеки через повномасштабне вторгнення. Кількість відвідувачів для Дня вишиванки є орієнтовною оцінкою загального охоплення акції, включаючи онлайн-участь та участь у численних локальних заходах по всій Україні та за її межами, оскільки централізований облік фізичних відвідувачів є неможливим через розподілений характер події.

Джерело: Складено автором на основі [5, 28, 36, 30, 39, 43, 44, 49].

Після 2022 року більшість масштабних подій були або скасовані, або зазнали суттєвої трансформації. Пріоритетними стали питання безпеки, що унеможливило проведення заходів у звичному форматі, особливо у прифронтових регіонах. Проте частина подій, як-от «Leopolis Jazz Fest» та «Книжковий Арсенал», адаптувалися до поточних умов та функціонують у скороченому або онлайн-форматі, з акцентом на безпеку. Окремі фестивалі, зокрема «Кураж Базар», набули благодійного спрямування, де підтримка Збройних Сил України та гуманітарних ініціатив стала невіддільною складовою їхньої діяльності. Особливу роль відіграють події національного масштабу, наприклад «День вишиванки», який продовжує об'єднувати мільйони учасників, переважно в онлайн-форматі. Це свідчить про здатність подієвого туризму до адаптації в кризових умовах, його потенціал до збереження культурної стійкості та важливу роль у розвитку внутрішнього туризму та формуванні позитивного іміджу країни навіть у період військових дій.

Аналіз музичних фестивалів в Україні у 2017–2021 роках (табл. 2.5) свідчить про значне жанрове розмаїття та активний розвиток цього сегменту подієвого туризму до початку повномасштабної війни.

Таблиця 2.5 – Популярні музичні фестивалі в Україні (2017–2021 роки)

Назва заходу	Місце проведення	Період проведення	Кількість відвідувачів	Особливості програми
Країна мрій	Київ, Пирогів	Червень	~50000 (до 2021)	Виступи гуртів («Бумбокс», ONUKA), фаер-шоу
Файне Місто	Тернопіль	Липень	~15000–25000	4 сцени, виступи («Бумбокс», The Hardkiss)
Рок Булава	Переяслав-Хмельницький	Червень	~10000 (до 2021)	50 гуртів, природа Дніпра
Carpathian Alliance	Львівська Швейцарія	Липень	~5000 (до 2021)	Важка музика (Septicflesh, Marduk)
Покоління	Дніпро	Липень	~15000 (до 2021)	Молодіжна музика, локальні та іноземні гурти

Джерело: складено автором на основі [39, 43, 44, 49]

Загалом, музичні фестивалі не лише задовольняли культурні інтереси громадян, а й сприяли позиціонуванню регіонів як центрів молодіжного

дозвілля, що позитивно впливало на розвиток місцевої інфраструктури та івентуризму [6; 28].

Відвідуваність та доходи від фестивалів у 2024 році наведені в табл. 2.6. та на рис. 2.3.

Таблиця 2.6 – Відвідуваність та доходи від фестивалів у 2024 році

Назва фестивалю	Місце проведення	Кількість відвідувачів	Дохід (млн грн)	Джерело доходу
Atlas Weekend	Київ	50000	30,0	Квитки, спонсорство
Leopolis Jazz Fest	Львів	20000	15,0	Квитки, гранти
Маланка-Фест	Чернівці	12000	5,0	Вхід, гастрономія
Закарпатське Божоле	Ужгород	7000	3,5	Дегустація, торгівля вином
Покоління	Дніпро	6000	2,5	Квитки, локальні спонсори

Джерело: складено автором на основі [39, 43, 44, 49]

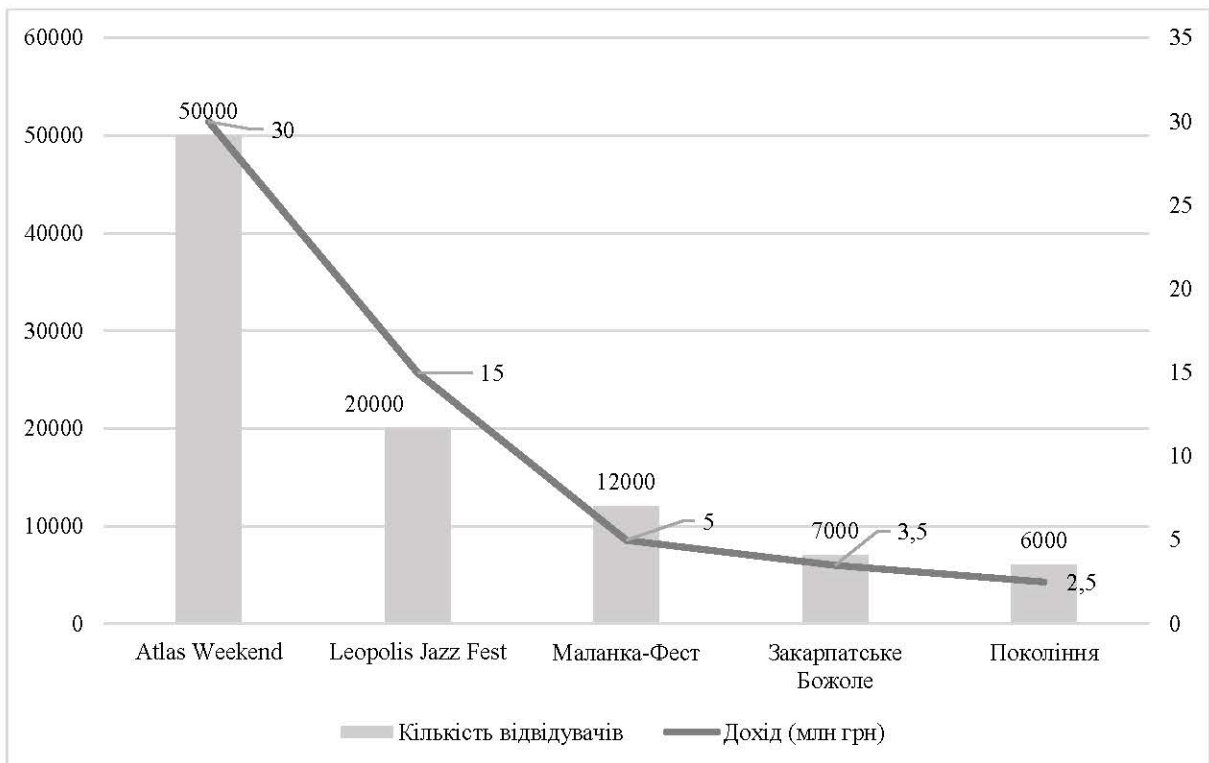


Рисунок 2.3 – Відвідуваність та доходи від фестивалів у 2024 році

Джерело: складено автором на основі [39, 43, 44, 49]

Отже, у 2017–2021 роках музичні фестивалі в Україні демонстрували стабільну відвідуваність і жанрове розмаїття, що створило підґрунтя для

подальшого розвитку подієвого туризму [11].

Після 2022 року розвиток ускладнився через війну, проте у 2025 році фіксується зростання активності: кількість фестивалів у першому кварталі зростає на 15 % проти аналогічного періоду 2024 року, 70 % з них – локального масштабу [16].

Диджиталізація залишається провідною тенденцією в подієвому туризмі, дозволяючи охоплювати ширшу аудиторію, зокрема за межами України. Наприклад, «Книжковий Арсенал», що відбувся 29 травня – 1 червня 2025 року в Києві, зібрав 25000 офлайн-відвідувачів і понад 10000 онлайн-глядачів [30].

Аналіз очікуваної відвідуваності та прогнозованих доходів від фестивалів у 2025 році (табл. 2.7) свідчить про оптимізм щодо відновлення подієвого туризму [9; 30].

Таблиця 2.7 – Очікувана відвідуваність та доходи від фестивалів у 2025 році

Назва фестивалю	Місце проведення	Очікувана кількість відвідувачів	Очікуваний дохід (млн грн)	Джерело доходу
Країна мрій	Київ	30 000 (20% онлайн)	15,0	Квитки, онлайн-трансляції
Книжковий Арсенал	Київ	25 000 (10 000 онлайн)	12,0	Вхід, продаж книг
Закарпатське Божоле	Ужгород	10 000	6,0	Дегустація, торгівля вином
Покоління	Дніпро	8 000	4,0	Квитки, локальні спонсори
FANCON 2025	Київ	20 000	10,0	Квитки, мерч

Примітка: Очікуваний дохід розрахований на основі середнього чеку (600–700 грн) та анонсів організаторів.

Джерело: складено автором на основі [9; 30]

Загальний економічний ефект від подієвого туризму в Україні у 2025 році прогнозується на рівні 125 млн грн, що на 25–50 % перевищує показники 2024 року. Зростання пояснюється стабілізацією ситуації в західних регіонах, активною міжнародною промоцією та залученням грантової підтримки [11].

Прогнозовані доходи за регіонами (табл. 2.8) відображають тенденції

відновлення й перерозподілу туристичних потоків.

Таблиця 2.8 – Прогноз доходів від подієвого туризму за регіонами на 2025 рік

Регіон	Прогнозований дохід (млн грн)	Основні фестивалі	Частка в загальному доході (%)
Львівська область	40	Leopolis Jazz Fest, Carpathian Alliance	32
Закарпатська область	35	Закарпатське Божоле, Гуцульська бринза	28
Київська область	30	Країна мрій, FANCON 2025, Книжковий Арсенал	24
Івано-Франківська	15	Карпатський простір	12
Інші регіони	5	Маланка-Фест, Файне Місто	4

Джерело: сформовано автором на основі [11]

Прогнози вказують на зростання ролі західних регіонів України в умовах переорієнтації турпотоків. Наприклад, Івано-Франківська область з «Карпатським простором» очікує дохід у 15 млн грн (12%). Решта регіонів сукупно складають лише 4% від прогнозованого доходу. Це свідчить про концентрацію відновлення подієвого туризму у відносно безпечних західних та центральних регіонах, де ризики менші, а інфраструктура дозволяє організовувати заходи в адаптованих форматах. Такий розподіл відображає пряму залежність відновлення галузі від ситуації в країні.

Отже, подієвий туризм в Україні до 2022 року активно розвивався та охоплював різноманітні заходи – від етнофестивалів до великих музичних подій. Цей сегмент не лише приносив економічний зиск, а й зміцнював імідж країни. Однак, повномасштабне вторгнення у 2022 році внесло свої корективи, частково паралізувавши галузь та зруйнувавши інфраструктуру. Попри це, український подієвий туризм виявив надзвичайну адаптивність і стійкість. Прогнози на 2025 рік демонструють поступове відновлення та зростання доходів та підкреслюють роль подієвого туризму у збереженні культурної ідентичності та підтримці економіки країни навіть у складний воєнний час

2.2. Діагностика стану інфраструктурного забезпечення та оцінка доступності туристичних локацій для організації подієвих заходів

Інфраструктурне забезпечення є ключовим фактором для розвитку подієвого туризму в Україні, особливо в умовах воєнного стану та поступового відновлення галузі у 2024–2025 роках. Туристична інфраструктура включає транспортну мережу, заклади розміщення, об'єкти громадського харчування, культурні та розважальні установи, а також елементи безбар'єрності, які забезпечують доступність локацій для всіх категорій відвідувачів. Аналіз стану інфраструктури та доступності локацій дозволяє визначити можливості й обмеження для організації подієвих заходів у різних регіонах України [16].

Стан транспортної інфраструктури за регіонами представлено в табл. 2.9.

Таблиця 2.9 – Стан транспортної інфраструктури за регіонами

Регіон	Якість доріг (оцінка, 1–5)	Залізничне сполучення (рейсів/день)	Зміна доступності (2024/2023, %)
Львівська область	4,2	45	+20
Закарпатська область	4,0	38	+18
Івано-Франківська	3,8	35	+15
Київська область	3,5	60	+10
Одеська область	2,5	15	-5
Херсонська область	1,8	5	-20
Донецька область	1,5	3	-25

Джерело: сформовано автором на основі [10; 31]

Дані таблиці 2.9 свідчать про значну регіональну нерівність: західні регіони мають кращу транспортну інфраструктуру, що сприяє організації подій, тоді як східні та південні регіони залишаються важкодоступними, що ускладнює проведення подієвих заходів.

Заклади розміщення (готелі, хостели, пансіонати) відіграють важливу роль у забезпеченні подієвого туризму. За даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), станом на травень 2025 року в Україні функціонує 5200 категоризованих готелів, із яких 1800 розташовані у західних регіонах [11].

Доступність закладів розміщення для подієвого туризму представлено в табл. 2.10.

Таблиця 2.10 – Доступність закладів розміщення для подієвого туризму

Регіон	Кількість готельних номерів (2023)	Кількість готельних номерів (2024)	Зміна 2024/2023, %	Наявність укриттів, %
Львівська область	22321	25000	12,00	85
Закарпатська область	16364	18000	10,00	80
Івано-Франківська	13889	15000	8,00	75
Київська область	28571	30000	5,00	90
Одеська область	9412	8000	-15,00	60
Херсонська область	2857	2000	-30,00	40

Джерело: сформовано автором на основі [11]

Аналіз таблиці 2.10 показує, що західні регіони та Київ мають кращу інфраструктуру розміщення, включаючи наявність укриттів, що є важливим для безпеки під час подієвих заходів. У південних регіонах інфраструктура залишається обмеженою, що унеможливує проведення масштабних подій.

Доступність локацій для всіх категорій відвідувачів, зокрема осіб з інвалідністю, є важливим аспектом організації подієвих заходів. За даними проекту «Мапа безбар'єрності» від ЛУН Місто, станом на травень 2025 року в Україні нанесено на мапу 998 об'єктів у 15 регіонах, із яких 650 – туристичні (готелі, парки, музеї, кафе) [7].

У рамках співпраці з ДАРТ у 2024 році створено Мапу безбар'єрності: Туризм, яка охоплює 600 локацій, із яких 40% мають пандуси, 25% – тактильні вказівники, а 15% – аудіогіди для осіб із вадами зору [11].

Дані про безбар'єрність локацій представлено в таблиці 2.11.

Таблиця 2.11 – Безбар'єрність локацій

Регіон	Кількість доступних локацій	Пандуси, %	Тактильні вказівники, %	Аудіогіди, %
Львівська область	120	70	40	30
Закарпатська область	90	65	35	25
Київська область	150	65	30	20
Івано-Франківська	80	60	25	15
Одеська область	30	40	15	10
Херсонська область	5	10	5	0

Джерело: сформовано автором на основі [7; 11]

Таблиця 2.11 свідчить, що західні регіони та Київ мають кращі показники безбар'єрності, що сприяє інклюзивності подієвих заходів. У прифронтових регіонах доступність залишається критично низькою, що обмежує їхній потенціал для організації подій.

Цифровізація туристичних послуг є важливим елементом інфраструктури для подієвого туризму. За даними досліджень, у 2024 році 65% туристичних підприємств у західних регіонах використовують цифрові платформи для бронювання та промоції подій, а до 2030 року цей показник планується збільшити до 78,1% [17].

Енергетична стабільність залишається стримуючим фактором через підвищення тарифів на енергоресурси у 2024 році на 20%, що вплинуло на логістику подій [2]. Дані про цифровізацію та енергетичну стабільність представлено в табл. 2.12.

Таблиця 2.12 – Стан цифровізації та енергетичної стабільності локацій для подієвого туризму за регіонами (2024 рік)

Регіон	Використання цифрових платформ, %	Наявність генераторів, %	Вплив тарифів на логістику (оцінка, 1–5)
Львівська область	65	40	3,5
Закарпатська область	60	35	3,2
Київська область	70	45	3,8
Івано-Франківська	55	30	3,0
Одеська область	40	20	4,2
Донецька область	15	10	4,8

Джерело: сформовано автором на основі [7; 11]

Таблиця 2.12 показує, що цифровізація активно розвивається у західних регіонах і Києві, тоді як енергетична нестабільність найбільше впливає на прифронтові регіони, ускладнюючи організацію подій.

Доступність ключових локацій для подієвих заходів залежить від транспортної інфраструктури, наявності закладів розміщення та безпекових умов.

Оцінка доступності ключових локацій представлена в таблиці 2.13.

Таблиця 2.13 – Оцінка доступності локацій для подієвих заходів

Локація	Транспортна доступність (оцінка, 1–5)	Наявність готелів поблизу	Рівень безпеки (оцінка, 1–5)
Львів (Leopolis Jazz Fest)	4,5	Висока (25000 номерів)	4,2
Київ («Книжковий Арсенал»)	4,0	Висока (30000 номерів)	3,8
Ужгород («Закарпатське Божоле»)	4,2	Середня (18000 номерів)	4,0
Івано-Франківськ («Карпатський простір»)	3,8	Середня (15000 номерів)	3,9

Джерело: сформовано автором на основі [11; 10; 31]

Таблиця 2.13 свідчить, що Львів і Ужгород мають найкращі умови для організації подій завдяки розвиненій інфраструктурі та високому рівню безпеки. Київ, попри хорошу транспортну доступність, має нижчі показники безпеки через періодичні загрози.

Отже, аналіз інфраструктурного забезпечення подієвого туризму в Україні у 2024–2025 роках показує значну регіональну нерівність. Західні регіони мають кращу транспортну інфраструктуру, більше закладів розміщення та вищий рівень безбар'єрності, що сприяє організації подій. У прифронтових регіонах інфраструктура залишається пошкодженою, а доступність – низькою, що унеможливує проведення заходів. Цифровізація та наявність укриттів стають важливими факторами стійкості, однак енергетична нестабільність і ризики безпеки залишаються ключовими викликами для галузі.

2.3. Ідентифікація та систематизація актуальних викликів та проблем, що детермінують розвиток подієвого туризму в Україні

Воєнний стан є основним фактором, що стримує розвиток подієвого туризму. Ризики безпеки, такі як ракетні обстріли, обмеження на масові зібрання та закриття повітряного простору, призвели до скорочення туристичних потоків [1]. За даними Українського центру культурних досліджень, у 2024 році лише 15% запланованих масових подій у прифронтових регіонах відбулися через

загрози безпеці [30]. Наприклад, фестиваль «Таврійські ігри» у Херсонській області, який до 2021 року збирав до 100000 відвідувачів, у 2024 році був скасований [39]. У західних регіонах (Львівська, Закарпатська області) безпекова ситуація краща, але постійні повітряні тривоги знижують привабливість подій для іноземних туристів. Додатковою проблемою є психологічний бар'єр: за опитуваннями, проведеними у 2024 році, 60% українців уникають масових заходів через страх атак [49]. Це вплинуло на відвідуваність навіть гібридних подій, таких як «Західфест» у Львівській області, де офлайн-аудиторія скоротилася на 25% порівняно з 2021 роком (табл. 2.14, рис. 2.4) [43].

Таблиця 2.14 – Вплив ризиків безпеки на подієвий туризм у регіонах України у 2024 році

Регіон	Відсоток проведених подій, %	Скорочення відвідуваності, %	Причина скасування подій
Львівська область	85	25	Повітряні тривоги
Закарпатська область	80	20	Обмеження для іноземних туристів
Херсонська область	15	90	Ракетні обстріли, окупація
Донецька область	10	95	Активні бойові дії

Джерело: сформовано автором на основі [43; 49]

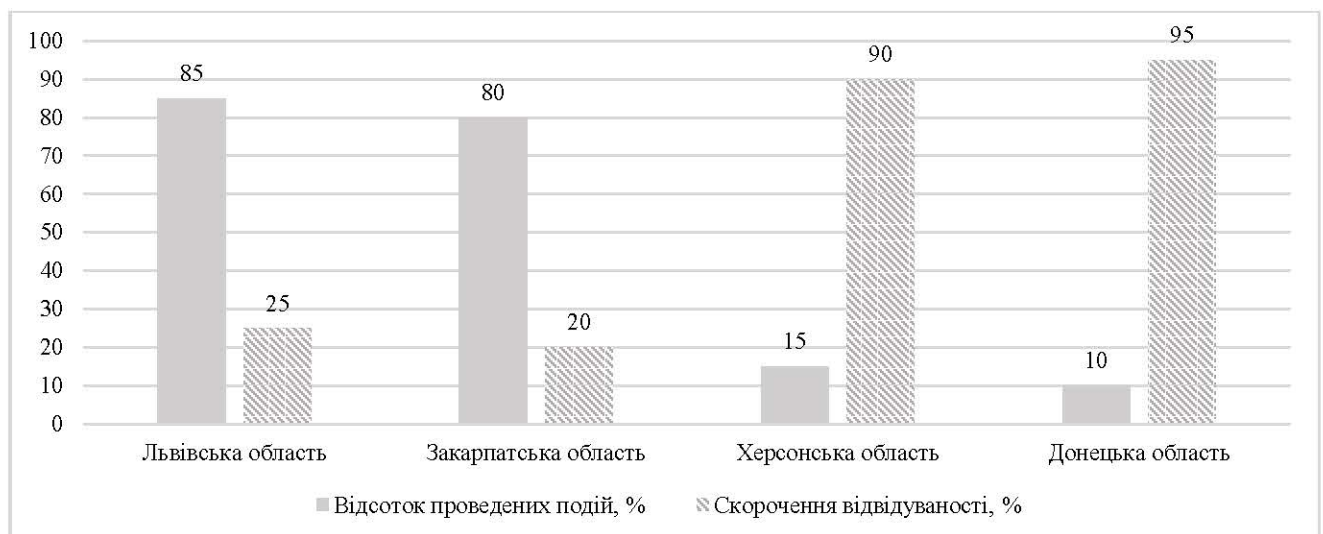


Рисунок 2.4 – Регіональні особливості впливу ризиків безпеки на подієвий туризм в Україні у 2024 році

Джерело: сформовано автором на основі [43; 49]

Ключові проблеми розвитку подієвого туризму представлені на рис. 2.5.



Рисунок 2.5 – Ключові проблеми розвитку подієвого туризму

Джерело: сформовано автором на основі [2; 10; 44]

Проблеми інфраструктури для подієвого туризму представлені на рис. 2.6.



Рисунок 2.6 – Проблеми інфраструктури для подієвого туризму

Джерело: сформовано автором на основі [11; 44]

Крім фінансових, існують і суттєві організаційні проблеми, що стримують ефективне функціонування подієвого туризму. Організаційні та фінансові бар'єри подієвого туризму детально проілюстровані на рис. 2.7.



Рисунок 2.7 – Організаційні та фінансові бар'єри подієвого туризму

Джерело: сформовано автором на основі [43]

Соціально-економічні фактори також істотно впливають на розвиток подієвого туризму в Україні. Після 2022 року понад 6 мільйонів українців виїхали за кордон, що призвело до значного зниження внутрішнього туристичного попиту [8].

Не менш важливою є екологічна складова подієвого туризму. Соціально-економічні та екологічні перешкоди подієвого туризму наведені на рис. 2.8.



Рисунок 2.8 – Соціально-економічні та екологічні перешкоди подієвого туризму

Джерело: сформовано автором на основі [49; 17]

Узагальнення перешкод розвитку подієвого туризму у сучасних умовах представлено в табл. 2.15.

Таблиця 2.15 – Систематизація перешкод розвитку подієвого туризму в Україні

Категорія перешкод	Деталізація проблеми
Воєнний стан	Ризики безпеки (ракетні обстріли, обмеження на масові зібрання, закриття повітряного простору)
	Скорочення туристичних потоків
	Психологічний бар'єр (страх атак, уникнення масових заходів)
Інфраструктурні обмеження	Обмежена доступність локацій (руйнування/пошкодження об'єктів у прифронтових областях, недостатність розвинутої інфраструктури у безпечних регіонах – паркувальні місця, пішохідні зони)
	Недостатній рівень безбар'єрності (обмежена доступність для осіб з інвалідністю, відсутність відповідних стандартів)
	Технологічні обмеження (застарілість або відсутність звукових систем, освітлювального обладнання, інших технічних засобів)
Фінансові обмеження	Економічна нестабільність та скорочення бюджетного фінансування туристичної галузі
	Залежність від приватних спонсорів, що обмежує маркетингові можливості
Організаційні проблеми	Фрагментація управління (відсутність єдиної системи координації між стейкхолдерами)
	Недостатня маркетингова активність (низький рівень професійної промоції, особливо в цифрових каналах)
Соціально-економічні фактори	Масштабна еміграція, що призвела до скорочення внутрішнього туристичного попиту
	Фінансові труднощі населення, що знижують купівельну спроможність та відвідуваність подій
Екологічні проблеми	Зростання обсягів несортованих відходів під час проведення заходів
	Відсутність чітких екологічних стандартів та механізмів їх дотримання

Джерело: сформовано автором

Отже, головним фактором, що гальмує розвиток подієвого туризму в Україні залишається воєнний стан, який створює ризики безпеки, знижує туристичні потоки та формує психологічні бар'єри серед населення. До цього додаються інфраструктурні проблеми, що проявляються у руйнуванні об'єктів, низькому рівні безбар'єрності та застарілості технічного оснащення майданчиків. Фінансові обмеження, суттєво стримують можливості розвитку і маркетингу подій. Організаційні труднощі, зокрема фрагментація управління та недостатня маркетингова активність, ускладнюють координацію та популяризацію заходів. Соціально-економічні фактори – еміграція та зниження купівельної спроможності – разом з екологічними проблемами доповнюють загальну картину труднощів.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

На основі результатів дослідження другого розділу були сформульовані такі висновки та узагальнення:

1. Проведено комплексний аналіз сучасного стану та потенціалу розвитку подієвого туризму в Україні. Розглянуто ретроспективу розвитку сегмента, оцінено інфраструктурне забезпечення, а також ідентифіковано ключові проблеми галузі. Доведено, що до 2022 року подієвий туризм демонстрував стабільне зростання та значний економічний внесок. Втім, повномасштабне вторгнення спричинило різке скорочення активності, особливо в прифронтових регіонах. Починаючи з 2024 року, у західних областях спостерігається поступове відновлення галузі завдяки адаптації та локальним заходам.

2. Проаналізована інфраструктура, яка має яскраво виражену регіональну нерівність: західні регіони володіють розвиненими транспортною та готельною базою, а також кращою безбар'єрністю, натомість прифронтові території стикаються з масштабними руйнуваннями та обмеженим доступом для осіб з інвалідністю. Загальними проблемами залишаються технологічна застарілість та енергетична нестабільність, хоча помітні позитивні зрушення в цифровізації.

3. Головними труднощами для розвитку подієвого туризму є безпекові ризики, пов'язані з воєнним станом, фінансові обмеження через недостатнє бюджетне фінансування та високу залежність від приватних спонсорів. Також проблемою є низький рівень маркетингової активності, роздробленість управлінських процесів, соціально-економічні фактори – еміграція та зниження купівельної спроможності, а також екологічні проблеми.

Прогноз на 2025 рік передбачає подальше поступове відновлення економічного впливу подієвого туризму, з провідною роллю Львівської та Закарпатської областей. Адаптація галузі відбувається через впровадження гібридних форматів заходів, активну цифровізацію та орієнтацію на благодійність.

РОЗДІЛ 3

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ АКТИВІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Визначення пріоритетних напрямів та розробка стратегічних орієнтирів для розвитку подієвого туризму в Україні

Розвиток подієвого туризму в Україні в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення вимагає чітких пріоритетів, які враховують сучасні виклики та внутрішній потенціал галузі. Для формування стратегічних орієнтирів застосовано SWOT-аналіз – метод, що дозволяє систематизувати сильні та слабкі сторони сектора, а також оцінити можливості й загрози, які виникають у сучасних умовах[14].

Матриця SWOT-аналізу представлена у таблиці 3.1.

За результатами розрахунку зважених оцінок, сукупна сила сильних сторін галузі (2,04) перевищує вплив слабких сторін (-1,74), що свідчить про наявність значного внутрішнього потенціалу. Основними чинниками цього є багата культурна спадщина, добре розвинена інфраструктура західних регіонів та високий рівень цифровізації, які забезпечують певний рівень стійкості сектора перед викликами сьогодення.

Водночас, зовнішнє середовище подієвого туризму характеризується переважанням загроз над можливостями. Загальна зважена оцінка загроз (-1,89) є більшою за оцінку можливостей (1,74), що свідчить про домінуючий негативний вплив зовнішніх чинників. До ключових загроз належать ризики безпеки, пов'язані з воєнним станом, а також зниження попиту через масштабну еміграцію населення та зниження купівельної спроможності.

Таким чином, незважаючи на внутрішні переваги та адаптаційні можливості, розвиток подієвого туризму в Україні перебуває під значним тиском зовнішніх негативних факторів.

Таблиця 3.1 – Матриця SWOT-аналізу сектору подієвого туризму

Сильні сторони (S)	Вага	Оцінка	Зважена оцінка	Слабкі сторони (W)	Вага	Оцінка	Зважена оцінка
Багата культурна спадщина	0,12	5	0,6	Регіональна нерівність	0,12	-4	-0,48
Розвинена інфраструктура західних регіонів	0,1	4	0,4	Низька безбар'єрність	0,09	-3	-0,27
Диджиталізація	0,1	4	0,4	Залежність від приватного фінансування	0,12	-4	-0,48
Адаптація до воєнного стану	0,08	3	0,24	Слабка маркетингова активність	0,09	-3	-0,27
Високий рівень залучення місцевих громад	0,1	4	0,4	Недостатня кваліфікація персоналу	0,08	-3	-0,24
Разом	0,5	20	2,04	Разом	0,5	-17	-1,74
Можливості (O)	Вага	Оцінка	Зважена оцінка	Загрози (T)	Вага	Оцінка	Зважена оцінка
Зростання внутрішнього туризму через обмеження міжнародних поїздок	0,12	4	0,48	Ризики безпеки через воєнний стан	0,14	-5	-0,7
Міжнародні гранти (UNESCO, підтримка Польщі, Угорщини)	0,09	3	0,27	Падіння попиту через еміграцію та зниження купівельної спроможності	0,11	-4	-0,44
Розвиток онлайн-форматів і VR/AR-технологій	0,12	4	0,48	Енергетична нестабільність	0,08	-3	-0,24
Повоєнне відновлення для модернізації інфраструктури	0,09	3	0,27	Екологічні проблеми	0,08	-3	-0,24
Інтеграція з європейськими туристичними маршрутами	0,08	3	0,24	Конкуренція з сусідніми країнами	0,09	-3	-0,27
Разом	0,5	17	1,74	Разом	0,5	-18	-1,89

Примітка: Ваги розподілено на основі значущості факторів для подієвого туризму, визначеної експертним шляхом

Джерело: сформовано автором на основі [34]

Ефективна стратегія подальшого функціонування та відновлення галузі має бути спрямована на максимальне використання внутрішнього потенціалу та зовнішніх можливостей для мінімізації впливу загроз.

Для визначення пріоритетних стратегічних напрямків розвитку сформуємо матрицю кореляційного SWOT-аналізу (Додаток А) [34].

Візуалізація пріоритетності стратегічних напрямків наведена на рис. 3.1.

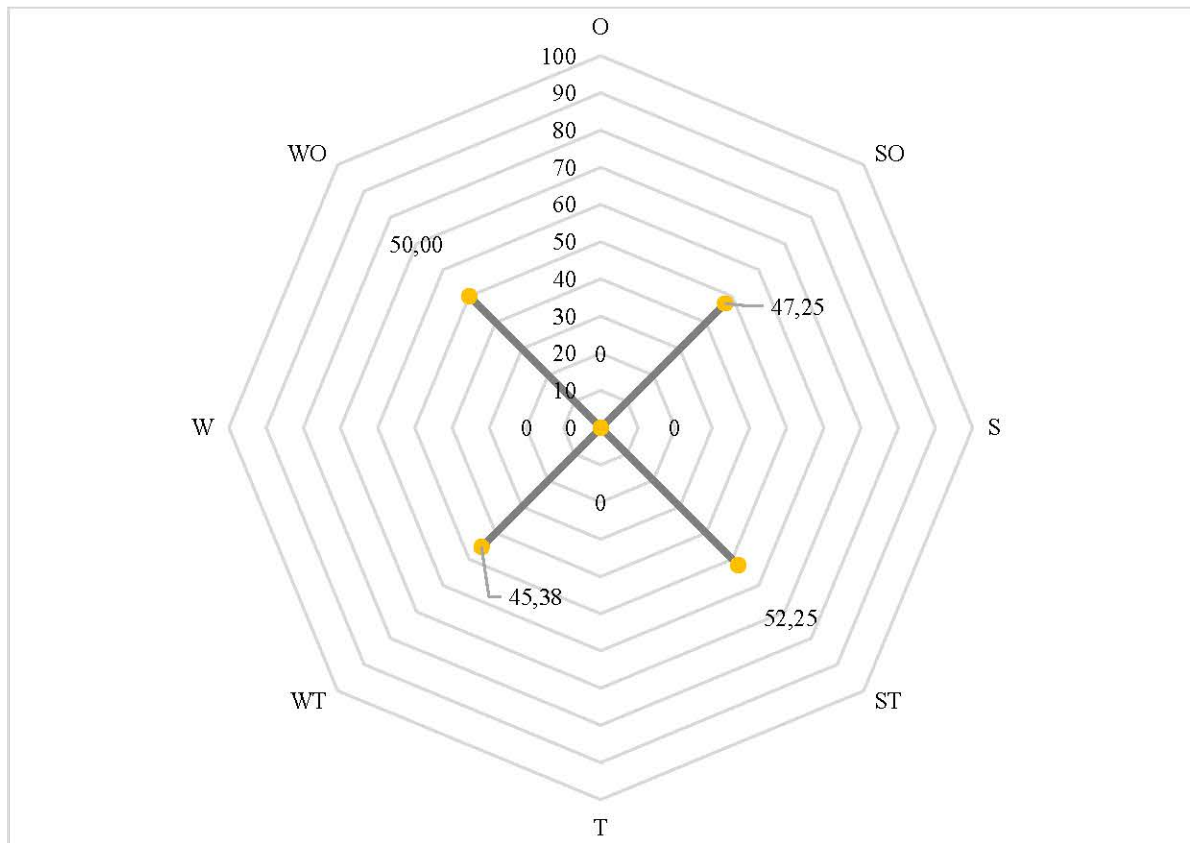


Рисунок 3.1 – SWOT-графік (візуалізація пріоритетності стратегічних напрямків)

Джерело: сформовано автором

Матриця стратегічних альтернатив TOWS для сектору подієвого туризму представлена в табл. 3.2.

За результатами аналізу найвищий пріоритет має стратегія ST (52,25%), яка передбачає використання сильних сторін, таких як культурна спадщина та адаптивність, для нейтралізації зовнішніх загроз – передусім, безпекових ризиків та еміграційних процесів.

Таблиця 3.2 – Матриця стратегічних альтернатив TOWS для сектору подієвого туризму

	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Можливості (O)	<p>Стратегія SO – «Максі-Максі» – середній пріоритет</p> <p>Використання культурної спадщини та диджиталізації для промоції подій через VR/AR-технології та інтеграції з європейськими маршрутами. Наприклад, трансляція «Гуцульської бринзи» онлайн для залучення 10 000 відвідувачів і включення фестивалів до Карпатських маршрутів.</p> <p>Створення інтерактивних онлайн-платформ для подій, як-от віртуальний тур «Маланка-Фест» із 3D-елементами, що може залучити 15 000 іноземних відвідувачів.</p> <p>Розробка спільних туристичних пакетів із Польщею та Угорщиною (наприклад, «Карпатський фестивальний маршрут»), що охоплюють 5 подій і залучають 20000 туристів щороку.</p>	<p>Стратегія WO – «Міні-Максі» – високий пріоритет</p> <p>Залучення міжнародних грантів (UNESCO, Польща) для модернізації інфраструктури в прифронтових регіонах (40% зруйновано) та підвищення кваліфікації персоналу (лише 30% із профільною освітою). Наприклад, грант на 5 млн грн для реконструкції локацій у Херсонській області.</p> <p>Впровадження програм обміну досвідом із європейськими організаторами подій (наприклад, стажування у Польщі для 100 українських менеджерів подій).</p> <p>Використання повоєнного відновлення для створення безбар'єрних локацій у 50% регіональних майданчиків до 2026 року, залучаючи гранти на 10 млн грн.</p>
Загрози (T)	<p>Стратегія ST – «Максі-Міні» – найвищий пріоритет</p> <p>Посилення безпеки через адаптацію до воєнного стану (90% локацій із укриттями) та залучення місцевих громад для створення унікальних подій, які конкурують із Польщею. Наприклад, стандартизація укриттів на всіх заходах для подолання психологічного бар'єру (60% уникають подій).</p> <p>Впровадження системи швидкого оповіщення про загрози на всіх подіях через мобільні додатки, що охопить 80% відвідувачів.</p> <p>Організація локальних подій у форматі «малих фестивалів» (до 500 осіб) у співпраці з громадами, що знизить ризики безпеки та конкуруватиме з пропозиціями Угорщини.</p>	<p>Стратегія WT – «Міні-Міні» – нижчий пріоритет</p> <p>Диверсифікація фінансування через державні програми та впровадження «зелених» практик для зменшення залежності від спонсорів (60% подій) і екологічного впливу (зростання відходів на 20%). Наприклад, субсидії для «Країни мрій» та сортування відходів на фестивалях.</p> <p>Створення національного фонду підтримки подій (фінансування 30% заходів із держбюджету), що зменшить залежність від спонсорів на 20%.</p> <p>Впровадження еко-квитків (додаткова плата 10 грн за квиток на утилізацію відходів), що може скоротити екологічний вплив на 15%.</p>

Джерело: сформовано автором

Високий пріоритет має також стратегія WO (50,00%), орієнтована на подолання внутрішніх слабкостей, зокрема регіональної нерівності та обмеженого фінансування, шляхом використання можливостей – міжнародної підтримки, грантових програм та ресурсів повоєнного відновлення.

Стратегія SO (47,25%) займає середній пріоритет. Вона передбачає максимізацію потенціалу диджиталізації та наявної інфраструктури в умовах зростання внутрішнього туризму та поширення онлайн-форматів.

Найнижчий пріоритет має стратегія WT (45,38%), яка передбачає зменшення впливу слабких сторін і загроз, таких як екологічні виклики та конкуренція з іншими країнами.

Побудована матриця TOWS демонструє комплексний підхід до стратегічного планування. Стратегії SO («Максі-Максі») охоплюють такі ініціативи, як активна цифрова промоція культурної спадщини, онлайн-трансляції фестивалів (наприклад, «Гуцульська бринза» із залученням 10000 глядачів), створення 3D-турів (віртуальний «Маланка-Фест» для 15000 іноземних глядачів) та формування спільних туристичних пакетів з європейськими країнами. Такі дії сприятимуть зростанню внутрішнього туризму й міжнародної присутності.

Отже, ключовими стратегічними орієнтирами для розвитку подієвого туризму в Україні в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення є: посилення рівня безпеки через створення безпечних локацій і систем оповіщення; активне залучення міжнародної підтримки та ресурсів повоєнного відновлення для модернізації інфраструктури та подолання регіональної нерівності; максимальне використання диджиталізації для розширення аудиторії та просування культурної спадщини через онлайн-формати та інтерактивні технології; а також диверсифікація джерел фінансування та впровадження екологічних практик для забезпечення довгострокової стійкості галузі. Ці напрямки, що випливають з комплексного SWOT-аналізу, формують основу для не лише відновлення, а й прогресивного розвитку подієвого туризму.

3.2. Адаптація зарубіжного досвіду у вдосконаленні ключових механізмів розвитку подієвого туризму в Україні

Розвиток подієвого туризму в Україні має значний потенціал, однак стикається з серйозними викликами, зумовленими воєнним станом та потребою повоєнної відбудови. У цьому контексті важливим є врахування зарубіжного досвіду, зокрема країн Західної Європи, де подієвий туризм активно інтегрований у соціально-економічне життя. Особливо показовим є приклад Німеччини – держави з добре розвиненим сектором подієвого туризму, який відіграє значну роль не лише в культурному, але й у фінансовому аспекті.

Ключові аспекти досвіду Німеччини у розвитку подієвого туризму та їхня релевантність для України представлені в табл. 3.3.

Таблиця 3.3 – Ключові аспекти досвіду Німеччини у розвитку подієвого туризму та їхня релевантність для України

Аспект досвіду Німеччини	Характеристика
Державна підтримка та фінансування	Активне фінансування та субсидування подієвого туризму на федеральному та земельному рівнях, включаючи гранти для культурних та спортивних подій.
Розбудова та модернізація інфраструктури	Інвестиції у сучасні концертні зали, виставкові центри, спортивні об'єкти, що дозволяють приймати події різного масштабу.
Ефективні маркетингові та промоційні стратегії	Використання інтегрованих маркетингових кампаній, що включають цифрові канали, співпрацю з медіа, створення бренду регіону/міста через події.
Розвиток різних форматів подій	Широкий спектр подій: від великих міжнародних фестивалів до камерних локальних заходів, що задовольняють різноманітні інтереси.
Інтеграція з місцевими громадами	Високий рівень залучення місцевого населення до організації та проведення подій, що сприяє їх сталому розвитку та автентичності.
Адаптація до викликів (на прикладі COVID-19)	Розробка гнучких моделей функціонування, включаючи онлайн-формати, гібридні заходи, впровадження безпекових протоколів.
Якість послуг та професіоналізм персоналу	Високі стандарти обслуговування, постійне навчання та підвищення кваліфікації персоналу.
«Зелені» та сталі практики	Акцент на екологічну відповідальність подій, мінімізація відходів, використання відновлюваних джерел енергії.

Джерело: сформовано автором на основі [32].

Особливо цінною для України є модель державного фінансування, яка в Німеччині охоплює систему грантів і субсидій на різних рівнях. Такий підхід може стати основою для створення національних та регіональних фондів підтримки подієвого туризму, що сприятиме залученню ресурсів для відбудови інфраструктури та організації подій, зокрема в умовах обмежених інвестицій. Важливе значення має також інфраструктурний аспект. Інвестиції у модернізацію об'єктів з урахуванням принципів безбар'єрності, поєднані з інноваційними маркетинговими кампаніями, сприятимуть привабленню туристів. Використання цифрових каналів, брендинг територій через події та гнучкість форматів заходів – від масштабних до локальних – дозволяють охопити широку аудиторію й знизити ризики в умовах безпекових загроз. Окрему увагу варто приділити інтеграції з місцевими громадами, розвитку професійних кадрів та впровадженню екологічних практик. Адаптація німецького досвіду може стати запорукою відновлення українського подієвого туризму [32].

Основні напрямки розвитку подієвого туризму в країнах Західної Європи наведені на рис. 3.2.



Рисунок 3.2 – Основні напрямки розвитку подієвого туризму в країнах Західної Європи

Джерело: сформовано автором на основі [42]

Зокрема, значна увага приділяється безбар'єрності туристичної інфраструктури [16], що є критично важливим для України, де Національна стратегія із створення безбар'єрного простору до 2030 року вже визначила цей напрямок пріоритетним [21]. Екологічна відповідальність та сталість також мають важливе значення в організації подій, що відображає глобальні тенденції та вимоги до туристичної індустрії [47].

Механізми державного регулювання та підтримки є фундаментом для сталого розвитку подієвого туризму. Зарубіжний досвід свідчить про важливість цільових програм, грантів та податкових стимулів [32]. В Україні вже існує законодавча база (Закон України «Про туризм»; Національна стратегія безбар'єрності) та інституції (Державне агентство розвитку туризму, Міністерство культури), які можуть стати опорою для такої підтримки (табл. 3.4).

Таблиця 3.4 – Моделі державної підтримки подієвого туризму: зарубіжний досвід та перспективи адаптації в Україні

Напрямок підтримки	Приклад (країна/регіон)	Можливості адаптації в Україні
Цільові гранти та субсидії	Німеччина (федеральні та земельні гранти для культурних подій), ЄС (культурні програми, гранти UNESCO).	Створення національного фонду підтримки подій (WT-стратегія), що фінансуватиме до 30% заходів з держбюджету, з можливістю залучення міжнародних грантів (WO-стратегія).
Податкові стимули	Ірландія (пільгові податкові ставки для організаторів культурних заходів).	Розгляд можливості надання податкових пільг для організаторів подієвих заходів, особливо у прифронтових та постраждалих регіонах.
Програми розвитку інфраструктури	Велика Британія (інвестиції у створення багатофункціональних виставкових центрів).	Використання програм повоєнного відновлення для модернізації та будівництва багатофункціональних, безпечних та безбар'єрних локацій (WO-стратегія). Залучення коштів на реконструкцію до 40% зруйнованих об'єктів.
Промоція та брендинг на державному рівні	Австралія (національні кампанії з просування країни як місця для проведення великих подій).	Розробка та реалізація національних та регіональних маркетингових програм для просування українського подієвого туризму (SO-стратегія), зокрема через Державний агентство розвитку туризму.
Співпраця з міжнародними організаціями	Країни ЄС (спільні проекти з ЄК, UNWTO).	Активна співпраця з UNESCO, UNWTO, урядами Польщі, Угорщини та інших країн для залучення фінансування та обміну досвідом.

Джерело: сформовано автором

Маркетингові та промоційні механізми відіграють ключову роль у привабленні аудиторії. Зарубіжні практики активно використовують цифрові технології, соціальні медіа, віртуальну та доповнену реальність (рис. 3.3).

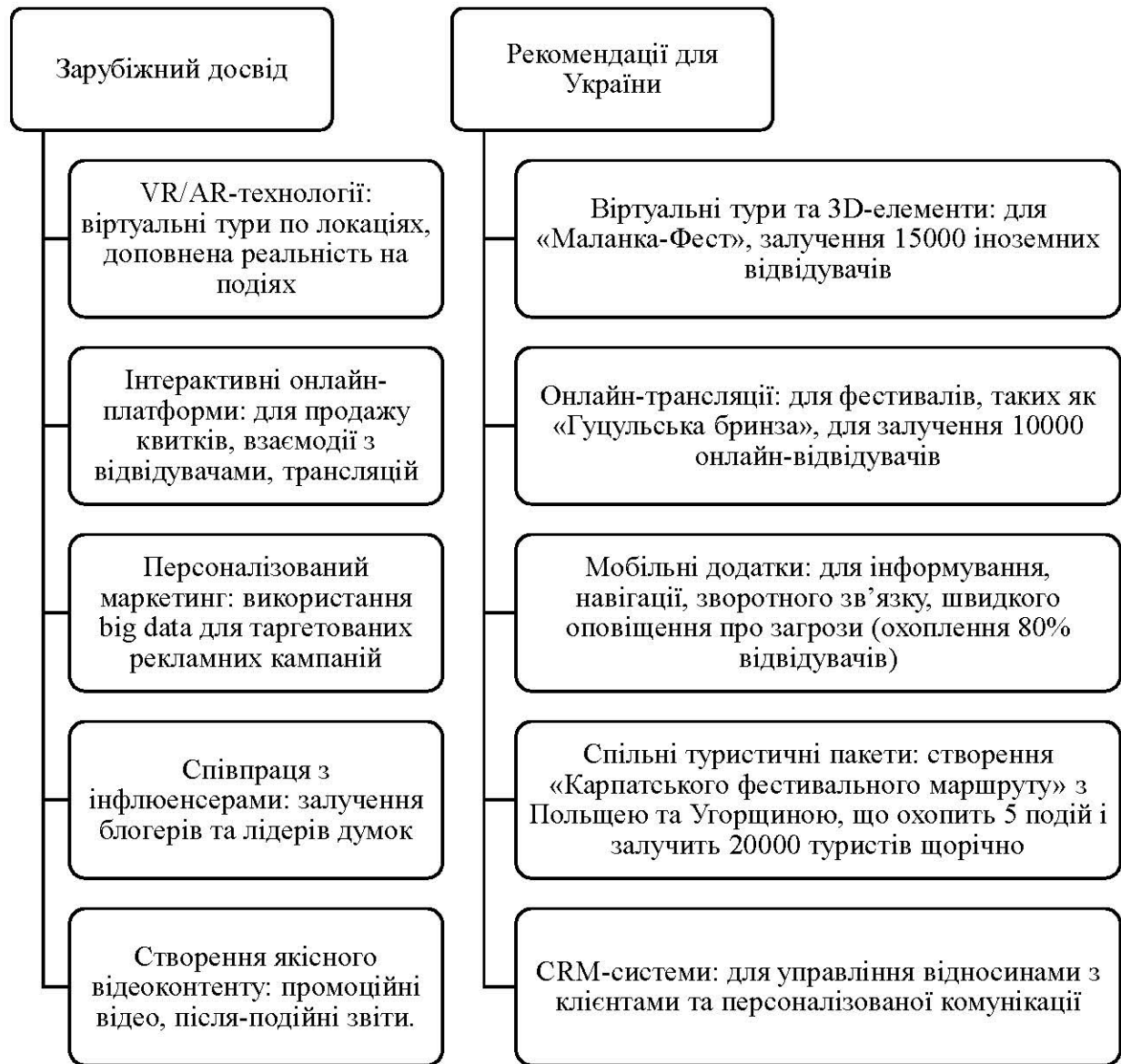


Рисунок 3.3 – Цифрові інструменти маркетингу подієвого туризму: зарубіжний досвід та рекомендації для України

Джерело: сформовано автором на основі [20; 32]

Механізми безпеки та стійкості є критично важливими в умовах воєнного стану. Зарубіжний досвід управління ризиками та адаптації до пандемічних викликів [46] може бути ефективно адаптований до українських реалій (табл. 3.5).

Таблиця 3.5 – Адаптація механізмів безпеки та управління ризиками для подієвого туризму в Україні

Механізм	Зарубіжний досвід	Адаптація в Україні
Протоколи безпеки та надзвичайних ситуацій	Розробка детальних планів дій для масових заходів, тренінги персоналу	Стандартизація укриттів на всіх заходах, забезпечення до 90% локацій укриттями для подолання психологічного бар'єру (60% населення уникає подій)
Системи оповіщення	Використання сучасних технологій для швидкого інформування відвідувачів про надзвичайні ситуації	Впровадження системи швидкого оповіщення через мобільні додатки, SMS, гучномовці, що охопить 80% відвідувачів
Управління потоками відвідувачів	Створення чітких маршрутів евакуації, контроль кількості відвідувачів	Організація локальних подій у форматі «малих фестивалів» (до 500 осіб) у співпраці з громадами для мінімізації ризиків та кращого контролю
Страховання та юридичний захист	Обов'язкове страхування відповідальності організаторів подій	Розробка механізмів страхування ризиків, пов'язаних з воєнним станом, для організаторів подій та відвідувачів
Співпраця з правоохоронними органами	Тісна взаємодія з поліцією та рятувальними службами під час планування та проведення подій	Посилення співпраці з ДСНС та місцевими адміністраціями для погодження та контролю заходів

Джерело: розроблено автором

Зарубіжний досвід [2; 16] показує, що інвестиції у інфраструктуру приваблюють аудиторію та підвищують соціальну відповідальність (табл. 3.6).

Таблиця 3.6 – Напрямки вдосконалення туристичної інфраструктури та безбар'єрності на основі зарубіжного досвіду

Напрямок	Зарубіжний досвід	Шляхи реалізації в Україні
Модернізація та будівництво об'єктів	Німеччина, Польща (інвестиції у сучасні виставкові та концертні комплекси з урахуванням інклюзивності)	Використання програм повоєнного відновлення та міжнародних грантів (до 10 млн грн) для будівництва та реконструкції універсальних безбар'єрних локацій (50% регіональних майданчиків до 2026 року)
Транспортна доступність	Розвинена мережа громадського транспорту, адаптована для людей з обмеженими можливостями	Забезпечення доступності транспорту до місць проведення подій, співпраця з Укрзалізницею та місцевими транспортними компаніями для створення інклюзивних маршрутів
Інформаційна безбар'єрність	Надання інформації про події у різних форматах (аудіо, шрифт Брайля, жестова мова) та через доступні цифрові платформи	Розробка спеціальних розділів на сайтах подій, мобільних додатків з функціями для людей з інвалідністю
Навчання персоналу	Підготовка персоналу до роботи з людьми з різними потребами	Включення питань інклюзивності та безбар'єрності до програм підвищення кваліфікації персоналу

Джерело: розроблено автором

На основі інтегрованого аналізу зарубіжного досвіду та власних стратегічних можливостей (розроблених у TOWS-матриці), можемо сформулювати такі рекомендації для вдосконалення ключових механізмів розвитку подієвого туризму в Україні (табл. 3.7).

Таблиця 3.7 – Рекомендації щодо вдосконалення ключових механізмів розвитку подієвого туризму в Україні

Стратегічний напрямок	Завдання / Рекомендація	Механізм адаптації та очікуваний результат
SO – «Максі-Максі» (Використання сильних сторін для можливостей)	1 Просування культурної спадщини через цифрові інструменти	Використання VR/AR-технологій для віртуальних турів та онлайн-трансляцій (наприклад, «Маланка-Фест» – 15000 іноземних відвідувачів, «Гуцульська бринза» – 10000 онлайн-відвідувачів)
	2 Інтеграція з європейськими туристичними маршрутами	Розробка спільних туристичних пакетів з Польщею та Угорщиною (наприклад, «Карпатський фестивальний маршрут»), що охопить 5 подій та залучить 20000 туристів щорічно
WO – «Міні-Максі» (Подолання слабких сторін через можливості)	1 Модернізація інфраструктури та підвищення кваліфікації персоналу	Залучення міжнародних грантів (UNESCO, Польща) на реконструкцію до 40% зруйнованих локацій у прифронтових регіонах та впровадження програм обміну досвідом (стажування 100 українських менеджерів у Польщі)
	2 Створення безбар'єрних локацій	Використання фінансування з повоєнного відновлення та грантів (до 10 млн грн) для створення безбар'єрних умов у 50% регіональних майданчиків до 2026 року
ST – «Максі-Міні» (Використання сильних сторін для загроз)	1 Забезпечення безпеки та психологічного комфорту	Стандартизація укриттів на всіх заходах (до 90% локацій з укриттями) та впровадження системи швидкого оповіщення через мобільні додатки (охоплення 80% відвідувачів)
	2 Зменшення конкурентного тиску та безпекових ризиків	Організація локальних «малих фестивалів» (до 500 осіб) у співпраці з громадами, що знижуватиме ризики безпеки та створюватиме унікальні пропозиції, здатні конкурувати з сусідніми країнами
WT – «Міні-Міні» (Мінімізація слабких сторін та загроз)	1 Диверсифікація джерел фінансування	Створення національного фонду підтримки подій (фінансування 30% заходів з держбюджету) та впровадження «зелених» практик для зменшення залежності від спонсорів (з 60%) та екологічного впливу (скорочення відходів на 15% через еко-квитки)
	2 Посилення екологічної відповідальності	Запровадження механізмів збору та сортування відходів на всіх подіях

Джерело: розроблено автором

Узагальнена модель адаптації зарубіжного досвіду для сталого розвитку подієвого туризму в Україні представлена на рис. 3.4.

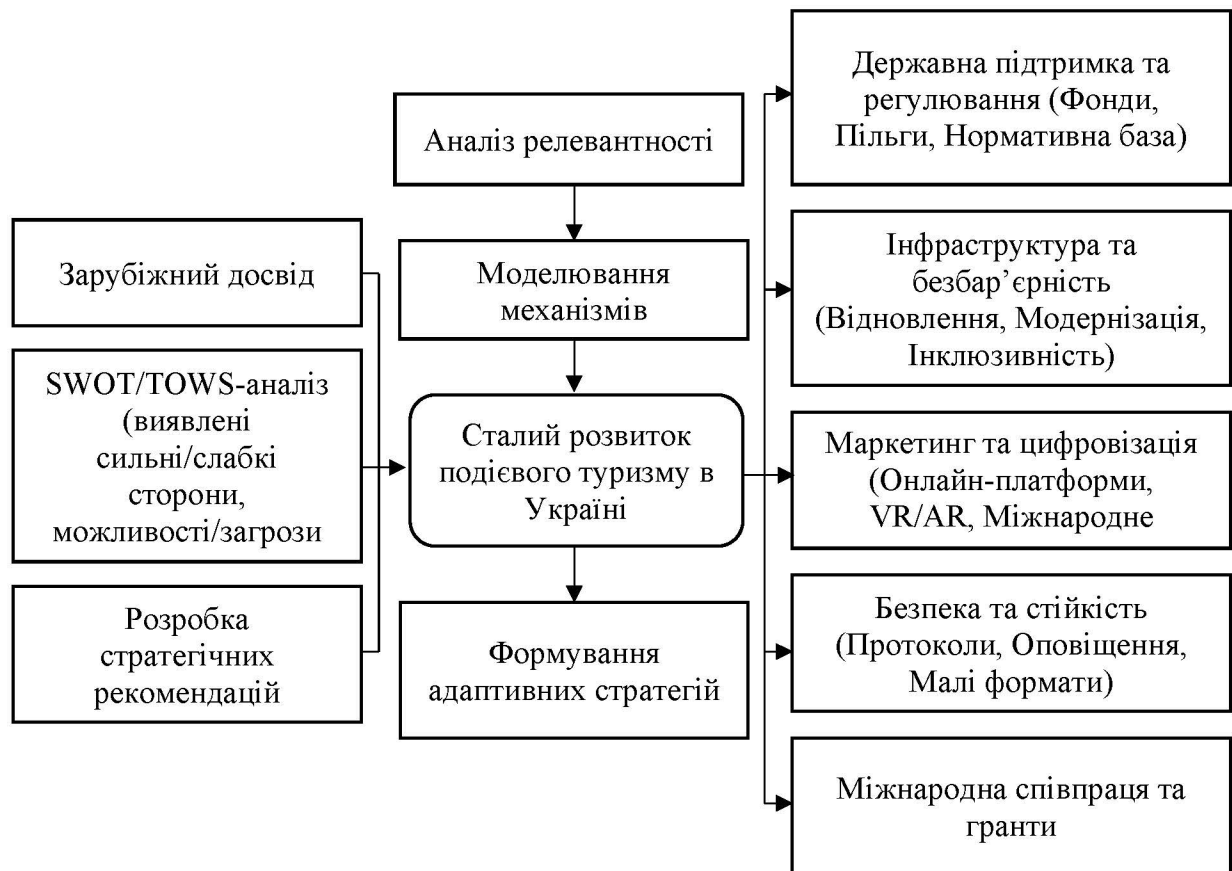


Рисунок 3.4 – Модель адаптації зарубіжного досвіду для сталого розвитку подієвого туризму в Україні

Джерело: розроблено автором

Запропонована модель адаптації зарубіжного досвіду є практичним інструментом для сталого розвитку подієвого туризму в Україні. Вона поєднує в собі врахування зовнішніх і внутрішніх чинників із формуванням стратегічних рішень, спрямованих на зміцнення галузі.

Отже, ефективність впровадження стратегій розвитку подієвого туризму в Україні залежить від узгоджених дій держави, місцевих громад, бізнесу та міжнародних партнерів. Запропонована модель адаптації зарубіжного досвіду є практичним інструментом для сталого розвитку подієвого туризму в Україні, що поєднує зовнішні та внутрішні чинників із формуванням стратегічних рішень, спрямованих на зміцнення галузі та її подальший прогресивний розвиток.

3.3. Обґрунтування перспективних ініціатив та інноваційних підходів до створення нових форматів подієвого туризму та залучення цільових аудиторій

Спираючись на результати аналізу внутрішніх та зовнішніх факторів функціонування подієвого туризму в Україні) та адаптації кращих зарубіжних практик, обґрунтуємо перспективні ініціативи та інноваційні підходи до створення нових форматів подієвого туризму.

Пропонується проведення фестивалю «Смаки Перемоги» – локального гастрономічного заходу, що розрахований на 500–700 осіб та який поєднає кулінарні традиції різних регіонів України, зокрема тих, що зазнали бойових дій і потребують відновлення, із сучасними інноваціями. Тематика «Смаки Перемоги» символізує стійкість українського народу, економічне відродження через підтримку локальних виробників і культурну спадщину, що має глибоке історичне коріння. Подія відображатиме тенденції гастрономічного туризму, які успішно розвиваються у світі, адаптовані до українських реалій 2025 року.

Місце проведення – містечко Славське, Львівська область – безпечний регіон із розвиненою туристичною інфраструктурою (готелі, укриття, транспортна доступність), що підтверджує дані діагностики інфраструктури.

Дата: 29–31 серпня 2025 року – період зрілого врожаю, що дозволяє використовувати свіжі локальні продукти, а також вихідні, зручні для сімей і внутрішніх туристів.

Вибір Славського зумовлений його стратегічним розташуванням (близькість до Львова, залізничне сполучення з Укрзалізницею) і наявністю укриттів (70% готелів обладнано, за даними Львівської ОВА, 2025). Це відповідає стратегії ST (TOWS-матриця) – мінімізація ризиків безпеки.

Подія орієнтована на різноманітні цільові групи, представлені в табл. 3.8.

Визначена сегментація цільових аудиторій для Фестивалю «Смаки Перемоги» демонструє комплексний підхід, спрямований на максимальне охоплення потенційних споживачів туристичних послуг.

Таблиця 3.8 – Цільова аудиторія Фестивалю «Смаки Перемоги»

Цільова аудиторія	Характеристика та потреби
Любителі гастрономічного туризму	Вік 25–50 років, зацікавлені в дегустаціях, кулінарних майстер-класах та унікальних смакових враженнях.
Сім'ї з дітьми	Потребують безпечних і доступних зон, наявність дитячих програм та розваг.
Молодь (18–35 років)	Приваблені сучасними трендами, VR-турами, фуд-інноваціями, соціальною взаємодією та можливістю ділитися контентом у соцмережах.
Внутрішні туристи	Мешканці західних і центральних регіонів, які шукають унікальний досвід, підтримку української культури та безпечний відпочинок.
Онлайн-аудиторія	Українська діаспора та іноземці, зацікавлені в гастрокультурі України, її відновленні та міжнародній співпраці.

Джерело: розроблено автором

Формат і програма фестивалю «Смаки Перемоги» представлені в табл. 3.9.

Таблиця 3.9 – Формат і програма фестивалю «Смаки Перемоги»

Розділ	Деталі
Офлайн-програма	
Максимальна кількість учасників	700 осіб (з урахуванням безпеки та інфраструктури)
Локація	Центральна площа Славського з укриттям (місцева школа, 300 м, місткістю 800 осіб)
Розклад	
День 1 (29 серпня)	10:00–11:00: Урочисте відкриття – привітання від місцевої влади, виступи фольклорного колективу з піснями про урожай. 11:00–14:00: Майстер-класи від шеф-кухарів (борщ із Донбасу, вареники з Полтавщини, банош із Карпат). 14:00–15:30: Обід із дегустацією страв (включено в квиток). 15:30–18:00: Фермерський ринок і конкурс «Краща страва Перемоги» (голосування відвідувачів).
День 2 (30 серпня)	10:00–12:00: VR-тур «Мандри смаків України» – віртуальні екскурсії на ферми Харківської та Херсонської областей. 12:00–15:00: Дитячий кулінарний майстер-клас (підготовка десертів із локальних ягід). 15:00–17:00: Лекція «Історія української кухні та гастродипломатія» (з аудіоописом). 17:00–19:00: Концерт із сучасною інтерпретацією народної музики.
День 3 (31 серпня)	10:00–13:00: Фуд-батл між шеф-кухарями (онлайн-голосування). 13:00–15:00: Закриття – нагородження переможців, дегустація фірмових страв.
Інноваційний елемент	VR-тур «Мандри смаків України» – відвідувачі через QR-коди на смартфонах можуть «відвідати» віртуальні ферми, дізнатися про відновлення регіонів і купити продукцію онлайн
Онлайн-програма	
Прямі трансляції	Майстер-класи, конкурс страв і концерт на YouTube та Instagram
Онлайн-магазин	Продаж фермерських продуктів (сири, мед) із доставкою через сервіси типу Nova Poshta
Віртуальний фуд-батл	Онлайн-голосування за найкращу страву серед шеф-кухарів із різних регіонів (інтерактивність для залучення діаспори).

Джерело: розроблено автором

Фестиваль «Смаки Перемоги» інтегрує інноваційні підходи до подієвого туризму, поєднує технології доповненої та віртуальної реальності з елементами гастродиplomатії [1].

Особливий акцент зроблено на підтримці фермерів із постраждалих регіонів: 50% доходу з продажу продукції спрямовується на відновлення господарств. Для забезпечення інклюзивності передбачено доступну інфраструктуру – пандуси, аудіоописи, локації для дитячої активності, що відповідає принципам безбар'єрного простору. З огляду на воєнний стан, пріоритетом є безпека: передбачено укриття поруч із локацією (місткість 800 осіб), систему SMS-оповіщення (охоплення 80%) та взаємодію з ДСНС. Екологічна складова охоплює використання екоупаковки та сортування сміття з метою зменшення відходів на 15%, що відповідає світовим практикам сталого туризму [2].

Організація заходу здійснюється в межах партнерства між Львівською ОВА, ГО «Гастротуризм України» та громадою Славського, що забезпечує ефективну координацію ресурсів.

Комунікаційна стратегія базується на цифрових каналах: таргетована реклама в Instagram і TikTok (бюджет 50000 грн), співпраця з інфлюенсерами (аудиторія 20000+) та офіційний сайт фестивалю з розкладом, інформацією про безпеку та онлайн-магазином продукції [3].

У табл. 3.10 представлено орієнтовний бюджет фестивалю, розрахований на основі даних про подібні заходи.

Таблиця 3.10 – Орієнтовний бюджет фестивалю «Смаки Перемоги»

Стаття витрат	Сума (грн)	Відсоток	Примітка
Оренда локації та обладнання	100000	20%	Площа, сцена, укриття
Організація майстер-класів	150000	30%	Шеф-кухарі, інгредієнти
VR/AR-технології	80000	16%	Розробка туру, обладнання
Промоція (реклама, блогери)	50000	10%	Соціальні мережі, сайт
Безпека (ДСНС, оповіщення)	40000	8%	Координація, укриття
Еко-пакування та утилізація	30000	6%	Екологічні матеріали, сортування
Резервний фонд	50000	10%	Непередбачені витрати
Разом	500000	100%	

Джерело: розроблено автором

Ефективне фінансове забезпечення Фестивалю «Смаки Перемоги» є критично важливим для його сталої реалізації та відповідності стратегічним завданням (табл. 3.11).

Таблиця 3.11 – Джерела фінансування фестивалю «Смаки Перемоги»

Джерело	Сума (грн)	Відсоток	Обґрунтування
Грант від UNESCO	200000	40%	Підтримка гастрокультури та відновлення
Місцевий бюджет (Львів ОВА)	150000	30%	Розвиток туризму в регіоні
Продаж квитків (700 по 100 грн)	70000	14%	Дохід від відвідувачів
Спонсорство (локальні фірми)	50000	10%	Підтримка фермерів і ресторанів
Онлайн-продаж продуктів	30000	6%	Додатковий дохід від e-commerce
Разом	500000	100%	

Джерело: розроблено автором

Фінансування Фестивалю «Смаки Перемоги» вирізняється диверсифікацією джерел, що свідчить про продуманий підхід до залучення ресурсів. Основну частку (40%) становить грант від UNESCO, що не лише підтверджує міжнародне визнання ідеї фестивалю, а й відповідає стратегії WO у межах TOWS-матриці. Цей підхід узгоджується із зарубіжним досвідом, зокрема Німеччини, де міжнародна та державна підтримка відіграють провідну роль у розвитку подієвого туризму.

Внесок місцевого бюджету (30%), зокрема підтримка Львівської ОВА, підкреслює зацікавленість регіональної влади в соціально-економічному ефекті заходу. Решта бюджету формується за рахунок продажу квитків (14%), спонсорської допомоги (10%) та онлайн-продажів фермерської продукції (6%). Таке поєднання джерел мінімізує фінансові ризики й сприяє стабільності проекту.

Очікується, що захід охопить близько 700 відвідувачів офлайн і до 7000 – в онлайн-форматі, включаючи українську діаспору. Прогнозований дохід становитиме 150000 грн, з яких половина буде спрямована на підтримку фермерів із постраждалих регіонів. Соціальний ефект охоплює підтримку 20

локальних виробників і просування української гастрономічної культури. Екологічна складова – зменшення відходів на 15% завдяки використанню екоупаковки.

Отже, фестиваль реалізує ключові запропоновані стратегії, зокрема просування гастроспадщини України через сучасні цифрові рішення – VR-тури, трансляції, онлайн-продажі – що сприяє розвитку внутрішнього та міжнародного туризму. Безпечний формат з укриттями й обмеженою кількістю учасників враховує реалії воєнного часу, а підтримка локальних виробників підвищує довіру та адаптаційний потенціал громади. Інклюзивні практики, підтримка міжнародних донорів і екологічні стандарти забезпечують відповідність фестивалю сучасним викликам.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

На основі результатів дослідження третього розділу були сформульовані такі висновки та узагальнення:

1. Проведено детальний аналіз стратегічних напрямів розвитку подієвого туризму в Україні в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення, із застосуванням SWOT- і TOWS-аналізів, а також врахуванням кращих світових практик. Цей аналіз дозволив сформулювати кілька важливих висновків. Результати SWOT-аналізу продумували, що подієвий туризм має значний внутрішній потенціал завдяки багатій культурній спадщині, розвиненій інфраструктурі в західних регіонах та активній диджиталізації. Водночас, зовнішні виклики, такі як питання безпеки та зниження попиту через еміграцію, суттєво ускладнюють розвиток, що вимагає гнучких та адаптивних підходів. За допомогою кореляційної SWOT-матриці визначено, що пріоритетною є стратегія ST, яка на 52,25% поєднує сильні сторони сектору з метою протидії загрозам. Важливою також є стратегія WO (50%), що допомагає подолати слабкі місця, використовуючи зовнішні можливості, тоді як стратегії SO та WT мають середній і нижчий пріоритети відповідно. На основі TOWS-матриці

запропоновано комплекс заходів для розвитку галузі.

2. Проаналізовано досвіду Німеччини та інших європейських країн підкреслив роль державної підтримки, оновлення інфраструктури, цифрового маркетингу, інклюзивності та екологічної відповідальності. Важливими рекомендаціями є створення безбар'єрних туристичних локацій у половині регіонів до 2026 року, впровадження систем оповіщення, що охоплюватимуть 80% відвідувачів, а також активне залучення грантів для відновлення.

3. Розроблено план заходу – Фестиваль «Смаки Перемоги», запланований на 29–31 серпня 2025 року у Славському, втілює ці стратегії на практиці. Поєднуючи гастрономічну спадщину з інноваційними підходами – VR-турами та онлайн-трансляціями – захід орієнтований на 700 офлайн-учасників і 7000 онлайн-відвідувачів. Загальний бюджет фестивалю складає 500000 грн, з яких 40% фінансується грантом UNESCO. Півтора мільйона доходів спрямовується на підтримку фермерів, а заходи зі зменшення відходів дозволять скоротити їх на 15%, що допоможе забезпечити сталий розвиток і сприятиме економічному відродженню регіону.

ВИСНОВКИ

Результати проведених досліджень дозволяють сформулювати наступні висновки.

1. Подієвий туризм визначено як динамічний сегмент туристичної індустрії, що характеризується прагненням до унікальних емоційних вражень, соціальної взаємодії, культурно-пізнавальною спрямованістю, унікальністю, часовою та просторовою обмеженістю. Аналіз світового досвіду підтверджує його потенціал як драйвера економічного зростання, соціокультурного розвитку та промоції дестинацій, що залежить від ретельного планування, ефективного використання ресурсів, маркетингової стратегії та інфраструктури.

2. Проведена систематизація видів подій за критеріями масштабу, змісту, цілей і цільової аудиторії (за Д. Гетцом) виявила багатогранність подієвого туризму та його адаптивність до ринкових потреб, охоплюючи локальні свята й глобальні мега-події. Події є потужними детермінантами туристичної активності, залучаючи різноманітні аудиторії, генеруючи короткострокові потоки, формуючи позитивний імідж дестинації та інтегруючи культурні ресурси, що є ключовим для розробки стратегій сталого розвитку.

3. Розглянуті ключові фактори подієвого туризму, які охоплюють соціально-економічний та екологічний вплив, сприяючи зростанню туристичних потоків, створенню робочих місць, згуртованості громад, але потребуючи управління потенційними негативними наслідками. Туристи отримують унікальний досвід і культурне збагачення, а дестинації – економічний розвиток, просування та модернізацію інфраструктури. В Україні, попри значний потенціал, розвиток гальмується безпековими викликами, обмеженою інфраструктурою та якістю послуг, але цифрова трансформація та сталі практики відкривають перспективи.

4. Проведено ретроспективний аналіз подієвого туризму в Україні засвідчує його становлення з 1990-х на основі етнографічних традицій, зростання у 2010-х (Євро-2012, Atlas Weekend, Leopold Jazz Fest) та кризовий спад у 2020–2023 роках через пандемію та війну. Західні регіони (Львівська, Закарпатська

області) демонструють відновлення у 2025 році завдяки внутрішньому туризму та диджиталізації, тоді як східні та південні регіони обмежені бойовими діями, інфраструктурними руйнуваннями й безпековими ризиками.

5. Охарактеризована діагностика інфраструктури у 2024–2025 роках, була виявлена регіональна нерівність: західні та центральні області мають кращу транспортну доступність, готельну базу з укриттями та безбар'єрність, тоді як прифронтові регіони стикаються з пошкодженою інфраструктурою, низькою доступністю та енергетичною нестабільністю. Воєнний стан, інфраструктурні обмеження, фінансові бар'єри, організаційна фрагментація та соціально-економічні фактори (еміграція, зниження купівельної спроможності) ускладнюють розвиток галузі.

6. SWOT-аналіз подієвого туризму в Україні виявив сильні сторони (культурна спадщина, диджиталізація, інфраструктура західних регіонів) та загрози (безпекові ризики, падіння попиту). Стратегії TOWS пропонують просування через цифрові технології, залучення грантів для інфраструктури, організацію малих безпечних подій, диверсифікацію фінансування та впровадження «зелених» практик. Зарубіжний досвід (Німеччина) підкреслює важливість державної підтримки, безбар'єрної інфраструктури, маркетингу, диверсифікації подій, інтеграції з громадами, адаптації до криз, якісного персоналу та екологічних практик.

7. Запропоновано інноваційний формат – Фестиваль «Смаки Перемоги» у Славському (Львівська область), що інтегрує кулінарні традиції, сучасні технології (AR/VR), інклюзивність, безпеку та екологічність. Фестиваль базується на багатосторонньому партнерстві, цифровій промоції та диверсифікованому фінансуванні (гранти, бюджет, квитки, спонсорство), сприяючи економічній активності, підтримці локальних виробників, популяризації гастрокультури та позитивному іміджу України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безуглий В. В., Грушка В. В., Суматохіна І. М. Специфіка функціонування туристичної галузі України в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск 63. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-5>.
2. Богатирьова, Г. А., Березівська, О. Й. Відновлення туристичної інфраструктури після кризи: виклики та перспективи розвитку туризму в Україні. *Академічні візії*. 2024. Вип. 38. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14557723>.
3. Бойко З. В., Горожанкіна Н. А., Грушка В. В. Тенденції розвитку туризму в Україні в умовах воєнного часу. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-7>.
4. Вдовіна О. О. Подієвий туризм як складова комунікації. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації*: матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 14-15 квітня 2022 р., Київ: КНУКІМ, 2022. С. 88-90. URL: https://drive.google.com/file/d/1iK6Z_7UOc132E62X47iMBNFFwJf-gnE7/view.
5. Вовк К. М. Подієва екскурсія як інноваційний туристичний продукт: методики оцінювання, міжнародні стандарти та практичне впровадження. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2025. Том 1. №90. С. 175–192. DOI 10.31375/2226-1915-2025-1-175-192.
6. Вовк К. М. Теоретична сутність поняття «подієвий туризм» та прикладні аспекти його використання. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 3 (19). С. 184–193. DOI: 10.25140/2411-5215-2019-3(19)-184-193.
7. Громадська організація ЛУН Місто. URL: <https://lun.ua/misto>.
8. Державна прикордонна служба України: офіційний сайт. URL: <https://dpsu.gov.ua>.
9. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
10. Державне агентство відновлення та розвитку інфраструктури України. Офіційний вебсайт. URL: <https://restoration.gov.ua/>.
11. Державне агентство розвитку туризму України. URL :

<https://www.tourism.gov.ua/>.

12. Дяченко Р., Кононенко Л. Івент-туризм : основні переваги і перспективи промоції. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2024. Випуск 49. С. 610-616. DOI: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi49.921>

13. International tourism highlights, 2020–2024. World Tourism Organization (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org>.

14. Малюта Л. Я., Шерстюк Р. П., Островська Г. Й. Event-менеджмент в індустрії туризму. *Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки*. 2021. Вип. 6 (39). С. 220–230. DOI: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2021.6\(39\).220-230](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2021.6(39).220-230).

15. Міністерство культури та стратегічних комунікацій України. URL: <https://mcs.gov.ua/>.

16. Омельчак, Г. В. Туристична безбар'єрна інфраструктура України: стан, проблеми та перспективи розвитку. *Innovations and technologies in the service sphere and food industry*. 2024. № 3 (13). С. 70–75. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(13\).2024.11](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(13).2024.11).

17. Офіційний веб-сайт Закарпатської обласної військової адміністрації. URL: <https://carpathia.gov.ua/>.

18. Папш В., Бошота Н. Роль подієвого туризму у регіональному розвитку країни. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. Vol. 3, No.4, 2024, pp. 109-117. DOI: 10.46299/j.isjmef.20240304.10.

19. Писарева І. В., Радіонова О. М., Приходько М. Д. Розвиток подієвого туризму та його вплив на просування території. *Економічний простір*. 2020. №161. С. 104–109. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/161-19>.

20. Попко О. В., Сліпецький О. Є. Маркетингове дослідження стану та перспектив розвитку подієвого туризму в Україні. *Вісник НУВГП. Серія «Економічні науки»*. 2023. Випуск 3(103). с. 204 – 211. DOI:10.31713/ve3202319.

21. Про схвалення Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року. Закон України від 14.04.2021 № 366-р. Дата оновлення 25.03.2025. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/366-2021-%D1%80#Text>.

22. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 325/95 ВР. Дата оновлення 15.11.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
23. Радіонова О. М., Влащенко Н. М. Визначення сутності заходу в контексті розвитку івент-туризму. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск 67. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-99>
24. Рябев А. А., Шиян Д. В. Інфраструктурне забезпечення туризму на прикладі подієвого туризму в Україні. *Бізнес Інформ*. 2021. № 12. С. 171-176. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-12-171-176>.
25. Тараненко А. П. Івентивний туризм як сучасна складова розвитку туристичної діяльності та його класифікація. *Агросвіт*. 2020. № 12. С. 149-154. DOI: [10.32702/2306-6792.2020.11.149](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2020.11.149).
26. Терещенко Ю. О. Розвиток індустрії розваг в Україні та світі в контексті глобальних викликів. *Економіка та підприємництво*. 2024. № 52. С. 125-139. DOI: [10.33111/EE.2024.52.TereshchenkoY](https://doi.org/10.33111/EE.2024.52.TereshchenkoY).
27. Ткаченко Т., Душляк Т., Забалдіна Ю. Івент-індустрія та туризм у світовій економіці. *Вісник КНТЕУ «Економіка туризму»*. 2020. №4. С. 55-63. DOI: [https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2020\(132\)04](https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2020(132)04).
28. Тонкошкур М. В., Кравцова С. В. Проблеми та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні. *Economics and Region*. 2024. № 4 (95). С. 118–125. DOI: [10.26906/EiR.2024.4\(95\).3614](https://doi.org/10.26906/EiR.2024.4(95).3614).
29. Уварова Г. Ш., Мелько Л. Ф. Туристичне країнознавство: навчальний посібник. Київ: Університет «КРОК», 2022. 410 с. URL: <https://surl.li/fatgjw>.
30. Український центр культурних досліджень. URL: <https://ucsr.org.ua/>.
31. Укрзалізниця. Офіційний сайт. URL: <https://uz.gov.ua/>.
32. Фокін С., Беркова О., Борисюк О., Бут М. Подієвий туризм Німеччини: досвід для України. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. Серія: географія. 2023. № 1. С. 148–157. DOI: <https://doi.org/10.25128/2519-4577.23.1.16>.
33. Чорна Н. Креативні індустрії та їх роль у розвитку культурно-пізнавального туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. №48. С. 52-61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-52-61>.

<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-37>.

34. Шелеметьєва Т. В. SWOT-аналіз як дієвий інструмент процесу управління розвитком туризму в Україні. *Національна економіка Інтелект XXI*. 2018. № 6. С. 111–113. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2018_6_23.

35. Щука Г. П. Подієвий туризм: навчально-методичний посібник. Берегове: ЗУІ, 2023. 171 с. URL: <https://surl.li/reqtpz>.

36. Щука Г., Ковальська Л. Подієвий туризм Закарпаття: інвентаризація фестивалів. *Краєзнавство*. 2023. № 3–4 (124–125). С. 138–149. DOI: 10.15407/kraieznavstvo2022.01-02.

37. Щука Г.П., Ковальська Л.В., Безрученков Ю.В. Подієвий туризм: уточнення базових характеристик. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. №7. С. 70–76. DOI:<https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-7-8>.

38. American Express. (2025). 2025 Global Travel Trends Report. URL: <https://www.americanexpress.com/en-us/travel/discover/get-inspired/global-travel-trends/>.

39. Concert.ua: офіційний сайт. URL: <https://concert.ua>.

40. Dimitrovski D., Leković M., Đurađević M. The issue of methodological rigour within the data collection process in tourism and sports studies investigating the economic impact of sporting events. *Current Issues in Tourism*. 2022. Vol. 25. No. 15. P. 2389–2404. DOI: 10.1080/13683500.2022.2086452.

41. Economic impact reports. World Travel & Tourism Council (WTTC). URL: <https://wttc.org>.

42. Event tourism: Trends and challenges in post-pandemic recovery. ScienceDirect. 2024. URL: <https://www.sciencedirect.com>.

43. Fest-portal.com: офіційний сайт. URL: <https://fest-portal.com>.

44. Getz D., Page S. J. Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*. 2016. Vol. 52. P. 593-631. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>.

45. Karabas.com: офіційний сайт. URL: <https://karabas.com>.

46. Karagöz D., Suess-Raeisinafchi C., Işık C. Event motivation, subjective

well-being, and revisit intentions during the second wave of the pandemic: Moderating effect of affective risk about COVID-19 and perceived trust. *Current Issues in Tourism*. 2021. Vol. 24. No. 21. P. 4069–4086. DOI:10.1080/13683500.2022.2158787.

47. Krabokoukis T. Exploring the state of research on tourism sustainability: A bibliometric analysis in the post-COVID era. *Highlights of Sustainability*. 2023. Vol. 2. No. 2. P. 50–61. DOI: <https://doi.org/10.54175/hsustain2020005>.

48. Seraphin H. COVID-19: An opportunity to review existing grounded theories in event studies. *Journal of Convention & Event Tourism*. 2020. Vol. 22(1). No. 1. P. 3–35. DOI: <https://doi.org/10.1080/15470148.2020.1776657>.

49. Ukrinform.ua: офіційний сайт. URL: <https://ukrinform.ua>.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Таблиця А.1 – Матриця кореляційного SWOT-аналізу

		Взаємний вплив										Σ		
		Можливості (О)					Загрози (Т)							
Сильні сторони (S)		Зростання внутрішнього туризму через обмеження міжнародних поїздок	Міжнародні гранти (UNESCO, підтримка Польщі, Угорщини)	Розвиток онлайн-форматів і VR/AR-технологій	Повосне відновлення для модернізації інфраструктури	Інтеграція з європейськими туристичними маршрутами		Ризики безпеки через війсьний стан	Падіння попиту через еміграцію та зниження купівельної спроможності	Енергетична нестабільність	Екологічні проблеми	Конкуренція з сусідніми країнами		
		0,48	0,27	0,48	0,27	0,24		-0,70	-0,44	-0,24	-0,24	-0,27		
Багата культурна спадщина	0,60	1,08	0,87	1,08	0,87	0,84	4,74	-0,10	0,16	0,36	0,36	0,33	1,11	5,85
Розвинена інфраструктура західних регіонів	0,40	0,88	0,67	0,88	0,67	0,64	3,74	-0,30	-0,04	0,16	0,16	0,13	0,11	3,85
Диджиталізація	0,40	0,88	0,67	0,88	0,67	0,64	3,74	-0,30	-0,04	0,16	0,16	0,13	0,11	3,85
Адаптація до воєнного стану	0,24	0,72	0,51	0,72	0,51	0,48	2,94	-0,46	-0,20	0,00	0,00	-0,03	-0,69	2,25
Високий рівень залучення місцевих громад	0,40	0,88	0,67	0,88	0,67	0,64	3,74	-0,30	-0,04	0,16	0,16	0,13	0,11	3,85
		4,44	3,39	4,44	3,39	3,24	18,90	-1,46	-0,16	0,84	0,84	0,69	0,75	19,65
Нормування за 100							47,25						52,25	

Слабкі сторони (W)		Зростання внутрішнього туризму через обмеження міжнародних поїздок	Міжнародні гранти (UNESCO, підтримка Польщі, Угорщини)	Розвиток онлайн-форматів і VR/AR-технологій	Повне відновлення для модернізації інфраструктури	Інтеграція з європейськими туристичними маршрутами		Ризики безпеки через воєнний стан	Падіння попиту через еміграцію та зниження купівельної спроможності	Енергетична нестабільність	Екологічні проблеми	Конкуренція з сусідніми країнами		
		0,48	0,27	0,48	0,27	0,24		-0,70	-0,44	-0,24	-0,24	-0,27		
Регіональна нерівність	-0,48	0,00	-0,21	0,00	-0,21	-0,24	-0,66	-1,18	-0,92	-0,72	-0,72	-0,75	-4,29	-4,95
Низька безбар'єрність	-0,27	0,21	0,00	0,21	0,00	-0,03	0,39	-0,97	-0,71	-0,51	-0,51	-0,54	-3,24	-2,85
Залежність від приватного фінансування	-0,48	0,00	-0,21	0,00	-0,21	-0,24	-0,66	-1,18	-0,92	-0,72	-0,72	-0,75	-4,29	-4,95
Слабка маркетингова активність	-0,27	0,21	0,00	0,21	0,00	-0,03	0,39	-0,97	-0,71	-0,51	-0,51	-0,54	-3,24	-2,85
Недостатня кваліфікація персоналу	-0,24	0,24	0,03	0,24	0,03	0,00	0,54	-0,94	-0,68	-0,48	-0,48	-0,51	-3,09	-2,55
		0,66	-0,39	0,66	-0,39	-0,54	0,00	-5,24	-3,94	-2,94	-2,94	-3,09	-18,15	-18,15
Нормування за 100							50,00						45,38	
Загалом		5,10	3,00	5,10	3,00	2,70	18,90	-6,70	-4,10	-2,10	-2,10	-2,40	-17,40	