

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет харчових технологій

Кафедра туризму

До захисту
Допускається
Завідувач кафедри

Олександр КОВАЛЕНКО

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

за другим (магістерським) рівнем вищої освіти

На тему: **Проблеми та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні**

Виконала:

(підпис)

Конько.І.М.

(прізвище, ініціали)

Група:

_____ **ТУР 2401-1м** _____

(Науковий) керівник:

(підпис)

Єпк Л.І.

(прізвище, ініціали)

ЗАВДАННЯ

на дипломну роботу студенту

Конько Інні Миколаївні

1. Тема роботи: «Проблеми та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні».

2. Термін здачі студентом закінченої роботи на кафедру: 05.12.2025 р.

3. Вихідні дані до роботи: За результатами проходження виробничої практики у відділі культури та туризму Дубов'язівської селищної ради, а також дослідження сучасного стану подієвого туризму в Україні, зібрано достатньо інформації для аналізу проблем і визначення перспектив його розвитку. Під час виконання кваліфікаційної роботи використовувались різні джерела інформації, зокрема: наукова та науково-популярна література, статистичні та аналітичні дані, цифрові ресурси, матеріали офіційних сайтів органів державної влади та місцевого самоврядування.

4. Перелік завдань, які будуть виконуватися в роботі: розглянути теоретико-методичні засади формування та розвитку подієвого туризму; провести аналіз сучасного стану подієвого туризму в Україні; дослідити зарубіжний досвід організації подієвих заходів та можливості його адаптації в українських умовах; надати аналітичну оцінку розвитку подієвого туризму на регіональному рівні (на прикладі Сумської області); розробити практичні рекомендації щодо удосконалення механізмів управління та просування подієвого туризму в Україні

Керівник дипломної роботи _____ доцент Лариса ЄПШК

Завдання прийняв до виконання _____ студент Інна КОНЬКО

Дата отримання завдання «01» лютого 2025 р.

ПЛАН- ГРАФІК

№ п/п	Етапи написання кваліфікаційної роботи	Зміст роботи	Результат або заключний документ етапу (підпис керівника роботи)	Термін виконання (контроль)
1.	Підготовчий	1. Визначення теми роботи	Тема кваліфікаційної роботи	2-й семестр
		2. Затвердження теми	Заява на ім'я декана з зазначенням теми, з підписом завідувача випускної кафедри	
		3. Визначення плану роботи та погодження з науковим керівником	Завдання на кваліфікаційну роботу	
	2-й семестр		4. Підбір та аналіз літературних джерел з теми дипломної роботи	Список літератури
			2. Визначення з базою (регіоном) проведення досліджень	Господарство, наукова чи інша установа
			3. Підбір методик для проведення досліджень	Методика проведення досліджень
2.	Виробнича практика	1. Формування програми виробничої практики виходячи з теми кваліфікаційної роботи	Програма виробничої практики	2-й семестр
		2. Визначення базових територій (установ, господарств і т.і.) для проведення дослідження	Дослідження на базі визначених територій (об'єктів, установ, господарств)	2-й семестр
		3. Збір даних	Фактичний матеріал	3-й семестр
		4. Математична обробка результатів дослідження	Результат досліджень	
		5. Звіт з виробничої практики – як основа для написання практичної частини дипломної роботи	Звіт з виробничої практики	
3.	Написання кваліфікаційної роботи	1. Написання розділів 1-3 кваліфікаційної роботи	Тексти розділів	3-й семестр
		2. Представлення першого загального варіанту кваліфікаційної роботи	Чорновий варіант роботи	3-й семестр
		3. Перевірка першого варіанта роботи керівником	Зауваження керівника	
		4. Доопрацювання дипломної роботи з врахуванням зауважень керівника та підготовка кінцевого варіанту роботи	Чистовий варіант кваліфікаційної роботи	
		1. Обробка зауважень наукового керівника	Відгук наукового керівника	За 30 днів до визначеної дати
		2. Представлення роботи для перевірки на	Протокол перевірки, Висновок експертної	

4.	Підсумковий етап	Академічну доброчесність	ради	публічного захисту (наказ на допуск до захисту кваліфікаційних робіт)
		3. Рецензування роботи	Рецензія на кваліфікаційну роботу	
		4. Представлення кваліфікаційної роботи на кафедрі	Допуск завідувача кафедри	
		5. Підготовка доповіді та презентації до кваліфікаційної роботи	Доповідь, презентація	
5.	Захист кваліфікаційної роботи	1. Захист кваліфікаційної роботи на засіданні ДЕК	Рішення Державної екзаменаційної комісії про захист	Дата публічного захисту

Студентка

_____ (підпис)

Інна КОНЬКО

Керівник роботи

_____ (підпис)

Лариса ЄПК

АНОТАЦІЯ

Конько І. М. «Проблеми та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні», ОПП «Туризм», спеціальність 242 «Туризм і рекреація», Сумський національний аграрний університет, м. Суми, 2025 р. Дана робота присвячена дослідженню сучасного стану, проблем та перспектив розвитку подієвого туризму в Україні. У ній розглянуто сутність подієвого туризму як важливого напряму туристичної діяльності, його вплив на формування позитивного іміджу територій та стимулювання економічного зростання регіонів. Розкрито теоретико-методичні основи організації подієвих заходів, уточнено понятійний апарат та проведено класифікацію основних видів подій. В аналітичній частині досліджено сучасні тенденції розвитку подієвого туризму в Україні, визначено основні проблеми: недостатній рівень інфраструктурного забезпечення, обмежене фінансування, слабка маркетингова підтримка та нерозвинена система просування подій. Проведено опитування працівників туристичної сфери та представників місцевих громад для виявлення актуальних тенденцій і проблем розвитку подієвого туризму. Порівняльний аналіз із зарубіжними практиками показав доцільність використання європейських підходів до брендингу територій, залучення громади та використання цифрових технологій у промоції подій. У практичному розділі запропоновано напрями вдосконалення подієвого туризму в Україні: формування національного календаря подій, розвиток партнерських ініціатив, підвищення рівня сервісу та розширення інфраструктури, впровадження інноваційних маркетингових стратегій. Акцентовано увагу на важливості державної підтримки, міжрегіональної співпраці та залучення місцевих громад до організації подій.

Ключові слова: подієвий туризм, туристична сфера, регіональний розвиток, маркетинг подій, перспективи, інновації.

ABSTRACT

Konko I. M. *"Problems and prospects for the development of event tourism in Ukraine", OPP "Tourism", specialty 242 "Tourism and recreation", Sumy National Agrarian University, Sumy, 2025.* This work is devoted to the study of the current state, problems and prospects for the development of event tourism in Ukraine. It examines the essence of event tourism as an important direction of tourism activity, its impact on the formation of a positive image of territories and stimulating the economic growth of regions. The theoretical and methodological foundations of organizing events are revealed, the conceptual apparatus is clarified and the main types of events are classified. The analytical part examines current trends in the development of event tourism in Ukraine, identifies the main problems: insufficient level of infrastructure, limited funding, weak marketing support and an underdeveloped system for promoting events. A survey of tourism workers and representatives of local communities was conducted to identify current trends and problems in the development of event tourism. Comparative analysis with foreign practices showed the feasibility of using European approaches to branding territories, community involvement and the use of digital technologies in event promotion. The practical section proposes directions for improving event tourism in Ukraine: forming a national calendar of events, developing partnership initiatives, improving the level of service and expanding infrastructure, and implementing innovative marketing strategies. The emphasis is on the importance of state support, interregional cooperation and involving local communities in organizing events.

Keywords: event tourism, tourism sector, regional development, event marketing, prospects, innovations.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ	12
1.1. Сутність і класифікація подієвого туризму	12
1.2. Світовий досвід розвитку подієвого туризму	16
1.3. Роль подієвого туризму у соціально-економічному розвитку територій	21
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	27
2.1. Аналіз подієвого туризму в Україні: тенденції та особливості	27
2.2. Проблеми організації та розвитку подієвого туризму	32
2.3. Вплив зовнішніх факторів (воєнні дії, економічна криза, пандемія) на розвиток подієвого туризму	37
РОЗДІЛ 3. МЕТОДИКА ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ	42
3.1. Оцінка потенціалу подієвого туризму в Сумській області	42
3.2. Аналіз проблем та сучасного стану розвитку подієвого туризму на Сумщині	47
3.3. Рекомендації та перспективи удосконалення організації подієвого туризму в регіоні	53
ВИСНОВКИ	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62
ДОДАТКИ	67

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Туризм є одним із найдинамічніших секторів світової економіки, що активно впливає на розвиток регіонів, створення робочих місць та підвищення інвестиційної привабливості країни. В умовах глобалізації та зростання ролі культурної і креативної індустрії особливого значення набуває подієвий туризм, який є важливим інструментом формування позитивного іміджу країни та залучення туристичних потоків.

Подієвий туризм охоплює організацію та відвідування різноманітних культурних, спортивних, музичних, гастрономічних, релігійних та інших заходів, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Для України цей напрям має стратегічне значення, оскільки країна володіє багатим історико-культурним потенціалом, різноманітними традиціями та можливістю проведення заходів міжнародного рівня.

Актуальність теми зумовлюється тим, що попри значні перспективи розвитку подієвого туризму в Україні, існує низка проблем: недостатній рівень інфраструктурного забезпечення, слабка промоція туристичних продуктів, низька якість сервісу, відсутність системного підходу до організації та державної підтримки цієї сфери. Додатковим викликом є вплив воєнних дій, економічної нестабільності та наслідків пандемії COVID-19, що зумовили потребу у пошуку нових підходів до організації подієвих заходів і формування безпечного туристичного середовища.

Аналіз наукових літературних джерел та результатів досліджень показав, що проблематика розвитку, організації та популяризації подієвого туризму в Україні привертає увагу багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців. Зокрема, цьому питанню присвячені праці таких дослідників, як Конько І.М., Спик Л.І. [7, 8], Кудлаєнко С.В. [9], Папп В.В. [10], Сімків Л.Є. [6] та інших.

У дослідженнях зазначених авторів висвітлюються основні аспекти організації подієвого туризму, його роль у розвитку регіональної економіки, підвищенні туристичної привабливості територій та створенні унікальних

туристичних продуктів. Окремі праці розглядають питання стратегічного розвитку фестивалів, концертних, спортивних та культурно-масових заходів як інструментів стимулювання внутрішнього та міжнародного туризму [9, 10, 23, 25].

Водночас у зарубіжній та вітчизняній науковій літературі питання комплексного аналізу проблем та перспектив розвитку подієвого туризму в Україні досліджено лише частково. Більшість наукових робіт зосереджені на описі окремих подій або аналізі загальних тенденцій світового подієвого туризму [40, 41, 46, 47], проте бракує системного вивчення механізмів організації, управління та інтеграції подієвого туризму у туристичну індустрію країни. Це й зумовило вибір теми нашого дослідження та необхідність розробки практичних рекомендацій щодо удосконалення функціонування подієвого туризму в Україні.

Метою роботи є дослідження проблем та визначення перспектив розвитку подієвого туризму в Україні, а також розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення механізмів його функціонування.

Відповідно до поставленої мети дослідження можна сформулювати такі основні завдання:

1. Розкрити теоретичні засади подієвого туризму та визначити його роль у розвитку туристичної галузі України.
2. Проаналізувати сучасний стан подієвого туризму в Україні, його структуру, динаміку та основні проблеми функціонування.
3. Дослідити найбільш успішні види та приклади подієвих заходів, що впливають на розвиток туризму в різних регіонах України.
4. Визначити основні фактори та бар'єри, що стримують ефективний розвиток подієвого туризму.
5. Обґрунтувати перспективи розвитку подієвого туризму в Україні та надати практичні рекомендації щодо удосконалення механізмів його організації, управління та просування.

Об'єктом дослідження є подієвий туризм як складова туристичної галузі України.

Предметом дослідження виступають проблеми та перспективні напрями розвитку подієвого туризму на національному та регіональному рівнях.

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

- дослідити теоретичні основи подієвого туризму та узагальнити світовий досвід його розвитку;
- проаналізувати сучасний стан і тенденції розвитку подієвого туризму в Україні;
- виявити основні проблеми, що стримують розвиток подієвого туризму;
- оцінити вплив зовнішніх факторів (воєнні дії, пандемія, економічна нестабільність) на розвиток галузі;
- визначити перспективи та розробити рекомендації щодо вдосконалення організаційних і управлінських механізмів розвитку подієвого туризму.

Методи дослідження. У роботі використано загальнонаукові методи (аналіз, синтез, індукція, дедукція, порівняння, узагальнення), а також спеціальні методи – статистичний, аналітичний, системний підхід, методи соціологічних опитувань та контент-аналізу.

Теоретичне та практичне значення дослідження. Дослідження проблем та перспектив розвитку подієвого туризму в Україні має важливе теоретичне та прикладне значення для подальшого вдосконалення туристичної галузі держави. Теоретичне значення полягає у систематизації наукових підходів до розуміння сутності подієвого туризму, визначенні його ролі в економічному та соціокультурному розвитку регіонів, а також у поглибленні існуючих знань про фактори, що впливають на його становлення та функціонування. Отримані результати дозволяють уточнити понятійно-категоріальний апарат та розширити наукові уявлення про механізми організації та розвитку подієвих туристичних продуктів.

Практичне значення дослідження полягає в можливості використання сформульованих рекомендацій для підвищення ефективності управління

подієвим туризмом на національному та регіональному рівнях. Запропоновані заходи можуть бути впроваджені у діяльність органів влади, туристичних компаній, організаторів фестивалів, виставок, спортивних подій та інших заходів. Реалізація рекомендацій сприятиме вдосконаленню механізмів просування подієвих продуктів, зростанню туристичних потоків, збільшенню доходів від туризму, підвищенню конкурентоспроможності українських регіонів та формуванню позитивного іміджу України на міжнародній арені.

Апробація результатів дослідження. Результати проведених досліджень було висвітлено в наступних матеріалах : 1. Конько І.М., Єпик Л.І. Проблеми та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні. Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції (присвячена пам'яті професора Григорія Євтіївовича Мазнева). (м. Харків, 06-07 березня 2025 року). Харків : ДБТУ. Ч. 3. 2025. 656 с.С.341-345.

2. Конько І., Єпик Л. Подієвий туризм Сумщини: стан і перспективи. Туризм. Географія. Екологія: інновації, освіта, бізнес : Матер. ІІ Міжнар. Наук.-практ. онлайн-конф. (20-21 березня 2025 р., м. Житомир). – Житомир : Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2025. 244 с. С.70-73.

Структура роботи: вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел (50 найменувань), 5 додатків. Загальний обсяг дослідження становить 66 сторінок (без урахування додатків).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність і класифікація подієвого туризму

Подієвий туризм належить до числа найбільш перспективних напрямів туристичної діяльності. Його сутність полягає в організації та відвідуванні різноманітних подій, що мають культурне, спортивне, релігійне, історичне, гастрономічне чи інше суспільне значення. Відмінною особливістю цього виду туризму є те, що він формує додаткову мотивацію до подорожі, пов'язану не лише з оглядом природних чи культурних пам'яток, а з прагненням стати учасником унікального заходу. Участь у подіях створює особливі емоції та враження, що значно підвищує привабливість туристичного продукту.

У науковій літературі подієвий туризм визначається як комплексна діяльність, спрямована на залучення туристів через організацію та проведення подій різного масштабу. Цей напрям розглядається як потужний інструмент підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій, адже він дозволяє поєднувати культурний, економічний та соціальний ефекти. Завдяки подіям територія отримує можливість формувати власний бренд, підвищувати рівень впізнаваності, розвивати інфраструктуру та створювати робочі місця.[8]

Сучасні науковці виділяють кілька основних підходів до класифікації подієвого туризму.

По-перше, за змістом подій подієвий туризм поділяється на культурно-мистецький (фестивалі, концерти, театральні постановки, виставки), спортивний (міжнародні чемпіонати, локальні змагання, спортивні марафони), релігійний (паломництва, святкування релігійних свят, процесії), гастрономічний (фестивалі кухні, ярмарки вина чи національних страв), історико-меморіальний (реконструкції битв, святкування пам'ятних дат, відзначення історичних подій).[1]

По-друге, за масштабом проведення події можуть бути міжнародними, національними, регіональними або локальними. Міжнародні події, такі як Євробачення чи Олімпійські ігри, здатні привернути увагу мільйонів туристів і

суттєво вплинути на імідж країни. Національні події охоплюють державні свята чи фестивалі, які мають значення для всієї країни. Регіональні заходи сприяють розвитку внутрішнього туризму і формуванню локальних брендів, тоді як локальні свята часто спрямовані на збереження культурних традицій та інтеграцію місцевих громад.[7]

По-третє, за частотою проведення події можна поділити на регулярні та разові. Регулярні заходи (щорічні фестивалі, ярмарки, конкурси) формують стабільний туристичний потік, а разові (наприклад, унікальні виставки чи ювілейні події) створюють ажіотажний попит, стимулюючи короткострокове, але інтенсивне зростання туристичних потоків.[9]

По-четверте, за цільовою аудиторією подієвий туризм буває масовим і спеціалізованим. Масові заходи орієнтовані на широке коло учасників і мають розважальний або культурний характер. Спеціалізовані події, як-от наукові конференції чи бізнес-форуми, залучають вузькі цільові групи і поєднують туристичний продукт із професійними інтересами відвідувачів.[10]

Подієвий туризм виконує низку важливих функцій. Він стимулює економічний розвиток регіонів, сприяє залученню інвестицій, підтримує розвиток малого та середнього бізнесу, зокрема готельно-ресторанного сектору, транспорту, сфери послуг. Крім того, події виконують соціально-культурну функцію: вони сприяють популяризації національних традицій, зміцненню культурної ідентичності, інтеграції місцевих громад і розвитку міжкультурного діалогу. Важливо також зазначити маркетингову функцію, оскільки саме завдяки подіям формується позитивний імідж DESTИНАЦІЇ на міжнародній арені.

Отже, подієвий туризм можна розглядати як багатогранне явище, що поєднує економічні, культурні та соціальні аспекти. Його розвиток забезпечує як підвищення привабливості країни чи регіону для туристів, так і сприяє гармонійному розвитку територій.

У наукових і практичних дослідженнях зустрічається кілька підходів до визначення подієвого туризму. Одні автори розглядають його як сукупність заходів, що спеціально створюються для залучення туристів, інші — як

використання вже існуючих культурних чи соціальних подій з туристичною метою. Таким чином, подієвий туризм має подвійний характер: з одного боку, він передбачає організацію штучно створених заходів, а з іншого — включає природно сформовані події, які мають значення для широкої аудиторії.

Дослідники також підкреслюють важливість емоційного аспекту подієвого туризму. Подія виступає не лише як інформаційний чи видовищний ресурс, а й як інструмент створення незабутніх вражень, що стають головним мотивом для подорожі. У цьому сенсі подієвий туризм суттєво відрізняється від класичних форм подорожей, адже він апелює до емоційної сфери особистості, формуючи унікальний туристичний досвід.

Сучасні тенденції розвитку цієї сфери свідчать про її інтеграцію з іншими видами туризму. Зокрема, культурний туризм активно переплітається з подієвим завдяки фестивалям та виставкам; спортивний туризм — через масові змагання та марафони; гастрономічний — завдяки кулінарним фестивалям та ярмаркам. Така взаємодія дозволяє формувати комплексні туристичні продукти, що задовольняють різні потреби та інтереси відвідувачів.

Важливим аспектом класифікації подієвого туризму є часовий фактор. Події можуть тривати від кількох годин до кількох тижнів, що безпосередньо впливає на туристичний потік і завантаження інфраструктури. Короткотривалі заходи створюють пікові навантаження на транспорт, готельний бізнес та сферу послуг, тоді як багатоденні фестивалі чи спортивні турніри формують стабільний попит протягом тривалого періоду.

Подієвий туризм також варто розглядати у контексті його значення для маркетингової стратегії дестинацій. Проведення масштабних подій сприяє міжнародному позиціонуванню країни чи регіону, формує нові бренди та зміцнює імідж на світовому туристичному ринку. Наприклад, проведення Євробачення чи Чемпіонату Європи з футболу дає можливість приймаючим містам привернути увагу іноземних туристів, розвинути інфраструктуру та залишити довготривалий соціально-економічний ефект.

Таким чином, сутність подієвого туризму полягає у створенні та поширенні унікального культурного, соціального чи розважального досвіду, що стає основним мотивом для подорожей. Його класифікація є багаторівневою та враховує зміст подій, масштаби їх проведення, регулярність та специфіку цільової аудиторії. Подієвий туризм займає особливе місце в системі туристичної діяльності, оскільки він інтегрує елементи різних видів туризму та має потужний вплив як на економіку, так і на соціокультурну сферу.[13]

Історично подієвий туризм бере свій початок ще з часів античності. Вже тоді масштабні спортивні змагання, такі як Олімпійські ігри у Давній Греції, або релігійні свята та ярмарки у Римській імперії збирали тисячі людей з різних регіонів, сприяючи розвитку торгівлі, культури та міжкультурних контактів. У середньовіччі паломницькі подорожі до святих місць, а також ярмарки в містах Європи стали потужними каталізаторами зародження туристичних практик, які за своєю суттю належали до подієвого туризму. Сьогодні цей напрям розвинувся у високоприбуткову індустрію, що має вагомий вплив на економіку багатьох країн.

Економічне значення подієвого туризму проявляється у створенні додаткових доходів для бюджетів міст та регіонів, розвитку інфраструктури, збільшенні зайнятості населення. Кожна велика подія стимулює попит на послуги транспорту, готелів, ресторанів, торгівлі, сувенірної продукції, а також створює нові робочі місця. За оцінками Всесвітньої туристичної організації, проведення міжнародних культурних чи спортивних заходів здатне збільшувати туристичні потоки у країні на десятки відсотків у короткостроковій перспективі та формувати довготривалий ефект у вигляді повторних візитів.

Сучасний подієвий туризм активно розвивається під впливом глобалізаційних процесів. До найпомітніших тенденцій можна віднести зростання популярності тематичних фестивалів (музичних, кіно-, театральних), міжнародних виставок і ярмарків, спортивних змагань світового рівня. Окремої уваги заслуговує гастрономічний туризм, який у поєднанні з подіями дозволяє

країнам презентувати власну кулінарну спадщину та формувати позитивний імідж.

Ще однією важливою тенденцією є зростання ролі цифрових технологій у розвитку подієвого туризму. Використання онлайн-платформ для бронювання квитків, цифрових карт подій, віртуальних турів та трансляцій розширює аудиторію учасників, дозволяючи долучитися до заходів навіть дистанційно. Таким чином, подія стає не лише локальним, а й глобальним явищем, здатним формувати міжнародний туристичний імідж.

Подієвий туризм виконує також важливу соціальну місію. Він сприяє розвитку міжкультурного діалогу, популяризації національних традицій, зміцненню локальної ідентичності та згуртованості місцевих громад. Для багатьох територій саме проведення подій стає способом заявити про себе на туристичній карті світу, створюючи унікальну конкурентну перевагу серед інших напрямів.

У підсумку можна стверджувати, що подієвий туризм є багатовимірним явищем, яке поєднує історичні традиції, сучасні інноваційні підходи та потужний економічний і соціальний потенціал. Його класифікація дозволяє систематизувати різноманітність подій, а багатофункціональність забезпечує комплексний вплив на розвиток суспільства та економіки.[5]

1.2. Світовий досвід розвитку подієвого туризму

Світова практика розвитку подієвого туризму свідчить, що цей напрямок є одним із найприбутковіших сегментів туристичної індустрії. У багатьох країнах він розглядається як важливий чинник формування національного бренду, стимулювання економічного розвитку та популяризації культурної спадщини.[47]

У Європі подієвий туризм набув значного поширення завдяки фестивалній культурі. Країни, що мають давні культурні традиції, активно використовують їх для залучення туристів. Прикладом є Німеччина, яка щороку проводить сотні ярмарків і фестивалів, серед яких найбільш відомим є

Октоберфест у Мюнхені. Ця подія збирає мільйони відвідувачів з усього світу і приносить значні прибутки місцевій економіці. Франція відома Каннським кінофестивалем, який став не лише культурною подією, а й майданчиком для міжнародного бізнес-спілкування та формування іміджу країни як світового центру кіномистецтва.

В Іспанії популярність здобули традиційні свята, такі як Ла-Томатіна та фестиваль «Фальяс» у Валенсії. Вони поєднують культурну автентичність із видовищністю, що робить їх привабливими як для місцевих мешканців, так і для іноземних туристів. Італія активно використовує подієвий туризм через проведення музичних фестивалів, історичних реконструкцій та релігійних заходів, які підкреслюють багатство національної культури.

В Азії подієвий туризм орієнтований на поєднання сучасних технологій та традиційних цінностей. Наприклад, у Китаї масштабні святкування Китайського Нового року щороку приваблюють мільйони туристів. У Японії популярними є фестивалі сакури та аніме-культури, які демонструють унікальність японської культури та формують нові туристичні продукти. У країнах Південно-Східної Азії активно розвивається гастрономічний та релігійний подієвий туризм, що приваблює туристів поєднанням духовних практик та екзотичної кухні.

Американський континент також демонструє значний потенціал у цій сфері. У США великою популярністю користуються музичні фестивалі, такі як «Коачелла» та «Боннару», а також спортивні заходи — Супербоул чи чемпіонати з бейсболу та баскетболу. Бразилія стала всесвітньо відомою завдяки карнавалу в Ріо-де-Жанейро, що є одним із найбільших у світі та символізує національну культуру країни.

Важливою особливістю світового досвіду є інтеграція подієвого туризму в загальнодержавну туристичну політику. У багатьох країнах існують національні програми підтримки проведення фестивалів і спортивних змагань, що передбачають фінансування інфраструктури, промоцію на міжнародних ринках та залучення приватних інвестицій. Наприклад, Велика Британія після проведення Олімпійських ігор у Лондоні 2012 року використала здобуту

інфраструктуру для подальшого розвитку спортивного туризму, що значно підвищило привабливість країни серед туристів.

Ще однією сучасною тенденцією є використання цифрових технологій у просуванні подій. Онлайн-платформи для купівлі квитків, віртуальні тури, онлайн-трансляції фестивалів дозволяють розширити аудиторію та зробити події доступними для тих, хто не може відвідати їх фізично. Це створює нові можливості для країн, які прагнуть інтегруватися у глобальний туристичний простір.

Отже, світовий досвід розвитку подієвого туризму свідчить, що його успішність залежить від комплексного підходу, який включає використання культурного потенціалу, державну підтримку, сучасні технології та ефективну маркетингову стратегію. Для України вивчення цього досвіду є надзвичайно важливим, оскільки дозволяє врахувати найкращі практики та адаптувати їх до національних умов.

Світова практика показує, що подієвий туризм може виступати потужним каталізатором економічного розвитку регіонів. У країнах Західної Європи та Північної Америки проведення масштабних заходів розглядається як інвестиція у майбутнє. Наприклад, дослідження після проведення Олімпійських ігор у Барселоні 1992 року засвідчило, що місто не лише отримало миттєвий економічний прибуток, а й перетворилося на один із провідних туристичних центрів Європи. Успішне проведення події стало поштовхом для реконструкції міської інфраструктури, розвитку транспортної системи та підвищення якості готельних послуг.

Подібні приклади можна спостерігати і в інших країнах. У Південній Кореї проведення чемпіонату світу з футболу у 2002 році сприяло зростанню туристичних потоків та стимулювало розвиток національного бренду. У Канаді міжнародні музичні фестивалі, такі як «Монреальський джазовий фестиваль», стали символами країни та щороку приваблюють сотні тисяч відвідувачів.

Окрім економічного аспекту, важливою складовою є соціокультурний вплив подієвого туризму. Масові заходи сприяють інтеграції місцевих громад,

відродженню традицій та створенню позитивного іміджу території. Так, у Німеччині численні регіональні фестивалі зберігають культурну ідентичність земель, водночас формуючи туристичний продукт міжнародного рівня.

Варто також звернути увагу на екологічний компонент світового досвіду. У багатьох країнах запроваджується концепція «зелених подій», що передбачає мінімізацію шкідливого впливу на довкілля під час проведення заходів. Наприклад, у скандинавських країнах активно застосовуються практики сортування сміття, використання відновлюваних джерел енергії, обмеження транспортного навантаження. Це формує нову нішу – екологічно відповідальний подієвий туризм.

Сучасні глобальні тенденції свідчать про те, що подієвий туризм усе більше інтегрується з цифровими технологіями. Онлайн-трансляції фестивалів, використання доповненої реальності для залучення відвідувачів, мобільні застосунки для орієнтації на території заходів — усе це створює новий формат подорожей, де фізична присутність може поєднуватися з віртуальною взаємодією.

Особливої уваги заслуговує сегмент нішевих подій, орієнтованих на вузькі цільові аудиторії: фанатів кіно, музики, історичних реконструкцій чи косплею. Такі події хоч і не охоплюють мільйони учасників, проте формують стабільний та лояльний туристичний потік, що позитивно впливає на економіку локальних територій.[45]

Таким чином, світовий досвід демонструє, що подієвий туризм є універсальним інструментом розвитку як великих мегаполісів, так і малих міст. Його успішність залежить від здатності інтегрувати культурні традиції, сучасні технології та ефективну маркетингову стратегію. Для України вивчення таких практик може стати основою для створення власної конкурентної моделі розвитку подієвого туризму, орієнтованої на поєднання автентичності та інноваційності.

Варто підкреслити, що у багатьох країнах світу подієвий туризм розглядається не лише як складова туристичної галузі, а як інструмент державної

політики. Організація великих подій включається у стратегічні плани розвитку міст і регіонів. Наприклад, у Великій Британії після проведення Лондонської Олімпіади було створено спеціальні державні програми, спрямовані на подальше використання спортивних споруд, що дозволило уникнути проблеми «мертвих об'єктів» та зберегти довготривалу економічну вигоду.[50]

У деяких країнах подієвий туризм став ключовим елементом формування національного бренду. Так, карнавал у Бразилії та Венеційський карнавал в Італії давно переросли межі локальних свят і перетворилися на глобальні культурні символи. Їх проведення забезпечує стабільний міжнародний інтерес та формує позитивний імідж країни.

Світовий досвід також доводить, що подієвий туризм має мультиплікативний ефект. Під час проведення заходу зростає не лише завантаженість готелів чи ресторанів, а й активізується діяльність у суміжних галузях – транспорті, торгівлі, сфері послуг, креативних індустріях. Більш того, події створюють можливості для залучення іноземних інвестицій, розвитку інноваційних рішень та стимулювання креативного підприємництва.

Окремо слід зазначити роль міжнародних організацій у розвитку подієвого туризму. Всесвітня туристична організація (UNWTO) підкреслює значення подій як інструменту сталого розвитку туризму та рекомендує країнам інтегрувати цей напрям у загальнодержавні програми. Проведення форумів, виставок і симпозіумів не лише сприяє туристичним потокам, а й формує платформу для обміну знаннями та досвідом, що особливо актуально в умовах глобалізації.[47]

Таким чином, аналіз світового досвіду дозволяє зробити висновок, що подієвий туризм є одним із найефективніших способів формування конкурентоспроможного туристичного продукту. Його розвиток базується на поєднанні традицій та інновацій, державної підтримки та активної участі місцевих громад, а також інтеграції сучасних технологій. Для України застосування цього досвіду може стати основою для створення унікальної моделі подієвого туризму, яка сприятиме економічному зростанню та міжнародній інтеграції країни.

1.3. Роль подієвого туризму у соціально-економічному розвитку територій

Подієвий туризм є важливим чинником соціально-економічного розвитку територій, оскільки він поєднує в собі економічний ефект, культурну значущість та соціальну інтеграцію. Проведення подій дозволяє не лише залучати туристів, але й створювати умови для розвитку інфраструктури, активізації підприємницької діяльності та формування позитивного іміджу країни чи регіону.

Економічний аспект розвитку подієвого туризму проявляється у збільшенні доходів від туристичних потоків, підвищенні зайнятості населення, розвитку малого та середнього бізнесу. Кожна подія стимулює попит на готельні послуги, транспорт, харчування, культурно-розважальні заклади, сувенірну продукцію, що в комплексі створює значний мультиплікативний ефект. За оцінками європейських досліджень, проведення одного великого фестивалю чи спортивного заходу може забезпечити приріст доходів місцевого бюджету на десятки відсотків у короткостроковій перспективі.[22]

Соціальна роль подієвого туризму полягає у зміцненні локальних громад, підвищенні якості життя населення та збереженні культурної спадщини. Масові заходи сприяють активній участі місцевих мешканців, формують відчуття належності до спільноти та підвищують рівень соціальної згуртованості. Події також стимулюють розвиток креативних індустрій, що дозволяє залучати молодь та реалізовувати її творчий потенціал.[14]

Культурна значущість подієвого туризму полягає у популяризації національних традицій, звичаїв та мистецтва. Проведення фестивалів, ярмарків чи історичних реконструкцій не лише приваблює іноземних туристів, але й забезпечує відродження культурної спадщини, сприяє міжкультурному діалогу та формує позитивний імідж країни на міжнародній арені.

Подієвий туризм також виступає важливим інструментом територіального маркетингу. Завдяки подіям регіони отримують можливість заявити про себе на

туристичній карті світу, створюючи унікальний бренд. Такі бренди формують довготривалу конкурентну перевагу, адже навіть після завершення події територія зберігає статус привабливого туристичного напрямку.[49]

Окремої уваги заслуговує інноваційна роль подієвого туризму. Сучасні заходи часто супроводжуються впровадженням новітніх технологій у сфері логістики, безпеки, обслуговування туристів, цифрового маркетингу. Це дозволяє підвищувати якість послуг, робити події більш доступними та комфортними, а також інтегрувати туристичну сферу у глобальні цифрові процеси.[2;6]

Таким чином, подієвий туризм є не лише сферою розваг чи дозвілля, а й важливим чинником комплексного розвитку територій. Він сприяє економічному зростанню, соціальній згуртованості, збереженню та популяризації культурних традицій, формуванню позитивного міжнародного іміджу. Для України цей напрям може стати одним із ключових у стратегії післявоєнного відновлення та розвитку туристичної галузі, оскільки дозволяє поєднувати економічну вигоду з культурною і соціальною місією.

Разом з економічними, соціальними та культурними перевагами подієвий туризм створює низку непрямих ефектів для територій. Одним із таких ефектів є розвиток інфраструктури. Для проведення масштабних заходів потрібні сучасні транспортні вузли, готелі, конференц-зали, культурно-розважальні комплекси, системи безпеки. У багатьох країнах саме завдяки подієвим заходам було модернізовано аеропорти, вокзали, вуличну інфраструктуру, що у подальшому стало важливим стимулом для зростання туристичних потоків.[12]

Ще одним важливим наслідком є підвищення інвестиційної привабливості регіонів. Наявність успішно проведених подій створює позитивний сигнал для іноземних інвесторів, демонструючи стабільність території та її здатність забезпечити організацію заходів міжнародного рівня. Це, своєю чергою, сприяє розвитку інших секторів економіки — від будівництва та транспорту до готельно-ресторанного бізнесу й сфери розваг.

Варто відзначити й роль подієвого туризму у зміцненні міжрегіональних та міжнародних зв'язків. Завдяки проведенню подій налагоджуються партнерства між містами та регіонами, створюються умови для культурного обміну та міжнародної співпраці. Наприклад, міжнародні фестивалі чи виставки стають майданчиком для представників бізнесу, науки та культури, сприяючи поширенню інновацій і нових ідей.

Окрім позитивних результатів, подієвий туризм може мати і певні виклики. Серед них — ризик перевантаження інфраструктури, збільшення цін на житло та послуги під час масових заходів, екологічне навантаження на територію. Саме тому у світовій практиці все більшої ваги набувають принципи сталого розвитку подієвого туризму, які передбачають баланс між економічними вигодами, соціальними потребами та охороною довкілля.

Для України роль подієвого туризму у соціально-економічному розвитку може бути особливо значущою у контексті післявоєнного відновлення. Масові заходи здатні сприяти формуванню позитивного міжнародного іміджу країни, відновленню туристичних потоків, активізації культурного життя та залученню інвестицій. Організація подій може стати важливим інструментом інтеграції України до європейського та світового туристичного простору.[46]

У підсумку можна стверджувати, що подієвий туризм є ефективним механізмом формування комплексного розвитку територій. Він поєднує економічну вигоду з культурною місією, створює додану вартість для регіонів, стимулює інновації та формує конкурентоспроможність національного туристичного продукту. Саме тому його розвиток має стати одним із пріоритетних напрямів туристичної політики України у найближчій перспективі.[15]

Довгостроковий вплив подієвого туризму на соціально-економічний розвиток територій проявляється не лише у безпосередніх прибутках від проведення заходів, але й у створенні стабільної основи для формування привабливого туристичного середовища. Навіть після завершення фестивалю, спортивного чемпіонату чи конференції територія зберігає новостворену або

модернізовану інфраструктуру, набуті організаційні компетенції та сформований позитивний імідж. Це забезпечує стійкий приплив туристів у середньо- та довгостроковій перспективі.[16]

Важливим є і регіональний аспект розвитку подієвого туризму. Великі мегаполіси здебільшого приваблюють міжнародні події, що формують глобальний імідж країни, у той час як малі міста й селища можуть успішно розвивати локальні фестивалі, ярмарки, етнографічні свята. Такі заходи допомагають не лише зберігати та популяризувати культурні традиції, але й забезпечувати додаткові джерела доходів для місцевих громад.[48] Наприклад, у багатьох європейських країнах саме невеликі фестивалі стали потужними чинниками розвитку внутрішнього туризму, стимулюючи зайнятість населення та підтримку малого бізнесу.[17]

Слід також наголосити на туристичному мультиплікаторі подієвого туризму. Витрати відвідувачів на квитки чи проживання створюють ефект «ланцюгової реакції»: гроші надходять у місцеву економіку, забезпечуючи роботою підприємців, постачальників, виробників сувенірної продукції, транспортні компанії. У результаті відбувається прискорення обігу капіталу в регіоні, що позитивно впливає на його фінансову стабільність і розвиток.[20]

Окрім того, подієвий туризм може відігравати важливу роль у підвищенні міжнародного авторитету країни. Організація престижних спортивних чи культурних заходів зміцнює імідж держави як відкритої, сучасної та привабливої для іноземних гостей. Це не лише стимулює туристичні потоки, а й створює сприятливий фон для політичного та економічного співробітництва.

Для України перспективним напрямом є поєднання традиційних культурних заходів із сучасними інноваційними форматами. Проведення фестивалів, ярмарків чи мистецьких подій у поєднанні з цифровими технологіями, інтерактивними платформами та сучасними формами маркетингу дозволить зробити їх більш доступними для міжнародної аудиторії. Це сприятиме позиціонуванню України як країни з унікальною культурною спадщиною та високим туристичним потенціалом.[3;4]

Таким чином, роль подієвого туризму у соціально-економічному розвитку територій є багатовимірною. Вона охоплює економічну, соціальну, культурну та міжнародну складові, забезпечуючи комплексний ефект для країни.[21] Для України особливо актуально розглядати подієвий туризм як один із головних інструментів післявоєнного відновлення, адже він здатен стати каталізатором економічного зростання, культурного відродження та інтеграції у світовий туристичний простір.

Одним із важливих аспектів розвитку подієвого туризму є впровадження інновацій. Сучасні події дедалі частіше організуються з використанням цифрових технологій: онлайн-продаж квитків, мобільні застосунки для навігації на території заходу, системи електронної реєстрації, інтеграція елементів доповненої та віртуальної реальності. Використання таких інструментів підвищує рівень комфорту відвідувачів і водночас формує сучасний образ дестинації. Крім того, інновації дозволяють ефективніше планувати логістику, керувати потоками туристів і мінімізувати організаційні ризики.[19]

Важливим є і освітній ефект подієвого туризму. Участь у конференціях, форумах, анкетуваннях, фестивалях науки чи мистецтв сприяє поширенню знань, обміну досвідом, підвищенню професійної кваліфікації.(Додаток 1) Це особливо актуально для студентської та молодіжної аудиторії, адже події можуть стати майданчиком для професійної реалізації та розширення кола контактів. Таким чином, подієвий туризм набуває додаткової функції – освітньо-наукової.

Маркетингова роль подієвого туризму також є надзвичайно важливою. Події стають засобом просування території на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках. Завдяки ефективним рекламним кампаніям, створенню унікальних брендів фестивалів чи свят регіони можуть формувати позитивний імідж, підвищувати впізнаваність та залучати інвесторів. У багатьох країнах бренди окремих подій асоціюються з самою країною: наприклад, Октоберфест у Німеччині, карнавал у Ріо-де-Жанейро в Бразилії чи Венеційський карнавал в Італії. Для України створення таких брендів могло б стати потужним інструментом просування на світовому ринку.[26]

Окремо слід розглянути безпековий аспект. У сучасних умовах безпечність проведення масових заходів є однією з ключових вимог туристів. Держави активно впроваджують системи моніторингу, координації правоохоронних органів, використання технологій відеоспостереження та цифрової ідентифікації учасників. Високий рівень організації безпеки під час подій створює довіру з боку туристів і стимулює їхнє бажання відвідувати подібні заходи знову.

Для України розвиток подієвого туризму у післявоєнний період може стати не лише засобом відновлення економіки, але й важливим фактором соціальної стабілізації та культурного відродження. Організація масштабних подій сприятиме формуванню позитивного міжнародного іміджу країни, залученню інвестицій, створенню нових робочих місць і відновленню довіри з боку іноземних туристів. Подієвий туризм у цьому контексті можна розглядати як один із стратегічних інструментів інтеграції України у світовий туристичний простір.[18]

Таким чином, роль подієвого туризму виходить далеко за межі традиційного розуміння відпочинку чи розваг. Він стає комплексним інструментом економічного зростання, культурного розвитку, соціальної інтеграції та інноваційного поступу. Саме поєднання цих складових дозволяє подієвому туризму виступати потужним чинником сталого розвитку територій.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз подієвого туризму в Україні: тенденції та особливості

Подієвий туризм в Україні займає особливе місце у структурі туристичної галузі, адже він поєднує культурні традиції, етнічну самобутність та сучасні форми організації масових заходів. Незважаючи на складні політичні та економічні умови, Україна має значний потенціал у розвитку цього напрямку, що підтверджується багатством культурної спадщини, різноманітням народних звичаїв та вигідним географічним розташуванням.

Розвиток подієвого туризму в Україні відбувається нерівномірно, однак у більшості регіонів вже сформувалися власні подієві бренди, які стали туристичними візитівками. До найвідоміших належать міжнародний фестиваль «Альфа Джаз» у Львові (нині «Leopolis Jazz Fest»), етнічний фестиваль «Шешори», «Сорочинський ярмарок» на Полтавщині, «ГогольFest» у Києві та Дніпрі, «Atlas Weekend» у столиці. Ці події щороку приваблюють десятки тисяч відвідувачів, у тому числі іноземних туристів, та формують позитивний імідж України на світовій арені.[23;24;25]

Серед основних тенденцій розвитку подієвого туризму в Україні можна виділити такі:

- зростання популярності музичних і культурних фестивалів, які стають осередками сучасної молодіжної культури;
- активізація етнографічного та гастрономічного туризму через проведення локальних свят і ярмарків, що відображають національні традиції;
- використання історико-культурних подій для відтворення автентичності та збереження культурної спадщини;
- інтеграція подій у маркетингові стратегії міст і регіонів з метою формування туристичного бренду;
- поєднання офлайн-заходів із цифровими технологіями, що дозволяє розширити аудиторію завдяки онлайн-трансляціям і соціальним мережам.

Особливістю українського подієвого туризму є його культурна різноманітність. Західні області вирізняються проведенням етнічних і музичних фестивалів, Центральна Україна — ярмарками та історичними реконструкціями, Південні регіони — фестивалями виноробства та гастрономії. У кожному регіоні події виступають важливим чинником соціальної згуртованості та економічної активності місцевих громад.

Водночас розвиток подієвого туризму в Україні стикається з низкою викликів. Серед них можна виокремити недостатній рівень інфраструктурного забезпечення, обмежене фінансування з боку держави та органів місцевого самоврядування, нестачу досвіду у проведенні заходів міжнародного рівня, проблеми з безпекою та логістикою.[27] Ситуація значно ускладнилася у зв'язку з воєнними діями, які спричинили скорочення кількості масових заходів, особливо у східних та південних регіонах країни.

Попри ці проблеми, в Україні зберігається попит на подієвий туризм. Частина заходів була адаптована до нових умов через переміщення в безпечні регіони або трансформацію у формат онлайн. Це свідчить про гнучкість та здатність організаторів знаходити інноваційні рішення для збереження інтересу аудиторії.

Отже, подієвий туризм в Україні має суперечливу динаміку: з одного боку, наявний величезний потенціал для розвитку, а з іншого — значні перешкоди, пов'язані з економічною нестабільністю та безпековими викликами. Проте навіть за цих умов подієвий туризм продовжує відігравати важливу роль у формуванні позитивного іміджу країни, підтримці культурної ідентичності та активізації місцевого бізнесу.[11]

Подієвий туризм в Україні, попри складні політичні та економічні обставини, поступово займає чільне місце серед інших видів туристичної діяльності. Його розвиток значною мірою визначається культурними традиціями регіонів, рівнем інфраструктурного забезпечення та підтримкою з боку органів місцевого самоврядування. Останні десятиліття засвідчили зростання інтересу як

внутрішніх, так і іноземних туристів до участі у фестивалях, ярмарках, концертах та інших культурних заходах.[44]

Серед провідних центрів подієвого туризму в Україні слід відзначити Львів, Київ, Одесу, Полтаву та Харків. Львів завдяки фестивалю кави, шоколаду, а також музичним та театральним подіям став одним із головних фестивальних осередків країни. Київ приваблює масштабними музичними фестивалями («Atlas Weekend», «ГогольFest»), спортивними подіями та міжнародними конференціями. Одеса відома своїм кінофестивалем та численними культурними заходами, що поєднують традиції та сучасні тенденції. Полтавщина щороку проводить «Сорочинський ярмарок», який став символом української автентичності. Харків відзначається як центр проведення науково-освітніх та креативних форумів. (Додаток 3)

Аналізуючи тенденції останніх років, можна виділити кілька ключових напрямів розвитку:

1. Переважання культурно-мистецьких подій. Саме вони формують найбільший туристичний потік, адже поєднують традиційні й сучасні елементи.
2. Зростання популярності молодіжних фестивалів. Музичні та сучасні мистецькі заходи стають платформою для розвитку креативних індустрій.
3. Формування регіональних брендів. Наприклад, «Leopolis Jazz Fest» у Львові чи «Одеський міжнародний кінофестиваль» уже мають світове визнання.
4. Використання подій як інструменту маркетингу територій. Регіони все активніше позиціонують себе через фестивалі, ярмарки, спортивні заходи.
5. Цифровізація подієвого туризму. Все більше заходів мають власні мобільні додатки, онлайн-трансляції, інтеграцію у соціальні мережі, що дозволяє залучати аудиторію навіть за межами країни.

Особливістю українського подієвого туризму є його тісний зв'язок із національною ідентичністю. Фольклорні фестивалі, свята народних традицій, релігійні процесії зберігають автентичність та формують відчуття культурної єдності. Такі події не лише сприяють популяризації українських звичаїв, але й

виступають важливим фактором патріотичного виховання, що особливо актуально в умовах сучасних викликів.[28]

Разом із тим, існує проблема сезонності подієвого туризму. Переважна більшість заходів зосереджена в літньо-осінній період, тоді як зимові та весняні події менш численні. Це призводить до нерівномірного розподілу туристичних потоків і створює пікове навантаження на інфраструктуру в окремі місяці.[29]

Потрібно також враховувати безпекові та логістичні обмеження. В умовах воєнних дій значна частина заходів була скасована або перенесена в більш безпечні регіони. Водночас організатори шукають нові підходи, адаптуючи події до сучасних умов: проведення онлайн-фестивалів, гібридних форматів із частковою фізичною присутністю та широким використанням цифрових технологій.

Отже, подієвий туризм в Україні має неоднозначний характер: він демонструє стійкі позитивні тенденції, зокрема зростання популярності фестивалів, формування регіональних брендів, інтеграцію цифрових технологій, але водночас стикається із серйозними проблемами — від інфраструктурних до безпекових. Проте, враховуючи багатий культурний потенціал і творчі можливості українців, цей напрям має значні перспективи для подальшого розвитку навіть у складних умовах.[30]

Суттєвим фактором, що визначає розвиток подієвого туризму в Україні, є його економічний ефект. Кожен великий фестиваль або ярмарок стає поштовхом для активізації діяльності малого та середнього бізнесу. Підприємці громадського харчування, перевізники, власники готелів, виробники сувенірної продукції отримують додаткові прибутки, що у свою чергу сприяє розвитку місцевої економіки.(Додаток 2) Для регіонів із невисоким рівнем промислового потенціалу подієвий туризм часто стає одним із небагатьох стабільних джерел доходу.[31]

Варто підкреслити і роль міжнародних подій, які відбувалися в Україні протягом останніх десятиліть. Проведення «Євробачення» у 2005 та 2017 роках у Києві, чемпіонату Європи з футболу 2012 року у декількох містах країни,

численних міжнародних конференцій та спортивних турнірів показало, що Україна здатна організовувати заходи високого рівня. Такі події не лише привернули увагу мільйонів туристів, але й сформували довготривалий позитивний імідж країни на міжнародній арені. Водночас вони виявили й низку проблем, зокрема недостатню підготовку інфраструктури та потребу в модернізації сервісу, що залишається актуальним і сьогодні.[41]

Важливу роль у розвитку подієвого туризму відіграють місцеві громади. Саме вони стають основними організаторами та учасниками заходів, забезпечують збереження автентичності та створюють атмосферу гостинності. Багато локальних фестивалів, таких як «БерегФест» на Закарпатті, «Писанковий ярмарок» у Коломиї чи «Трипільське коло» на Київщині, завдяки підтримці місцевих жителів набули значного поширення і стали туристичними візитівками своїх регіонів.[32]

Особливістю українського подієвого туризму є поєднання сучасних форматів із традиційною культурою. Сучасні музичні фестивалі, такі як «Atlas Weekend» чи «ZaxidFest», поєднують молодіжну культуру з елементами національної символіки, формуючи нову ідентичність, яка цікава як українським туристам, так і іноземним відвідувачам. У цьому полягає своєрідна конкурентна перевага України, адже вона здатна поєднувати давні традиції та сучасні тренди.

Разом із тим, варто враховувати і певну регіональну асиметрію розвитку. Якщо у великих містах подієвий туризм активно підтримується владою та бізнесом, то у малих містах та сільських громадах організація подій часто здійснюється за рахунок ентузіазму місцевих активістів, без достатньої фінансової підтримки. Це зумовлює нерівномірність у якості заходів та їхньому впливі на розвиток туризму.

Отже, аналіз подієвого туризму в Україні свідчить про наявність позитивних тенденцій і водночас значних викликів. Сильними сторонами є багатий культурний потенціал, традиції гостинності, здатність організовувати масштабні заходи, формування фестивальних брендів та використання цифрових технологій. Слабкими ж залишаються інфраструктурні обмеження, сезонність

заходів, недостатня державна підтримка та виклики безпеки. Перспективність цього напрямку в Україні не викликає сумнівів, однак його повноцінна реалізація потребує системного підходу та стратегічної підтримки на державному й регіональному рівнях.[33;34]

2.2. Проблеми організації та розвитку подієвого туризму

Попри значний потенціал і позитивні тенденції, подієвий туризм в Україні стикається з численними проблемами, які знижують ефективність його розвитку. Ці проблеми охоплюють фінансову, інфраструктурну, організаційну, кадрову та соціально-політичну сфери, створюючи комплекс перешкод для повноцінного використання туристичних можливостей країни.

Однією з головних проблем є нестача фінансових ресурсів. Більшість культурних та фестивальних заходів організовуються коштом місцевих бюджетів і приватних ініціатив, що не дозволяє забезпечити масштабність та якісну промоцію. Відсутність державних програм підтримки подієвого туризму призводить до обмеженості у фінансуванні міжнародної реклами та маркетингових кампаній. У результаті навіть ті події, які мають великий потенціал, залишаються маловідомими за межами країни. Для прикладу, «Сорочинський ярмарок» має значення національного бренду, однак він недостатньо використовується як інструмент міжнародного просування України.

Інфраструктурні проблеми також є вагомим стримуючим фактором. Багато українських міст не мають сучасних виставкових і концертних залів, стадіонів, обладнаних фестивальних майданчиків, що відповідають міжнародним стандартам. Навіть там, де інфраструктура була модернізована під час Євро-2012, значна її частина сьогодні потребує оновлення. Транспортна доступність також залишається низькою: недостатньо авіарейсів, слабкий розвиток залізничного сполучення з європейськими країнами, застарілий рухомий склад. Це створює серйозні труднощі для залучення іноземних туристів.

Ще однією проблемою є низький рівень сервісу. Незважаючи на поступові покращення, рівень обслуговування часто не відповідає міжнародним

стандартам. Бракує персоналу з високим рівнем професійної підготовки, знанням іноземних мов та навичками роботи з туристами з різних країн. Це особливо відчутно під час проведення міжнародних подій, коли рівень очікувань учасників значно зростає.

Організаційна складова також потребує уваги. Часто події в Україні проводяться без довгострокової стратегії розвитку, їхня сталість залежить від ентузіазму організаторів або наявності спонсорів. Брак координації між органами влади, туристичними операторами, бізнесом і громадськими організаціями призводить до неефективного використання ресурсів. Так, події нерідко дублюються за тематикою або відбуваються одночасно у різних містах, що розпорошує увагу туристів та зменшує економічний ефект.[35]

Безпекові фактори сьогодні виступають одним із ключових викликів. Воєнні дії на території України практично паралізували розвиток подієвого туризму у східних та південних регіонах. Навіть у відносно безпечних містах організатори змушені враховувати ризики та забезпечувати додаткові заходи безпеки, що суттєво підвищує витрати. У результаті багато масштабних подій переносяться у формат онлайн або відкладаються на невизначений термін.[37]

Проблемою є і сезонність заходів. Більшість подій зосереджена у літньо-осінній період, що створює нерівномірне навантаження на інфраструктуру, а також знижує ефективність туристичної галузі протягом року. Водночас зимовий та весняний сезони залишаються недостатньо задіяними, хоча вони мають потенціал для розвитку святкових фестивалів, зимових ярмарків та культурно-розважальних програм.

Екологічні виклики також потребують уваги. Масові заходи часто супроводжуються значним навантаженням на довкілля: накопиченням сміття, пошкодженням зелених зон, забрудненням територій. В Україні лише частково застосовуються практики «зелених подій», які вже давно використовуються у країнах Європи. Відсутність системи сортування відходів, використання одноразових матеріалів та недостатня екологічна свідомість організаторів і туристів загострюють цю проблему.[42]

Не менш важливим викликом залишається відсутність інтегрованої маркетингової стратегії. Українські події часто не мають потужного промоційного супроводу, що знижує їхній вплив на формування туристичного іміджу країни. Недостатня увага до цифрового маркетингу та соціальних мереж обмежує можливості залучення міжнародної аудиторії.[36]

Таким чином, основними проблемами розвитку подієвого туризму в Україні є: брак фінансування та державної підтримки, слабка інфраструктура, недостатній рівень сервісу, відсутність стратегічного планування і координації, безпекові ризики, сезонність, екологічні виклики та слабка маркетингова складова. Подолання цих проблем можливе лише за умови системного підходу, який передбачає співпрацю держави, місцевих органів влади, бізнесу та громадськості, а також використання міжнародного досвіду.

Крім перелічених викликів, важливою проблемою залишається кадровий дефіцит у сфері подієвого туризму. Організація масштабних заходів потребує висококваліфікованих спеціалістів у галузі менеджменту, маркетингу, логістики, безпеки та міжнародних комунікацій. В Україні таких фахівців бракує, адже система підготовки кадрів лише формується і ще не відповідає потребам ринку. Багато організаторів вимушені звертатися до іноземних консультантів або навчати персонал безпосередньо під час роботи, що підвищує витрати та знижує якість сервісу.[43]

Ще одним суттєвим бар'єром є нерозвиненість законодавчої та нормативної бази. На відміну від низки європейських країн, де чітко врегульовані питання організації масових заходів, ліцензування діяльності та дотримання стандартів безпеки, в Україні часто відсутні єдині правила. Це створює правову невизначеність для організаторів, збільшує ризики та ускладнює залучення інвесторів. Водночас процедура отримання дозволів на проведення заходів є складною і забюрократизованою, що затягує процес підготовки.

Серйозною проблемою залишається відсутність системного підходу до просування українських подій на міжнародному ринку. У світі успішні події

дестинації активно використовують глобальні маркетингові платформи, співпрацюють із міжнародними туристичними агентствами, залучають відомих брендів і зіркових артистів. В Україні ж просування здебільшого здійснюється локально, у межах окремих регіонів, і рідко виходить за кордони країни. Це обмежує потенціал залучення іноземних туристів, які могли б забезпечувати значні прибутки.

Нерідко події в Україні страждають і від низького рівня організаційної культури. Невчасна комунікація з учасниками, погано продумана логістика, відсутність чіткої інформації англійською мовою або іншими іноземними мовами формують негативний досвід для туристів. Це призводить до втрати довіри та зниження ймовірності повторних відвідин заходів.

Додатковим викликом є конкуренція з боку інших країн. Європейські сусіди України мають значно більший досвід у проведенні фестивалів і спортивних подій, а також краще розвинену інфраструктуру. Наприклад, Польща чи Угорщина успішно позиціонують свої культурні події як міжнародні бренди, тоді як українські заходи часто залишаються у «тіні» через слабку рекламу та нестачу ресурсів.

Важливим чинником, який обмежує розвиток подієвого туризму, є низький рівень залучення приватних інвесторів. Багато компаній не готові фінансувати фестивалі чи культурні заходи через високі ризики, пов'язані з нестабільною політичною та економічною ситуацією. Відсутність податкових пільг або державних гарантій робить цей сегмент малопривабливим для бізнесу.

Таким чином, проблеми розвитку подієвого туризму в Україні виходять за межі суто фінансових чи інфраструктурних обмежень. Вони охоплюють кадрову, правову, організаційну та маркетингову сфери, що комплексно впливає на ефективність галузі. Подолання цих бар'єрів можливе лише за умови формування національної стратегії розвитку подієвого туризму, яка передбачатиме не лише короткострокову підтримку окремих заходів, а й системні зміни у сфері фінансування, освіти, законодавства та міжнародного просування.

Ще однією важливою проблемою розвитку подієвого туризму є відсутність національної стратегії та єдиного координаційного органу, який би відповідав за підтримку цього напрямку. В Україні досі немає державної програми, що комплексно охоплювала б питання фінансування, маркетингу, інфраструктурного забезпечення та міжнародного просування подій. Кожен регіон або місто діють автономно, що призводить до фрагментарності та нерівномірного розвитку. У результаті успішні проекти залишаються локальними, а їх потенціал для формування іміджу країни не використовується у повній мірі.

Слабкою ланкою залишається взаємодія держави і бізнесу. У розвинених країнах приватні компанії часто виступають ключовими партнерами у фінансуванні фестивалів, виставок чи спортивних змагань. В Україні ж бізнес здебільшого не розглядає подієвий туризм як інвестиційно привабливу сферу. Це пояснюється відсутністю прозорих правил гри, високим рівнем ризиків та відсутністю стимулів, зокрема податкових пільг для організаторів заходів або спонсорів.

Негативно впливає і нестабільність політичного та економічного середовища. Для організації міжнародних подій потрібні гарантії безпеки та фінансової стабільності, проте в умовах частих криз та змін у законодавстві інвестори і туристичні оператори не готові вкладати значні ресурси. Це обмежує можливості України у залученні подій світового масштабу, які могли б суттєво підвищити міжнародний авторитет держави.[39]

Також важливою проблемою є слабкий рівень комунікації та промоції. Українські події рідко потрапляють у міжнародні календарі фестивалів та культурних заходів, а інформація про них обмежена, нерідко доступна лише українською мовою. Це знижує шанси на залучення іноземних туристів, які орієнтуються на зручність пошуку інформації та зрозумілу систему бронювання квитків і проживання.

Слід зазначити і проблему короткострокового планування. Часто організатори зосереджуються на підготовці конкретного заходу, не розглядаючи

його як інструмент довгострокового розвитку території. У результаті після завершення події не відбувається подальшої роботи з туристами, не формується система повторних візитів, а економічний ефект є тимчасовим.

Необхідно також наголосити на дисбалансі між популярними та менш відомими регіонами. Якщо Львів, Київ чи Одеса мають вже сформовані бренди і приваблюють значну кількість туристів, то подієвий потенціал малих міст і сільських територій залишається практично невикористаним. Це свідчить про потребу в комплексній державній підтримці, яка б стимулювала рівномірний розвиток подієвого туризму по всій країні.

Узагальнюючи, можна сказати, що проблеми розвитку подієвого туризму в Україні не обмежуються суто фінансовими чи інфраструктурними бар'єрами. Вони значно глибші й стосуються відсутності стратегії, слабкої взаємодії держави та бізнесу, низької якості сервісу, браку кадрів, недостатньої промоції та несприятливого політичного середовища. Вирішення цих проблем вимагає формування комплексної державної політики та впровадження довгострокових програм підтримки подієвого туризму, що дозволить інтегрувати Україну у світовий туристичний простір і перетворити події на реальний інструмент економічного та культурного зростання.

2.3. Вплив зовнішніх факторів (воєнні дії, економічна криза, пандемія) на розвиток подієвого туризму

Розвиток подієвого туризму в Україні значною мірою визначається впливом зовнішніх факторів, які суттєво змінюють умови його функціонування та перспективи. У сучасних умовах найпомітнішими серед них є воєнні дії, економічна криза та пандемія COVID-19.

Війна, що триває на території України, є головним дестабілізуючим фактором для туристичної сфери. Збройна агресія росії зумовила руйнування інфраструктури, зниження рівня безпеки та скасування більшості міжнародних і національних подій у східних і південних регіонах. Навіть у західних областях, які вважаються відносно безпечними, організатори змушені враховувати

повітряні тривоги, комендантські години та інші обмеження. Це призводить до скорочення масштабів заходів, зменшення кількості учасників і обмеження інтересу з боку іноземних туристів. Водночас у період війни зростає роль патріотичних і благодійних подій, спрямованих на підтримку армії, допомогу постраждалим громадам і зміцнення національної ідентичності.[38]

Економічна криза також суттєво вплинула на розвиток подієвого туризму. Девальвація національної валюти, інфляція, зростання вартості енергоносіїв і транспортних послуг зменшили купівельну спроможність населення. Для організаторів подій це означає обмежений платоспроможний попит і необхідність скорочувати витрати. Через здорожчання оренди майданчиків, технічного обладнання та персоналу організація великих подій стала набагато складнішою. Багато фестивалів і ярмарків були змушені зменшити програму, відмовитися від залучення іноземних артистів або навіть повністю відкласти проведення.[40]

Пандемія COVID-19 у 2020–2021 роках завдала подієвому туризму ще одного потужного удару. Карантинні обмеження, заборона масових зібрань та закриття кордонів призвели до майже повного занепаду сфери. Організатори були змушені переходити до нових форматів: онлайн-фестивалів, віртуальних виставок, гібридних конференцій. З одного боку, це дозволило підтримати зв'язок із аудиторією, з іншого — показало, що цифрові технології можуть стати ефективним інструментом у майбутньому. Однак повністю замінити атмосферу живої присутності та емоційний ефект від участі в подіях онлайн-формати не спроможні.

Наслідком цих зовнішніх факторів стало формування нових тенденцій у розвитку подієвого туризму. Зросла увага до безпеки учасників, поширилися практики використання цифрових технологій у промоції та проведенні заходів, з'явилися нові формати патріотичних і благодійних подій. Водночас організатори дедалі частіше вдаються до міжнародного партнерства, грантових програм і волонтерських ініціатив, що дозволяє частково компенсувати негативні наслідки криз.

Отже, воєнні дії, економічна криза та пандемія суттєво обмежили розвиток подієвого туризму в Україні, проте водночас стимулювали пошук нових рішень та інноваційних підходів. Адаптація до зовнішніх викликів стала необхідною умовою збереження цього напрямку, а в майбутньому може забезпечити йому новий імпульс завдяки використанню досвіду кризового управління.

Водночас не можна ігнорувати той факт, що зовнішні виклики стимулювали й появу нових можливостей для розвитку галузі. Воєнні дії, попри їх руйнівний характер, активізували волонтерський рух і призвели до появи численних культурних ініціатив, спрямованих на підтримку армії та постраждалого населення. Благодійні концерти, виставки, мистецькі акції не лише допомагають акумулювати ресурси, але й зберігають культурну ідентичність українців, виступаючи важливим чинником духовної стійкості.

Пандемія COVID-19, хоч і мала руйнівний ефект, продемонструвала потенціал цифровізації подієвого туризму. Організатори почали активно використовувати онлайн-платформи для трансляцій, створювати гібридні заходи, що поєднують фізичну та віртуальну присутність. Це дало змогу розширити географію учасників, адже до подій долучалися люди з різних країн світу, які раніше не мали можливості приїхати особисто. У перспективі такий досвід може стати конкурентною перевагою для України, адже використання цифрових технологій здатне забезпечити гнучкість і стійкість галузі навіть у кризових умовах.

Економічні труднощі, своєю чергою, спонукали організаторів до пошуку нових джерел фінансування. Замість традиційних бюджетних субсидій та спонсорських внесків дедалі частіше застосовуються грантові програми, партнерські ініціативи з міжнародними фондами, краудфандингові кампанії. Це підвищує фінансову самостійність і створює передумови для більшої диверсифікації джерел підтримки.

У підсумку можна стверджувати, що зовнішні фактори – війна, економічна криза та пандемія – суттєво обмежили розвиток подієвого туризму в Україні, але водночас стали каталізатором змін. Вони зумовили необхідність адаптації,

активного впровадження інновацій, пошуку нових форматів і стратегій. Завдяки цьому подієвий туризм в Україні, попри кризові обставини, зберіг свою актуальність і потенціал для подальшого зростання у післявоєнний період.

Крім безпосереднього впливу воєнних дій, економічної кризи та пандемії, важливо враховувати і довгострокові наслідки цих факторів. Для воєнного періоду характерне зменшення кількості іноземних туристів, що відвідують Україну. Навіть після завершення бойових дій певний час існуватиме проблема відновлення довіри до країни як безпечної дестинації. Це означає, що організаторам доведеться зосередитися на внутрішньому ринку, активізуючи роботу з локальними туристами та громадами.

Економічна криза має подвійний ефект. З одного боку, вона знижує купівельну спроможність населення, що обмежує участь у подіях. З іншого боку, складні умови стимулюють пошук нових бізнес-моделей і форматів організації заходів. Все частіше використовуються партнерські схеми, співпраця з креативними індустріями, залучення малих підприємців і громадських організацій до співфінансування чи організації подій. Це створює нові механізми взаємодії, які можуть стати основою для сталого розвитку галузі.

Пандемія COVID-19 не лише призупинила проведення подій, але й стала поштовхом до інтеграції цифрових технологій у туристичну сферу. Віртуальні виставки, онлайн-концерти, інтерактивні форуми стали поширеним явищем. Хоча вони не можуть повністю замінити «живий» досвід, проте відкрили нові ринки і дали змогу залучати аудиторію з усього світу. У перспективі ці напрацювання можуть поєднуватися з традиційними форматами, створюючи гібридні моделі подієвого туризму.

Важливим аспектом є і соціокультурний вплив зовнішніх факторів. Війна й економічні труднощі підвищили роль патріотичних, благодійних і волонтерських заходів. Події набули нової функції – вони стали не лише інструментом відпочинку чи розваг, а й засобом суспільної мобілізації, підтримки бойового духу та допомоги армії й постраждалим громадам. Це значно розширює розуміння ролі подієвого туризму в українському суспільстві.

Таким чином, зовнішні фактори виступають як загрозою, так і можливістю для розвитку подієвого туризму. Вони загострили проблеми інфраструктури, фінансування та безпеки, але водночас стимулювали інновації, розвиток цифрових форматів і нових моделей співпраці. У післявоєнний період накопичений досвід адаптації може стати основою для створення стійкої та конкурентоспроможної системи подієвого туризму в Україні.

РОЗДІЛ 3. МЕТОДИКА ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ

3.1. Оцінка потенціалу подієвого туризму в Сумській області

Сумська область має значний туристичний потенціал, зокрема у сфері подієвого туризму. Регіон відзначається багатою історико-культурною спадщиною, розвиненими етнографічними традиціями та сприятливими умовами для проведення різноманітних заходів. Унікальність Сумщини полягає у поєднанні глибоких історичних коренів, культурної самобутності та сучасних тенденцій у сфері організації подій.

Одним із ключових напрямів є проведення історико-культурних фестивалів. Сумщина багата на пам'ятки архітектури та історичні місця, що дозволяє організовувати події, пов'язані з відтворенням історичних подій, народними святами та ярмарками. Особливу роль у формуванні туристичного іміджу відіграють традиційні ярмарки, які здавна проводяться в містах і селах області. Вони не лише популяризують народні ремесла та кулінарні традиції, а й слугують важливим чинником розвитку внутрішнього туризму.

Важливим ресурсом є й наявність культурно-мистецьких заходів. У Сумах та інших містах області регулярно проводяться театральні фестивалі, музичні конкурси, художні виставки, що приваблюють як місцевих жителів, так і гостей з інших регіонів. Потенціал для розвитку має й гастрономічний туризм, зокрема фестивалі традиційної кухні та ярмарки місцевих продуктів.

Не менш перспективним напрямом є спортивний подієвий туризм. У Сумській області існують сприятливі умови для організації змагань із зимових видів спорту, легкої атлетики, футболу, велоспорту. Проведення таких заходів може сприяти залученню молодіжної аудиторії та розвитку спортивної інфраструктури регіону.

Важливою складовою подієвого туризму Сумщини є релігійні та паломницькі події. На території області розташовані численні православні храми

й монастирі, які мають значний потенціал для організації паломницьких турів і релігійних святкувань.

Оцінюючи потенціал Сумщини, можна стверджувати, що регіон має всі передумови для розвитку подієвого туризму: культурну різноманітність, історичні традиції, природні ресурси та географічне положення на перетині важливих транспортних шляхів. У поєднанні з активною підтримкою з боку місцевих громад ці фактори створюють сприятливі умови для формування унікального туристичного продукту, здатного приваблювати не лише українських, а й іноземних туристів.

Оцінюючи туристичний потенціал Сумщини, варто підкреслити значення історико-культурних ресурсів. На території області розташовані численні архітектурні пам'ятки, серед яких унікальні храми, садиби, маєтки та парки. Вони можуть стати базою для організації тематичних фестивалів і культурних подій, спрямованих на популяризацію історичної спадщини регіону. Приклади проведення історичних реконструкцій чи етнографічних свят могли б значно підвищити туристичну привабливість області.

Особливу роль у формуванні подієвого туризму Сумщини відіграють народні традиції. Фольклорні фестивалі, свята календарного циклу, виставки народних ремесел є унікальним інструментом збереження та популяризації місцевої культурної ідентичності. Розвиток цього напрямку може стати конкурентною перевагою області, адже іноземні туристи дедалі більше цікавляться автентичними культурними практиками.

Важливим ресурсом для подієвого туризму регіону є природні умови. Сумщина багата на мальовничі ландшафти, річки та озера, які створюють сприятливі умови для проведення спортивних і розважальних заходів на відкритому повітрі. Тут можна організовувати змагання з водних видів спорту, туристичні зльоти, еко-фестивалі, веломарафони та інші активності, що поєднують туризм і відпочинок із подіями.

Окремо варто виділити гастрономічний потенціал регіону. Сумщина має багаті кулінарні традиції, які можна популяризувати через проведення

кулінарних фестивалів, ярмарків місцевих продуктів, дегустаційних заходів. Такі події не лише приваблюють туристів, але й сприяють розвитку малого бізнесу та формуванню позитивного іміджу території.

Не можна оминати увагою й релігійний туризм. У Сумській області зосереджено чимало православних храмів і монастирів, які є об'єктами паломництва. Розвиток цього напрямку дає змогу поєднати духовні потреби туристів із культурно-пізнавальними подіями, такими як релігійні свята чи храмові фестивалі.

Таким чином, Сумщина володіє потужним потенціалом для розвитку подієвого туризму. Його основу становлять історико-культурні ресурси, народні традиції, природні умови, гастрономічна спадщина та релігійні об'єкти. Усі ці чинники створюють можливості для формування різноманітних подій, здатних приваблювати туристів з усієї України та з-за кордону. Головним завданням є систематизація та ефективне використання цього потенціалу, що стане базою для подальшого розвитку туристичної індустрії області. Так, у Сумах традиційно проводяться Дні міста із насиченою програмою концертів, виставок і спортивних змагань. У місті також відбуваються музичні та театральні фестивалі, зокрема «Класика на Валах», який об'єднує професійних музикантів і любителів класичної музики, та міжнародний театральний фестиваль «Чехов фест».

На рівні області популярністю користуються етнографічні свята та ярмарки. Наприклад, у місті Кролевець проводиться фестиваль «Кролевецькі рушники», присвячений унікальному місцевому ремеслу – ткацтву рушників, що є символом Сумщини. Цей захід має не лише культурне, а й туристичне значення, адже він приваблює відвідувачів з різних куточків України та сприяє збереженню народних традицій.

У місті Тростянець проводиться щорічний фестиваль історичної реконструкції «Стара фортеця. Подорож крізь століття». Подія відбувається на території унікальної архітектурної пам'ятки – Круглої фортеці, що створює особливу атмосферу й робить фестиваль привабливим як для українських, так і для іноземних туристів.

Серед гастрономічних подій варто відзначити регіональні кулінарні фестивалі, які популяризують місцеву кухню. Проведення таких заходів має значний потенціал для розвитку внутрішнього туризму, адже вони створюють умови для популяризації локальних продуктів і підтримки малого бізнесу.

Не менш цікавим напрямом є спортивні заходи. На Сумщині є давні традиції розвитку зимових видів спорту, зокрема біатлону та лижних перегонів. Місто Тростянець відоме як центр проведення змагань із біатлону, а на базі місцевих спортивних комплексів уже неодноразово проходили турніри всеукраїнського рівня. Це свідчить про потенціал для організації спортивних подій, які можуть поєднуватися з культурними та розважальними заходами.

Релігійний туризм також займає важливе місце. Святогірський монастир та численні храми Сумської області є осередками паломництва. Релігійні свята та процесії, що відбуваються в цих місцях, можуть стати основою для розвитку подієвого туризму у духовному сегменті.

Таким чином, уже сьогодні в Сумській області проводиться низка фестивалів, свят і змагань, які свідчать про наявність потужного потенціалу для розвитку подієвого туризму. Систематизація та підтримка таких заходів на державному та регіональному рівнях дозволить перетворити їх на туристичні бренди, які будуть впізнаваними не лише в Україні, а й за її межами.

Сумщина має вигідне географічне розташування на перетині транспортних шляхів, що забезпечує зручне сполучення з Києвом та іншими обласними центрами. Це створює додаткові можливості для залучення туристів на події, особливо у форматі короткострокових подорожей вихідного дня. Зручна логістика в поєднанні з доступною ціновою політикою може стати конкурентною перевагою регіону порівняно з іншими туристичними DESTINATIONAMI.

Окремо варто підкреслити науково-освітній потенціал області. Суми відомі як університетське місто, де навчається велика кількість молоді. Це відкриває широкі можливості для проведення студентських фестивалів, наукових конференцій, форумів та культурно-освітніх заходів, які можуть стати

постійною частиною календаря подій регіону. Вони сприятимуть не лише розвитку туризму, а й формуванню позитивного іміджу області як центру освіти та інновацій.

Не менш перспективним напрямом є розвиток екологічного та активного туризму у форматі подієвих заходів. Сумщина має сприятливі природні умови для організації еко-фестивалів, спортивних турнірів на природі, велопробігів, туристичних змагань. Поєднання природних ресурсів із культурними подіями може стати унікальною пропозицією для туристів, які прагнуть різноманітності та активного відпочинку.

Регіон має також значний потенціал у сфері транскордонного співробітництва. Близькість до кордону може бути використана як фактор для проведення спільних культурних та освітніх заходів у партнерстві з міжнародними організаціями. Такі події здатні підвищити впізнаваність Сумщини на міжнародному рівні й забезпечити додаткові інвестиції в інфраструктуру.

Загалом оцінка туристичного потенціалу Сумської області свідчить, що вона володіє всіма необхідними умовами для активного розвитку подієвого туризму: унікальною культурною спадщиною, автентичними традиціями, сприятливим природним середовищем, освітньо-науковим ресурсом і вигідним географічним положенням. Розвиток цього напрямку може стати важливим фактором соціально-економічного зростання регіону, формування його позитивного іміджу та залучення туристів як з України, так і з-за кордону.

3.2. Аналіз проблем та сучасного стану розвитку подієвого туризму на Сумщині

Попри значний потенціал, подієвий туризм у Сумській області розвивається повільними темпами й поки що не перетворився на вагомий чинник соціально-економічного зростання регіону. Сучасний стан характеризується окремими локальними успіхами, але в цілому галузь залишається недостатньо

структурованою та потребує підтримки з боку держави, місцевої влади та бізнесу.

Однією з найбільших проблем є обмеженість фінансування. Більшість подій організовується за рахунок місцевих бюджетів або ентузіазму громадських організацій. Це призводить до того, що заходи здебільшого мають локальний характер і не отримують належного поширення на загальноукраїнському чи міжнародному рівнях. Відсутність потужних інвесторів та спонсорів знижує якість організації та масштабність подій.

Іншою проблемою є слабка інфраструктурна база. У багатьох населених пунктах області немає достатньо готелів, ресторанів і транспортних вузлів, здатних приймати великі потоки туристів. Обмежене транспортне сполучення, особливо міжнародне, робить регіон менш доступним для іноземних гостей. Це створює серйозні бар'єри для розвитку фестивалів і спортивних заходів, які потребують значної кількості відвідувачів.

Не менш важливим викликом є низький рівень промоції. Значна частина подій на Сумщині не має професійно розробленої маркетингової стратегії. Інформація про них поширюється переважно через локальні ЗМІ або соціальні мережі на рівні окремих громад. Це обмежує можливості залучення нових учасників, особливо з інших областей та з-за кордону. Для прикладу, фестиваль «Кролевецькі рушники» має унікальну культурну складову, але недостатньо популяризується на міжнародному рівні, хоча міг би стати брендом області.

Кадровий дефіцит також негативно позначається на якості організації заходів. У регіоні бракує фахівців у сфері івент-менеджменту, маркетингу та туризмології. Це призводить до того, що значна частина подій організовується силами волонтерів або місцевих ентузіастів, що, з одного боку, свідчить про високий рівень громадської активності, але з іншого – не забезпечує професійного підходу до організації.

Важливим чинником, що впливає на розвиток подієвого туризму, є безпекова ситуація. Близькість Сумської області до державного кордону з росією зумовлює постійні ризики та обмежує проведення масових заходів. Це негативно

впливає на імідж регіону як туристично безпечної дестинації та ускладнює залучення іноземних туристів.

Разом із тим, у сучасному стані подієвого туризму на Сумщині можна відзначити й позитивні тенденції. Зокрема, місцеві громади дедалі активніше залучаються до організації подій, розвивають етнографічні та культурні фестивалі. Прикладами є відродження народних свят, розвиток гастрономічних ярмарків, проведення мистецьких акцій у Сумах, Тростянці, Кролевці. Наявність активних громадських ініціатив і культурних осередків створює основу для подальшого розвитку.

Таким чином, сучасний стан подієвого туризму на Сумщині можна охарактеризувати як такий, що має високий потенціал, але обмежується рядом проблем: нестачею фінансування, слабкою інфраструктурою, низьким рівнем маркетингової підтримки, кадровим дефіцитом і безпековими ризиками. Для подолання цих бар'єрів необхідне впровадження комплексної регіональної стратегії, яка поєднуватиме державну підтримку, інвестиції бізнесу та активність місцевих громад.

Ще однією суттєвою проблемою є слабка інтеграція подієвого туризму Сумщини у національний та міжнародний туристичний простір. Багато заходів, навіть тих, що мають унікальну культурну складову, залишаються маловідомими за межами області. Відсутність співпраці з національними туроператорами та міжнародними туристичними платформами значно знижує їхній промоційний потенціал. У результаті навіть перспективні фестивалі не отримують належного визнання та не використовуються як інструмент формування позитивного іміджу регіону.

Варто також зазначити, що більшість подій у Сумській області мають локальний характер і орієнтовані переважно на жителів області. Це зменшує їх економічний ефект і не сприяє розвитку суміжних сфер – готельного бізнесу, ресторанного господарства, транспорту. Для перетворення подієвого туризму на дієвий фактор регіональної економіки необхідно робити акцент на

масштабуванні заходів та створенні подій, здатних приваблювати туристів з інших регіонів України та з-за кордону.

Окремої уваги заслуговує проблема екологічної відповідальності. Масові заходи нерідко супроводжуються засміченням територій та відсутністю належних умов для збору й утилізації відходів. У світі вже давно активно застосовується концепція «зелених подій», яка передбачає мінімізацію негативного впливу на довкілля. На Сумщині ж такі практики поки що використовуються епізодично, що свідчить про потребу у впровадженні сучасних екологічних стандартів у сфері організації масових заходів.

Крім того, розвиток подієвого туризму обмежується нестачею стратегічного планування. У регіоні немає єдиного координаційного центру, який би відповідав за розвиток цього напрямку, що призводить до хаотичності у проведенні подій. Часто вони організуються разово, без перспективи регулярності та закріплення у календарі туристичних заходів України. Це зменшує їх впізнаваність і перешкоджає формуванню постійного туристичного потоку.

Водночас у Сумській області є й позитивні приклади, які демонструють перспективність розвитку галузі. Так, фестиваль історичної реконструкції «Стара фортеця. Подорож крізь століття» у Тростянці вже набув статусу культурного бренду регіону і щороку привертає увагу тисяч відвідувачів. «Кролевецькі рушники» стали унікальною подією, яка популяризує традиційне українське ремесло. Такі заходи можуть слугувати прикладом для створення подібних ініціатив у інших містах області.

Таким чином, сучасний стан подієвого туризму на Сумщині можна охарактеризувати як такий, що має вагомий культурний та економічний потенціал, але потребує комплексного вирішення низки проблем. Основними викликами залишаються: недостатнє фінансування, слабка інфраструктура, низький рівень маркетингу, кадровий дефіцит, безпекові ризики, відсутність екологічних стандартів і стратегічного планування. Подолання цих бар'єрів відкриє можливість для формування сильних туристичних брендів Сумщини та

підвищення її конкурентоспроможності на національному та міжнародному рівнях.

Важливим аспектом сучасного стану подієвого туризму на Сумщині є його обмежений економічний вплив. Хоча окремі заходи й привертають увагу туристів, вони не створюють значного мультиплікативного ефекту для регіональної економіки. Це пояснюється, з одного боку, низькою відвідуваністю, а з іншого — відсутністю комплексного туристичного продукту, що поєднував би подію з проживанням, харчуванням, екскурсійними турами та додатковими розвагами. Таким чином, навіть успішні фестивалі не завжди сприяють розвитку суміжних сфер бізнесу.

Роль місцевих громад у розвитку подієвого туризму є значною, але поки що недостатньо системною. Багато заходів організуються саме завдяки активності місцевих ентузіастів і культурних осередків, проте їхні можливості обмежені браком фінансування й досвіду. За умови налагодження партнерства між громадами, органами місцевого самоврядування та бізнесом подієвий туризм міг би перетворитися на реальний інструмент соціально-економічного розвитку територій.

Варто підкреслити й проблему недостатньої співпраці з приватним сектором. Бізнес здебільшого не розглядає подієвий туризм як перспективний напрям для інвестування через високі ризики, низьку відвідуваність і слабку промоцію. Проте у світовій практиці саме спонсори й інвестори відіграють ключову роль у формуванні потужних подієвих брендів. Для Сумщини перспективним може стати впровадження механізмів державно-приватного партнерства, які дозволять залучати бізнес до фінансування культурних і спортивних заходів.

Ще однією проблемою є недостатня регулярність і сталість проведення заходів. Багато фестивалів та свят мають епізодичний характер і не входять до сталого календаря подій, що знижує інтерес з боку туристів. Міжнародна практика показує, що саме регулярність і прогнозованість подій формує довіру та стимулює відвідувачів планувати поїздки заздалегідь. Для Сумщини

надзвичайно важливо закріплювати заходи у щорічному графіку і просувати їх як частину туристичного бренду області.

Окремо варто згадати проблему низької впізнаваності регіону. Попри цікаві культурні ініціативи, Сумщина не має сформованого туристичного образу на рівні України, не кажучи вже про міжнародний ринок. Відсутність потужних комунікаційних кампаній і сучасних маркетингових інструментів робить події регіону малопомітними.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що сучасний стан подієвого туризму на Сумщині є суперечливим. З одного боку, область володіє значним потенціалом і має приклади успішних фестивалів та культурних ініціатив. З іншого — наявні проблеми не дозволяють перетворити ці події на потужні туристичні бренди. Подальший розвиток потребує стратегічного планування, розширення співпраці з бізнесом, посилення ролі місцевих громад та застосування сучасних маркетингових і цифрових технологій.

Ще одним викликом для подієвого туризму на Сумщині є відсутність сталості та передбачуваності проведення заходів. Багато фестивалів та свят відбуваються нерегулярно, їхні дати часто змінюються або взагалі переносяться. Це знижує рівень довіри серед потенційних відвідувачів, адже туристи не можуть планувати свої подорожі заздалегідь. Для успішного розвитку галузі необхідно створювати календар постійних подій, які відбуватимуться щороку у визначений час, що сприятиме формуванню позитивної репутації регіону.

Варто також звернути увагу на проблему недостатньої координації між органами влади, бізнесом і культурними установами. Відсутність спільної стратегії розвитку призводить до того, що події проводяться ізольовано одна від одної, без об'єднання у спільний туристичний продукт. У результаті область втрачає можливість комплексно презентувати свої ресурси й приваблювати більшу кількість туристів.

Окремою проблемою залишається слабе залучення молодіжної аудиторії. Хоча в регіоні проводиться низка фестивалів, більшість із них орієнтовані на старші покоління або мають вузьку культурну спрямованість. Молодь же прагне

сучасних форматів – музичних фестивалів, інтерактивних шоу, креативних заходів, що поєднують традиції та інновації. Недостатня увага до цієї категорії туристів обмежує динаміку розвитку галузі та зменшує можливості для формування довгострокової туристичної бази.

Суттєвою проблемою є і недооцінка потенціалу міжрегіональної співпраці. Сумщина має географічне розташування, що дозволяє створювати туристичні маршрути у поєднанні з іншими областями. Проте бракує ініціатив із розробки спільних проєктів і комплексних турів, які могли б включати кілька подій у різних регіонах, підвищуючи привабливість територій.

Разом із тим, не можна ігнорувати позитивні зрушення. Упродовж останніх років місцеві громади проявляють дедалі більшу активність у відродженні культурних традицій, організації фестивалів і ярмарків. Важливо, що саме громади стають рушійною силою подієвого туризму, адже вони найкраще розуміють локальні особливості та потреби. Такі ініціативи, навіть за умов обмеженого фінансування, створюють унікальний продукт, який може бути привабливим для внутрішнього туризму.

Отже, сучасний стан подієвого туризму на Сумщині відображає поєднання проблем і позитивних тенденцій. З одного боку, регіон має слабку інфраструктуру, низький рівень маркетингу, кадровий дефіцит, відсутність стратегічної координації та нестабільність проведення заходів. З іншого боку, наявність культурного багатства, активність місцевих громад і перші успішні приклади фестивалів свідчать про значний потенціал. Саме системна робота з вирішення проблем і підтримка локальних ініціатив можуть стати запорукою перетворення Сумщини на привабливу подієву дестинацію України.

3.3. Рекомендації та перспективи удосконалення організації подієвого туризму на Сумщині

Для розвитку подієвого туризму в Сумській області необхідний комплексний підхід, що охоплюватиме організаційні, економічні та маркетингові аспекти.

Передусім слід розробити регіональну стратегію розвитку подієвого туризму, яка б визначила пріоритетні напрями, перспективні локації та календар основних подій. Це дозволить систематизувати діяльність організаторів і забезпечити сталість проведення заходів. Стратегія має бути інтегрована у загальноукраїнську туристичну політику, щоб Сумщина стала впізнаваним туристичним регіоном не лише в Україні, а й за її межами.

Другим важливим завданням є розвиток інфраструктури. Регіону необхідні сучасні майданчики для концертів, фестивалів і спортивних змагань, а також належна готельна й транспортна інфраструктура. Доцільно передбачити механізми державно-приватного партнерства, які дозволять залучати бізнес до фінансування інфраструктурних проєктів.

Не менш важливим напрямом є маркетинг і промоція. Сумщина повинна активно використовувати сучасні цифрові інструменти: соціальні мережі, мобільні додатки, інфлюенс-маркетинг, онлайн-платформи для бронювання квитків. Необхідно створити єдиний інформаційний портал, де буде представлено календар усіх подій області з можливістю онлайн-реєстрації та придбання квитків.

Важливу роль відіграє кадрове забезпечення. Слід налагодити підготовку спеціалістів у сфері івент-менеджменту, маркетингу та туризмології на базі місцевих закладів освіти у співпраці з університетами інших регіонів. Організація тренінгів, семінарів і майстер-класів для місцевих організаторів допоможе підвищити якість проведення заходів.

Необхідно також упроваджувати екологічні стандарти. Використання біорозкладних матеріалів, сортування відходів, організація еко-транспорту під час подій сприятимуть формуванню позитивного іміджу регіону та відповідатимуть сучасним міжнародним трендам.

З огляду на безпекову ситуацію, варто приділяти особливу увагу захисту учасників. Це включає налагодження взаємодії з правоохоронними органами, розробку планів евакуації, використання цифрових систем сповіщення та

контролю відвідувачів. Забезпечення високого рівня безпеки є ключовим фактором довіри до подій.

Перспективи розвитку подієвого туризму на Сумщині пов'язані насамперед із використанням локальних ресурсів та автентичності. Етнографічні та історичні фестивалі, гастрономічні ярмарки, культурно-мистецькі події можуть стати брендами області. Водночас важливо орієнтуватися на сучасні інноваційні формати, які поєднують традицію і креативність.

У майбутньому подієвий туризм може стати одним із головних інструментів економічного відновлення Сумщини. Він сприятиме розвитку малого бізнесу, створенню робочих місць, формуванню позитивного іміджу регіону та інтеграції у загальнонаціональний і міжнародний туристичний простір.

Важливою умовою удосконалення подієвого туризму на Сумщині є активна участь місцевих громад. Саме вони є носіями культурних традицій, а їхня ініціатива та залучення можуть стати ключовим чинником успіху. Створення громадських культурних центрів, підтримка місцевих фольклорних колективів і ремісників здатні забезпечити автентичність і привабливість заходів. Для цього органи влади мають запровадити програми мікрогрантів і конкурсів для громадських організацій, що займаються організацією подій.

Окремої уваги заслуговує розвиток співпраці з бізнесом. Підприємці можуть виступати партнерами й спонсорами заходів, отримуючи водночас рекламні можливості та лояльність аудиторії. Створення системи пільг для бізнесу, який інвестує у проведення культурних і спортивних подій, дозволить підвищити рівень залученості приватного сектору. Така співпраця сприятиме створенню комплексного туристичного продукту, що об'єднає подію, проживання, харчування, транспорт і додаткові послуги.

Необхідно розвивати також міжнародне партнерство. Сумщина може співпрацювати з прикордонними регіонами ЄС у сфері культурних обмінів, організації спільних фестивалів, залучення європейських грантів на розвиток інфраструктури. Це сприятиме інтеграції області в міжнародний туристичний

простір і допоможе формувати позитивний імідж регіону як відкритої й культурно багатой території.

Перспективним напрямом є створення календаря подій, який включав би найбільш важливі фестивалі, ярмарки, культурно-мистецькі акції та спортивні заходи. Такий календар може стати основою для просування області на національному та міжнародному ринках, адже він дозволить туристам планувати поїздки заздалегідь і підвищить довіру до стабільності проведення заходів.

Ще одним кроком є впровадження інноваційних форматів, що поєднують традиційність і сучасні технології. Наприклад, етнографічні фестивалі можуть бути доповнені мультимедійними шоу, VR-реконструкціями історичних подій, інтерактивними виставками. Це дозволить зробити заходи більш привабливими для молодой аудиторії та підвищить їхню конкурентоспроможність.

Перспективи розвитку подієвого туризму на Сумщині тісно пов'язані з післявоєнним відновленням. Організація культурних, спортивних і благодійних подій може стати не лише інструментом економічного зростання, але й засобом відновлення соціальной згуртованості та зміцнення національной ідентичності. У цьому контексті подієвий туризм виконує важливу соціокультурну місію, виходячи за межі комерційного інтересу.

Таким чином, удосконалення організації подієвого туризму на Сумщині потребує багаторівневого підходу: від розробки стратегії і розвитку інфраструктури до впровадження інноваційних технологій, екологічних стандартів, міжнародної співпраці та активного залучення місцевих громад і бізнесу. Реалізація цих рекомендацій дозволить перетворити Сумщину на конкурентоспроможний туристичний регіон України, здатний приваблювати внутрішніх та іноземних туристів.

Одним із ключових кроків удосконалення подієвого туризму на Сумщині є формування сильного туристичного бренду області. Для цього необхідно визначити унікальні події, які здатні стати візитівкою регіону, наприклад фестиваль «Кролевецькі рушники» або реконструкційний фестиваль «Стара

фортеця. Подорож крізь століття». Такі заходи можуть бути позиціоновані як «магніти» для туристів і просуватися на національному та міжнародному рівнях.

Ще одним важливим напрямом є створення умов для розвитку малого і середнього бізнесу у сфері туризму. Власники готелів, ресторанів, транспортних компаній, виробники сувенірів можуть бути безпосередніми вигодонабувачами від подій. Для цього доцільно впроваджувати програми підтримки підприємців, що працюють у сфері подієвого туризму, зокрема податкові пільги або грантові конкурси.

Розвиток цифрових технологій має стати пріоритетом для регіону. Створення інтерактивного онлайн-порталу з календарем подій, системою бронювання квитків, віртуальними турами та мультимедійними матеріалами значно підвищить доступність інформації для туристів. Використання мобільних застосунків, QR-кодів і інтерактивних карт дозволить зробити відвідування подій зручнішим і сучаснішим.

Особливу увагу слід приділити розвитку освітніх і наукових подій. Суми є університетським містом, і на базі місцевих вишів можна проводити міжнародні конференції, форуми, студентські фестивалі, які поєднують освітню, наукову та туристичну складову. Це допоможе залучити молодіжну аудиторію й сприятиме популяризації регіону як центру освітнього та культурного життя.

Перспективним напрямом є створення мережі партнерств між Сумщиною та іншими регіонами України й зарубіжжя. Проведення спільних фестивалів, культурних обмінів і туристичних програм дасть змогу об'єднати ресурси, обмінюватися досвідом і просувати регіон на ширшій арені.

Необхідно також звернути увагу на інклюзивність заходів. Створення умов для участі людей з обмеженими можливостями підвищить соціальну цінність подій і дозволить охопити ширшу аудиторію.

Перспективи подієвого туризму на Сумщині тісно пов'язані із післявоєнним відновленням регіону. Саме події можуть стати потужним інструментом відродження культурного життя, об'єднання місцевих громад і формування позитивного міжнародного іміджу України. З огляду на стратегічне

положення області та її багату культурну спадщину, Сумщина має всі шанси перетворитися на центр проведення культурних, історичних і гастрономічних заходів, які будуть цікаві як внутрішнім, так і зовнішнім туристам.

Отже, рекомендації щодо удосконалення організації подієвого туризму на Сумщині охоплюють: формування бренду області, розвиток бізнесу й інфраструктури, цифровізацію, підтримку освітніх і наукових подій, екологізацію заходів, інклюзивність та міжнародну співпрацю. Реалізація цих кроків забезпечить сталий розвиток регіону, підвищить його конкурентоспроможність і сприятиме інтеграції у світовий туристичний простір.

Важливою складовою удосконалення подієвого туризму є створення регіональної системи менеджменту подій. Йдеться про необхідність заснування спеціалізованого координаційного центру або туристично-інформаційного офісу, який би відповідав за формування календаря заходів, координацію між громадами, бізнесом і владою, а також за міжнародне просування подій. Така інституція могла б стати «мозковим центром» подієвого туризму Сумщини.

Окремої уваги заслуговує формування туристичних кластерів. Наприклад, фестивалі можуть поєднуватися з екскурсіями до історико-культурних об'єктів, відвідуванням музеїв, знайомством із гастрономічними традиціями регіону. Це дозволить перетворювати події на комплексний туристичний продукт, який забезпечує значно більший економічний ефект.

Перспективним є розвиток тематичних маршрутів, пов'язаних із подіями. Наприклад, можна створити «Фестивальний маршрут Сумщини», який об'єднає найпопулярніші події регіону: «Кролевецькі рушники», історичну реконструкцію у Тростянці, гастрономічні ярмарки у Глухові чи Сумах. Це сприятиме збільшенню тривалості перебування туристів у регіоні та підвищить їхні витрати на супутні послуги.

Необхідно активніше залучати сучасні форми фінансування. Окрім бюджетних коштів і традиційного спонсорства, доцільно розвивати краудфандингові платформи, які дозволять залучати кошти безпосередньо від зацікавленої аудиторії. Також варто орієнтуватися на міжнародні грантові

програми у сфері культури, туризму та сталого розвитку, що відкриє додаткові фінансові можливості.

Важливим є питання формування позитивного іміджу Сумщини як безпечного туристичного регіону. Це можливо завдяки впровадженню сучасних систем безпеки на заходах, організації партнерств із силовими структурами та чіткій комунікації щодо дотримання безпекових стандартів. У поєднанні з інформаційними кампаніями це дозволить подолати стереотипи та залучити ширшу аудиторію.

Довгострокові перспективи розвитку подієвого туризму в Сумській області пов'язані також із цифровізацією та інноваціями. Використання віртуальної та доповненої реальності, створення онлайн-архівів фестивалів, проведення гібридних подій дозволять регіону стати більш конкурентним у світовому туристичному просторі.

Отже, для вдосконалення організації подієвого туризму на Сумщині доцільно реалізувати такі рекомендації:

- створити координаційний центр з розвитку подій;
- впровадити концепцію туристичних кластерів і маршрутів;
- залучати нові форми фінансування, включно з краудфандингом і грантами;
- формувати позитивний імідж регіону через підвищення безпеки;
- активно розвивати цифрові технології та інноваційні формати подій.

Реалізація цих кроків дозволить перетворити Сумщину на сучасний туристичний центр, здатний не лише зберігати та популяризувати власні традиції, а й створювати інноваційні події, які забезпечуватимуть стабільний туристичний потік і сприятимуть соціально-економічному розвитку регіону.

ВИСНОВКИ

Подієвий туризм сьогодні є одним із найбільш перспективних напрямів туристичної діяльності, що поєднує культурні, соціальні, економічні та інноваційні складові. Проведене дослідження дозволило комплексно оцінити його теоретичні засади, сучасний стан в Україні та можливості розвитку на прикладі Сумської області.

У першому розділі було визначено сутність і класифікацію подієвого туризму, охарактеризовано його основні форми та різновиди. Було встановлено, що він охоплює культурно-мистецькі заходи, етнографічні свята, спортивні змагання, ділові події, релігійні урочистості. Розгляд світового досвіду показав, що успіх у цій сфері забезпечується завдяки системній державній підтримці, інтеграції подій у стратегію розвитку територій, інноваційному підходу до організації та ефективному маркетингу. Подієвий туризм у світі давно став потужним інструментом формування іміджу країн і регіонів.

У другому розділі досліджено сучасний стан і проблеми розвитку подієвого туризму в Україні. Було виявлено ключові бар'єри: недостатнє фінансування, слабка інфраструктура, низький рівень сервісу, нестача кадрів і недостатній маркетинговий супровід. Суттєвий негативний вплив мали воєнні дії, економічна нестабільність і пандемія COVID-19, які призвели до скасування або зміни форматів більшості масових заходів. Водночас позитивною тенденцією є активність місцевих громад та здатність організаторів адаптуватися до кризових умов через використання онлайн-форматів і гібридних технологій. Це свідчить про гнучкість галузі та її здатність до відновлення.

У третьому розділі увагу зосереджено на аналізі подієвого туризму в Сумській області. Було показано, що регіон володіє значним потенціалом: багатою культурною спадщиною, історичними пам'ятками, фольклорними традиціями, гастрономічною автентичністю, спортивними ресурсами й релігійними центрами. При цьому виявлено й низку проблем: недостатній рівень

інфраструктурного забезпечення, обмежене фінансування, слабку промоцію, відсутність стратегічного планування та ризики, пов'язані з прикордонним розташуванням. Водночас приклади успішних заходів – фестивалі «Кролевецькі рушники», «Стара фортеця. Подорож крізь століття», театральний «Чехов фест» – демонструють потенціал регіону як подієвої дестинації. Запропоновані рекомендації охоплюють створення регіонального туристичного бренду, розвиток державно-приватного партнерства, цифровізацію подій, екологізацію заходів, активну залученість громад і співпрацю з бізнесом та міжнародними партнерами.

Загалом результати дослідження дозволяють зробити висновок, що подієвий туризм є не лише інструментом дозвілля, але й важливим чинником соціально-економічного розвитку України. Його розвиток сприятиме зростанню доходів регіонів, підвищенню їхньої конкурентоспроможності, створенню нових робочих місць, формуванню позитивного іміджу держави на міжнародному ринку. Для Сумщини цей напрям особливо актуальний, адже він може стати дієвим механізмом культурного відродження, соціальної згуртованості та післявоєнного економічного відновлення.

Таким чином, подієвий туризм в Україні загалом і на Сумщині зокрема має всі передумови для динамічного розвитку. Його успішна реалізація потребує системного підходу, що поєднує державну підтримку, приватні інвестиції, активність місцевих громад і використання кращих міжнародних практик. У перспективі саме цей вид туризму може стати одним із ключових драйверів інтеграції України у світовий туристичний простір та відновлення її авторитету як сучасної й культурно багатой країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Київ : Київський університет, 2021. 395 с.
2. Бондарев В. І. Особливості функціонування системи державного управління в сфері туризму України. Одеса : Видавництво «Молодий вчений», 2023. 84 с.
3. Борисенко О. Державні механізми підтримки розвитку туристичної галузі в умовах воєнного часу в Україні. Аспекти публічного управління. 2024. №12(4). С. 97-102. DOI : <https://doi.org/10.15421/152454>
4. Гаврилук А. М. Державна політика у сфері туризму в Україні: соціогуманітарний вимір : монографія. Вид. 2-ге. Київ : Видавництво Ліра-К, 2022. 428 с.
5. Герасименко В. Г., Михайлюк О. Л. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції. Київ : ФОП Гуляєва В. М., 2021. 332 с.
6. Голод А. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування : монографія. Львів : ЛДУФК, 2022. 340 с.
7. Державна служба статистики України. Туристична діяльність в Україні: статистичний збірник. Київ, 2023.
8. Державне агентство розвитку туризму України. Офіційний сайт. URL : <https://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 10.05.2025)
9. Дурович А. П. Маркетинг туризму. Мінськ: Новое знание, 2021. 423 с.
10. Конько І.М., Єпик Л.І. Проблеми та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні. Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції (присвячена пам'яті

професора Григорія Євтіювича Мазнева). (м. Харків, 06-07 березня 2025 року). Харків : ДБТУ. Ч. 3. 2025. 656 с. С.341-345.

11. Конько І., Єпик Л. Подієвий туризм Сумщини: стан і перспективи. Туризм. Географія. Екологія: інновації, освіта, бізнес : Матер. II Міжнар. наук.-практ. онлайн-конф. (20-21 березня 2025 р., м. Житомир). Житомир : Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2025. 244 с. С.70-73.

12. Кудлаєнко С. В. Подієвий туризм як чинник сталого розвитку територій. Економіка та суспільство. 2022. № 40. С. 154-160.

13. Мальська М. П., Занько Ю. І. Туризм: теорія та практика. Львів : «Магнолія», 2021. 512 с.

14. Папш В. В. Особливості розвитку подієвого туризму в Україні. Науковий вісник УжНУ. Серія економіка. 2021. № 62. С. 112-118.

15. П'ятницька Г. Т., Музиченко-Козловська О. В. Туристичний бізнес: теорія і практика. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 364 с.

16. Стратегія розвитку туризму та курортів України на період до 2030 року. Київ : Міністерство культури та інформаційної політики України, 2022.

17. Сімків Л. Є. Подієвий туризм як інноваційна форма розвитку регіонального туризму. Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2021. №48. С. 210-218.

18. Статистичний щорічник Сумської області за 2022 рік. Головне управління статистики у Сумській області.

19. Федорчук І. Ю., Коваленко О. В. Інноваційні підходи до організації подієвого туризму в регіонах України. Вісник Сумського державного університету. Серія: Економічні науки. 2023. №2(55). С. 75-82.

20. Хмельовська О. П. Маркетингові стратегії розвитку подієвого туризму в Україні. Туризм: економіка і практика. 2022. № 3(47). С. 33-42.

21. Allen J., O'Toole W., Harris R., McDonnell I. Festival and Special Event Management. 6th ed. New York : Wiley, 2021. 512 p.

22. Collins A., Cooper C. Measuring the Economic Impact of Events. International Journal of Tourism Research. 2021. Vol. 23(5). P. 674-687.

23. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*. 2021. Vol. 33(1). P. 403-428.
24. Hall C. M. Event Tourism and Climate Change. *Current Issues in Tourism*. 2021. Vol. 23(4). P. 442-457.
25. Hallmann K., Breuer C. *Event-Specific Branding: Leveraging Events for Destination Marketing*. New York : Springer, 2021. 246 p.
26. Page S. J. *Tourism Management*. 6th ed. London : Routledge, 2021. 473 p.
27. Pimentel-de-Oliveira D. The Design of Tourism Policies Adjusted to High Potential Destinations: A Methodology for the Creation of a Green Paper Inspired by the Cávado and the Ave. *Athens Journal of Tourism*. 2023. Vol. 10. Issue 4. P. 259-280. DOI : <https://doi.org/10.30958/ajt.10-4-2>
28. Quinn B. *Arts Festivals and the City*. London : Routledge, 2021. 228 p.
29. Raj R., Walters P., Rashid T. *Events Management: Principles and Practice*. London : SAGE Publications, 2022. 360 p.
30. Richards G., Palmer R. *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*. Oxford : Butterworth-Heinemann, 2021. 352 p.
31. Ribeiro Ramos O. O. Strategic management of the development of the regional tourist complex. *Bulletin of Economic Science*. 2023. Vol. 2(45). P. 82-89. DOI : [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2023.2\(45\).82-89](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2023.2(45).82-89)
32. Shone A., Parry B. *Successful Event Management*. 5th ed. Andover : Cengage Learning, 2021. 340 p.
33. Smith M. K. *Issues in Cultural Tourism Studies*. 4th ed. London : Routledge, 2022. 392 p.
34. Tkaczynski A., Rundle-Thiele S. R. Event tourism research: A systematic literature review. *Event Management*. 2021. Vol. 24(2). P. 185-200.
35. Weston S. A. *Commercial Recreation and Tourism: An Introduction to Business Oriented Recreation*. N.-Y. : Brown and Benchmark, 2021. 190 p.
36. Yeoman I. *Event Futures: The Future of Events and Festivals*. London : Routledge, 2022. 270 p.

37. Bobeka V., Gotalb G., Horvatc T. War in Ukraine on the Travel Habits of Ukrainian Tourists. Our economy. 2023. Vol. 69(3). DOI : <https://intapi.sciendo.com/pdf/10.2478/ngoe-2023-0018>
38. But T. Identification of problems and post-war recovery of tourism in Ukraine. Management and Entrepreneurship: Trends of Development. 2024. Vol. 1(27), pp. 32-43. DOI : <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2024-1/27-03>
39. Hajar S., Wahyudi H., Ambia Arma N., Kholik K. Tourism Policy Based on Good Tourism Governance in Realizing Sustainable Tourism. Iapa Proceedings Conference. 2024. P. 1043-1055. DOI : <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1180>
40. Hao G. The development of military tourist resources. Progress in geography. 2021. Vol. 16(4), pp. 75-81.
41. International tourism consolidates strong recovery amidst growing challenges. The official website World Tourism Organization (UNWTO). URL : <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> (дата звернення: 30.03.2025)
42. Kordić N., Živković R., Stanković J., Gajić J. Safety and Security as factors of tourist destination competitiveness. URL : <https://portal.sitcon.singidunum.ac.rs/Media/files/2015/34-38.pdf> (дата звернення: 28.02.2025)
43. OECD Tourism Trends and Policies 2022. Paris : OECD Publishing, 2022.
44. Page S. J., Connell J. Event management research: latest trends. Tourism Review International. 2021. Vol. 25(1), pp. 23-34.
45. Rastegar R., Higgins-Desbiolles F., Ruhanen L. Tourism, global crises and justice: Rethinking, redefining and reorienting tourism futures. Journal of Sustainable Tourism. 2023. Vol. 31(12), 2613-2627. DOI : <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2219037>
46. Visit Ukraine. Tourism during war. URL : <https://visitukraine.today> (дата звернення: 22.02.2025)

47. World Tourism Organization (UNWTO). International tourism highlights. Madrid : UNWTO, 2022.
48. Allen J., O'Toole W., Harris R., McDonnell I. Festival and Special Event Management. 6th ed. New York : Wiley, 2021. 512 p.
49. Collins A., Cooper C. Measuring the Economic Impact of Events. International Journal of Tourism Research. 2021. Vol. 23(5). P. 674-687.
50. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research. Tourism Management. 2021. Vol. 33(1). P. 403-428.

ДОДАТКИ

Додаток 1

Анкета для опитування туристів щодо подієвого туризму

Мета: визначити інтерес туристів до різних видів подій та оцінити рівень організації.

Питання анкети:

Ваш вік: _____

Ваше місто/область: _____

Як часто ви відвідуєте подієві заходи?

- Раз на рік
- 2–3 рази на рік
- 4–6 разів на рік
- Більше 6 разів на рік

Які типи подій вас цікавлять? (можна кілька варіантів)

- Культурні (фестивалі, виставки, театральні події)
- Музичні (концерти, джазові фестивалі)
- Гастрономічні (ярмарки, дегустації)
- Спортивні (змагання, марафони)

Що для вас найважливіше при виборі події?

- Ціна квитка
- Локація
- Програма заходу
- Інфраструктура та сервіс

Продовження додатку 1

Оцініть рівень організації подій, які ви відвідували (1 – дуже погано, 5 – відмінно):

Транспорт та доступність: 1 2 3 4 5

Проживання та харчування: 1 2 3 4 5

Інформаційна підтримка (сайти, соцмережі, реклама): 1 2 3 4 5

Які нові формати подій ви хотіли б бачити в Україні? _____

Таблиця оцінки наявної підієвої інфраструктури в регіонах України

Регіон	Кількість щорічних заходів	Готельний фонд (кількість місць)	Транспортна доступність	Рівень реклами та медіа-підтримки	Перспективи розвитку
Київська обл.	45	12 000	Висока	Високий	Високі
Львівська обл.	38	9 500	Середня	Середній	Високі
Одеська обл.	30	7 800	Висока	Середній	Середні
Івано-Франківська обл.	22	3 200	Низька	Низький	Середні
Харківська обл.	25	5 000	Середня	Середній	Середні

Календар подієвих заходів України на 2025 рік

Місяць	Назва заходу	Локація	Тип події	Орієнтовна аудиторія
Січень	Фестиваль «Зимові витребеньки»	Львів	Культурна	Місцеві та внутрішні туристи
Березень	Jazz Bez Festival	Київ	Музична	Внутрішні та закордонні туристи
Червень	Vinnitsia Food Fest	Вінниця	Гастрономічна	Внутрішні туристи
Серпень	Odesa International Film Festival	Одеса	Культурна	Закордонні туристи
Жовтень	Kyiv Marathon	Київ	Спортивна	Внутрішні та закордонні туристи

Апробація результатів дослідження

Міністерство освіти і науки України

ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МАТЕРІАЛИ

**ІХ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**(присвячена пам'яті професора
Григорія Євтійовича Мазнева)**

**«УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ»**

ЧАСТИНА 3

06-07 березня 2025 року

Харків – 2025

УДК: 001:33:65
У 66

Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції (присвячена пам'яті професора Григорія Свйтіовича Мазнева). (м. Харків, 06-07 березня 2025 року). Харків : ДБТУ. Ч. 3. 2025. 656 с.

	ГОЛОВА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ
В.М. МИХАЙЛОВ	– проректор з наукової роботи ДБТУ, доктор технічних наук, професор.
	ЗАСТУПНИКИ ГОЛОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ:
М.А. СЕРІК	– проректор з науково-педагогічної роботи ДБТУ, кандидат технічних наук, доцент;
Ю.М. САГАЧКО	– завідувачка кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ, кандидат економічних наук, доцент.
	ЧЛЕНИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ:
В.І. АРАНЧІЙ	– перший проректор Полтавського державного аграрного університету, професор;
І.Г. БРИТЧЕНКО	– проректор з міжнародних зв'язків, професор Університету менеджменту безпеки в Кошице (Словаччина), доктор економічних наук, професор;
С.І. ВАСИЛШИН	– директор Інституту обліку і фінансів НААН, провідний науковий співробітник ННЦ «Інститут аграрної економіки», доктор економічних наук, професор;
Н.М. ВДОВЕНКО	– завідувачка кафедри глобальної економіки НУБіП, доктор економічних наук, професор;
Т.А. ВЛАСЕНКО	– завідувачка кафедри економіки підприємства та організації бізнесу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, доктор економічних наук, професор;
О.В. ГРІДІН	– доцент кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ, кандидат економічних наук, доцент;
Ю.І. ДАНЬКО	– проректор з наукової роботи СНАУ, доктор економічних наук, професор;
С.О. ЗАЙКА	– професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ, кандидат економічних наук, професор;
С.М. КВАША	– проректор з навчальної та виховної роботи НУБіП, доктор економічних наук, професор, академік НААНУ;
І.О. КРЮКОВА	– завідувачка кафедри обліку і оподаткування ОДАУ, доктор економічних наук, професор;
Т.М. ЛОЗИНСЬКА	– завідувачка кафедри публічного управління та адміністрування ПДАУ, доктор наук з державного управління, професор;
О.С. МАКОВОЗ	– професор кафедри менеджменту Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», доктор економічних наук, професор;
О.В. МАНДИЧ	– професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування ДБТУ, доктор економічних наук, професор;
А.В. МОСКАЛЕНКО	– декан факультету менеджменту, адміністрування та права ДБТУ, доктор юридичних наук, професор;
С.І. МІНЕНКО	– завідувачка відділу аспірантури та докторантури, Голова Ради молодих вчених ДБТУ, членкиня РМВ при ХОВА, доктор філософії, доцент;
В.М. НАГАЄВ	– професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ, доктор педагогічних наук, професор;
В.С. НИЦЕНКО	– професор кафедри підприємництва та маркетингу, Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу, доктор економічних наук, професор;
Г.П. ПАСЕМКО	– професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ, доктор наук з державного управління, професор;
РАФАЛ РЕБІААС	– проректор з міжнародних питань, академія ВСБ, Домброва-Гурнич, Республіка Польща;
ЯЦЕК СКУДААРСКИ	– доктор-інженер, Варшавський університет природничих наук – SSGW, Республіка Польща;
О.В. СМІГУНОВА	– в.о. вченого секретаря Інституту тваринництва Національної академії аграрних наук України, кандидат економічних наук, доцент;
І.Б. ЯЦІВ	– професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ЛНУП, доктор економічних наук, професор;
А.М. ЯЦУН	– професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ, доктор економічних наук, професор.

© Автори матеріалів, 2025

© Державний біотехнологічний університет, 2025

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИКИ РОЗВИТКУ
ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

Конько І.М., здобувачка вищої освіти,
Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна
Єпик А.І., кандидат історичних наук, доцент,
Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5160-6529>

Подієвий туризм є важливою складовою сучасної туристичної індустрії, і його значення для економіки, культури та міжнародної репутації країни зростає з кожним роком. Цей сектор туризму охоплює не тільки культурні, спортивні та бізнесові події, а й всі ті заходи, які здатні привернути велику кількість туристів, сприяти розвитку інфраструктури, створенню нових робочих місць і, врешті-решт, підвищенню економічного добробуту країни. Україна, з її багатим культурним, історичним і природним потенціалом, має величезні можливості для розвитку подієвого туризму. Однак для того,

щоб країна змогла повністю реалізувати свій потенціал у цій сфері, необхідно вирішити низку проблем, які досі стримують її успішний розвиток. Однією з головних проблем, що стоїть на шляху розвитку подієвого туризму в Україні, є відсутність єдиної державної стратегії в цій галузі [1].

На сьогоднішній день в Україні не існує чітко визначеного плану дій щодо розвитку подієвого туризму, що призводить до фрагментації зусиль як з боку державних, так і приватних інституцій. Відсутність централізованого управління, чіткої координації між органами влади, місцевими адміністраціями та приватним сектором у питаннях організації великих міжнародних подій не дає змоги ефективно розвивати цю галузь. Відсутність державної підтримки та чіткої стратегії призводить до неефективного використання ресурсів, що, в свою чергу, гальмує залучення інвестицій і знижує рівень конкурентоспроможності України на міжнародній арені. Суттєвим обмеженням є також відсутність належної інфраструктури, необхідної для проведення міжнародних подій. Хоча в Україні є кілька великих міст, які мають потенціал для проведення значущих подій, таких як Київ, Львів, Одеса та Харків, більшість з цих міст не мають достатнього рівня розвитку інфраструктури для проведення масштабних міжнародних заходів. Це включає недостатню кількість сучасних конференц-залів, виставкових площ, готелів високого класу, а також не завжди зручну транспортну інфраструктуру. Україна все ще відстає від конкурентів у цьому питанні, адже для організації міжнародних заходів потрібні великі інвестиції в модернізацію інфраструктури, що, в свою чергу, вимагає ефективного управління та довгострокових державних і приватних інвестицій. Окремим важливим аспектом є професіоналізація організації подієвого туризму. Незважаючи на значний потенціал для проведення подій, організація великих заходів у багатьох випадках стикається з проблемами низької кваліфікації кадрів. В Україні ще є значний дефіцит спеціалістів в галузі івент-менеджменту, що обмежує здатність організувати події належного рівня. Кваліфіковані кадри є основою для успішного проведення подій будь-якого масштабу, тому одним із найбільш пріоритетних завдань є створення освітніх програм, підвищення рівня кваліфікації кадрів, залучення міжнародного досвіду і створення спеціалізованих навчальних закладів [2].

Важливо також залучати досвід міжнародних експертів і активно працювати з національними організаціями, які спеціалізуються на організації подієвого туризму. Між тим,

маркетингова складова також є ключовою для розвитку подієвого туризму в Україні. Хоча окремі події та фестивалі в Україні вже мають популярність на міжнародному рівні, країна ще не сприймається як місце для проведення великих міжнародних заходів. Це питання безпосередньо пов'язане з відсутністю ефективної маркетингової стратегії для популяризації подієвого туризму. Зокрема, питання реклами та просування великих подій залишається одним із найбільш недооцінених у національній туристичній політиці. Відсутність належного брендингу України як туристичної дестинації для подій не дозволяє залучити достатньо міжнародних учасників та відвідувачів [3].

Важливо розвивати та впроваджувати сучасні методи просування через цифрові платформи, соціальні мережі, а також активно залучати медіа-партнерів для створення міжнародного іміджу України як країни, яка здатна організовувати заходи високого рівня. Перспективи розвитку подієвого туризму в Україні, незважаючи на існуючі проблеми, є досить обнадійливими. Україна має величезний потенціал для залучення туристів завдяки своїм культурним, історичним та природним ресурсам. Зокрема, організація культурних і спортивних заходів, таких як фестивалі, концерти, кінофестивалі, міжнародні спортивні змагання, може стати основним напрямком розвитку подієвого туризму в Україні. Підвищення популярності українських фестивалів і культурних подій на міжнародній арені сприятиме не лише залученню іноземних туристів, але й розвитку національної економіки через збільшення туристичних витрат, стимулювання місцевих підприємств і створення нових робочих місць [4].

Перспективним напрямком є також розвиток спільних проєктів між Україною та іншими країнами. Співпраця з міжнародними організаціями дозволить Україні залучити більше іноземних інвесторів і партнерів для організації великих подій. Розвиток спортивного туризму, організація міжнародних конференцій, бізнес-заходів і форумів – усе це може стати важливою складовою розвитку подієвого туризму в Україні, що, в свою чергу, зміцнить її позиції на міжнародному ринку туризму. Не менш важливим є також використання новітніх технологій і інновацій у сфері подієвого туризму. Використання цифрових платформ для продажу квитків, просування подій через соціальні мережі, створення

мобільних додатків для туристів є важливими кроками в інтеграції технологій у туристичну індустрію. Крім того, онлайн-платформи дозволяють охопити більшу кількість потенційних туристів, а також розширюють можливості для організації віртуальних подій, що особливо актуально в умовах сучасних викликів, таких як пандемія. Загалом, розвиток подієвого туризму в Україні потребує системного підходу, що включає реформування державної політики в цій сфері, розвиток інфраструктури, підвищення кваліфікації кадрів, застосування інноваційних маркетингових стратегій та використання цифрових технологій. Тільки комплексний підхід дозволить Україні стати конкурентоспроможною на міжнародному ринку подієвого туризму та розкрити свій потенціал як країни, що здатна організувати події світового масштабу [5].

Таким чином, для того, щоб подієвий туризм в Україні став важливою складовою економіки, необхідно реалізувати низку стратегічних заходів, що включають інвестиції в інфраструктуру, покращення правової бази, розвиток професіоналів у галузі івент-менеджменту та активне просування на міжнародному ринку. Успіх в цій сфері принесе значні економічні вигоди, сприятиме розвитку регіонів і зміцненню іміджу України як привабливої туристичної дестинації.

Література:

1. Клочковська В.О., Клочковський О.В. Стан та перспективи розвитку подієвого туризму у Вінницькій області. *Економіка і організація управління*. 2019. № 1(33). С. 110-115. URL: <http://jeou.donnu.edu.ua/article/view/7071/7100>
2. Тищенко П.В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економічні науки»*. 2011. № 33. С. 124-128.
3. Список фестивалів в Україні. Вікіпедія: вебсайт. URL: <https://uk.wikipedia.org> (дата звернення: 14.02.2025).
4. Зручно тревел. Найбільша база туристичних об'єктів країни: вебсайт. URL: <https://zruchno.travel> (дата звернення: 14.02.2025).
5. Корнілова Н.В. Подієвий туризм в Україні. *Географія та туризм*. С. 113-120. URL: http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/gt_2012_22_18.pdf (дата звернення: 14.02.2025).

Апробація результатів дослідження

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди
Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія
Житомирський державний університет імені Івана Франка
Національна спілка краєзнавців України
Українське географічне товариство
Асоціації готельних об'єднань та готелів міст України
Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні
КУ «Житомирський обласний туристично інформаційний центр»
Житомирської обласної Ради
Управління культури Житомирської міської Ради
Зеленогурський університет в Зелена Гура
Університет Туризму і Екології в Сухій Бескидській
Університет економіки в Бідгощі

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
II МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦІЇ
«ТУРИЗМ. ГЕОГРАФІЯ. ЕКОЛОГІЯ: ІННОВАЦІЇ, ОСВІТА, БІЗНЕС»

20-21 березня 2025 року, Житомир

УДК 338.48:91:504
Т 90

Рекомендовано до друку рішенням вченої ради
Житомирського державного університету імені Івана Франка
(протокол № 8 від 23.04.2025 року)

Рецензенти:

ШВЕЦЬ Тетяна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємства та туризму Поліського національного університету;

БОРДЮГ Наталія – доктор педагогічних наук, професор, директор комунального закладу позашкільної освіти «Обласний еколого-натуралістичний центр Житомирської обласної ради;

КОСТАЩУК Іван – завідувач кафедри географії України та регіоналістики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, доктор географічних наук, професор.

Т 90 Туризм. Географія. Екологія: інновації, освіта, бізнес : матер. II Міжнар. наук.-практ. онлайн-конф. (20-21 березня 2025р., м. Житомир). за заг. ред. І. К. Нестерчук.– Житомир : Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2025. 243 с.

У збірнику представлені наукові нароби викладачів, здобувачів вищої освіти та практиків туристичного бізнесу, фахівців у сфері екології та освіти, які присвячені теоретичним та прикладним питанням туризму і гостинності, географії, екології, обговоренню проблем соціально-економічного розвитку регіонів, розвитку географічної освіти, екологічним проблемам повоєнного відновлення України.

Матеріали друкуються в авторській редакції. За достовірність фактів, цитат, власних імен, посилань на літературні джерела та інші відомості, а також дотримання загальноприйнятих принципів академічної етики відповідають автори публікацій.

Матеріали подані в авторській редакції. Відповідальність за науковий та літературний зміст опублікованих матеріалів несуть їх автори. Думки редакторів можуть не збігатися з позицією авторів.

Україні у повоєнний час.....	64
20. Інґа Качинська, Інна Нестерчук. Перспективи та проблеми розвитку об'єктів історичного туризму попільнянської громади (на прикладі маєтку терещенків).....	67
21. Інна Конько. Подієвий туризм сумщини: стан і перспективи.....	70
22. Богдан Луговий. Позитивні та негативні впливи розвитку туризму в територіальній громаді..	73
23. Антон Береза, Інна Нестерчук. Поняття сталого розвитку та його застосування в туризмі.....	76
24. Олександра Садурикова, Олена Билим. Психологічні аспекти впливу подорожей на ментальне здоров'я.....	79
25. Ілля Цикал, Інна Нестерчук. Розвиток гастрономічного туризму в коростеньській громаді.....	82
26. Аліна Шевченко, Лариса Єпик. Розвиток інноваційного розважального туризму в Україні у контексті світових тенденцій.....	85
27. Олександра Корбут, Інна Нестерчук. Розвиток музейного туризму (на прикладі, музею коштовного і декоративного каміння міста хорошів).....	88
28. Вікторія Бондарук, Інна Нестерчук. Розвиток релігійних турів в місті бердичів.....	91
29. Олександра Трифутіна, Інна Нестерчук. Розвиток туризму та рекреації на теренах коростишівської громади.....	93
30. Ірина Петлін. Роль бренд-менеджменту в діяльності готельних підприємств.....	96
31. Дейчман Софія, Сенкевич Геннадій. Роль інфографіки в структурі тревел-повідомлень.....	99
32. Вікторія Рев'юк, Любов Чорна. Ринок віртуального туризму: світова та вітчизняна практика.....	102
33. Ілона Колодій, Інна Нестерчук. Створення та освоєння нових туристичних продуктів на підприємствах.....	105
34. Владислав Глущенко, Олена Билим. Сучасні маркетингові стратегії в індустрії гостинності: тенденції, інструменти та перспективи розвитку.....	108
35. Анна Дрозденко. Сучасний стан та перспективи розвитку сфери туризму в країнах Європи..	110
36. Дар'я Пруднікова, Ольга Янюк. Тренди в опитуванні та відгуках споживачів про заклади ресторанного бізнесу міста хмельницького.....	112
37. Олександр Гадинко. Туристсько-краєзнавчі можливості рідного міста та перспективи його розвитку.....	115

УДК: 338.483.2(477-44)

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ СУМЩИНИ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ

Інна КОНЬКО

магістрантка Сумського національного аграрного університету (Україна)

Лариса ЄПИК

кандидат історичних наук

доцент Сумського національного аграрного університету (Україна)

Подієвий туризм є унікальним напрямом туристичної індустрії, пов'язаним з відвідуванням різних заходів, фестивалів, спортивних змагань, культурних свят, ділових зустрічей та інших подій, які стають основними мотивами поїздки мандрівників. Це явище набуває все більшої популярності, оскільки сучасний турист шукає не просто нові локації для відвідування, а й унікальні враження, які можуть бути пов'язані з тимчасовими заходами, що створюють особливу атмосферу та пропонують можливість поринути у культуру, традиції та особливості регіону. На відміну від класичного туризму, де мандрівники прагнуть огляду визначних пам'яток, відвідування музеїв та природних об'єктів, подієвий туризм концентрується на тимчасових заходах, що створюють потужні емоційні переживання, що поєднують людей зі схожими інтересами [1].

Подієвий туризм, як динамічна та швидкозростаюча форма туризму, відіграє все більш значущу роль у глобальній туристичній індустрії. Він являє собою подорожі, мотивовані відвідуванням спеціально організованих заходів різного масштабу та спрямованості. У сучасному світі, де досвід та унікальність вражень цінуються дедалі вище, подієвий туризм стає потужним інструментом для залучення туристів, стимулювання економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності туристичних destination.

Актуальність дослідження сучасного подієвого туризму обумовлена декількома факторами. По-перше, зростаюча конкуренція між туристичними напрямками вимагає пошуку нових, інноваційних підходів до формування туристичної пропозиції. Подієвий туризм, з його здатністю генерувати унікальний та емоційно насичений досвід, виступає ефективним засобом диференціації та створення конкурентних переваг. По-друге, цифровізація та глобалізація відкривають нові можливості для організації, просування та споживання подієвих туристичних продуктів. Інтернет, соціальні мережі, мобільні технології радикально змінюють спосіб, яким туристи шукають інформацію, бронюють подорожі та діляться враженнями, створюючи нові формати подієвого туризму та розширюючи його географію. По-третє, зростаюча увага до питань сталого розвитку вимагає від подієвого туризму переосмислення підходів до організації заходів, мінімізації негативного впливу на довкілля та соціально-культурне середовище, та максимізації позитивного впливу на місцеві громади.

Туризм значно впливає на культурний обмін, оскільки сприяє взаємодії представників різних країн, народів та соціальних груп. Люди, які приїжджають на

фестивалі, виставки та спортивні змагання, отримують можливість познайомитися з новими традиціями, мовами, стилем життя, кухнею та мистецтвом, що робить їхні подорожі не лише захоплюючими, а й пізнавальними [4]. Такий обмін сприяє формуванню толерантності, зміцненню міжкультурних зв'язків та взаєморозуміння між народами, що є особливо актуальним в умовах глобалізації. Подієвий туризм на Сумщині є важливою складовою туристичної індустрії регіону, що активно розвивається в умовах сучасних соціально-економічних огляду на це, розвиток подієвого туризму має супроводжуватися не лише фінансовою підтримкою, а й інформаційною кампанією, що дозволить ефективно просувати регіон як туристичну дестинацію та залучати все більше гостей до участі в заходах. Сумщина, як територія з багатою історичною спадщиною та самобутніми традиціями, має значний потенціал для розвитку подієвого туризму, оскільки тут регулярно відбуваються численні заходи, що приваблюють як місцевих жителів, так і гостей з інших регіонів України та навіть з-за кордону.

Перспективи розвитку подієвого туризму в Сумській області значною мірою залежать від комплексного підходу до його популяризації та інтеграції в загальну туристичну стратегію регіону. Інвестиції в будівництво сучасних готелів, оновлення транспортної системи, покращення рівня обслуговування та забезпечення якісного інформаційного супроводу сприятимуть зростанню туристичного потоку та підвищенню конкурентоспроможності регіону на туристичному ринку [5, с.118].

Сумщина відома своєю багатою історією та культурною спадщиною, що створює ідеальні умови для проведення подієвих заходів. Численні історичні пам'ятки, музеї, архітектурні ансамблі, а також народні звичаї та обряди можуть бути інтегровані в концепцію подієвого туризму, роблячи подорожі до регіону привабливими для широкого кола туристів.

Унікальні ландшафти, численні річки, ліси та заповідні території дозволяють організовувати масштабні екологічні фестивалі, спортивні змагання на відкритому повітрі, етнографічні заходи та інші активності, що поєднують відпочинок з ознайомленням із природними особливостями регіону. Наприклад, проведення велотурів, змагань з водного туризму, кемпінгових фестивалів та орієнтувальних ігор здатні не лише привабити любителів активного відпочинку, а й сприяти екологічній освіті та популяризації здорового способу життя [3].

Важливим принципом розвитку подієвого туризму на Сумщині є те, що такі заходи сприяють формуванню позитивного іміджу регіону, який може асоціюватися з культурними, історичними та гастрономічними традиціями. Це важливо не лише для залучення туристів, а й для збереження місцевих традицій, адже багато свят і фестивалів проводяться з метою популяризації народних звичаїв та ремесел, що передаються з покоління в покоління. Таким чином, подієвий туризм на Сумщині можна розглядати як ефективний механізм не лише для зростання туристичного потоку, а й для покращення економічного становища регіону, створення нових робочих місць та стимулювання підприємницької активності місцевого населення [2, с. 92].

Сучасний подієвий туризм є динамічною та перспективною формою туризму, що відіграє важливу роль у глобальній туристичній індустрії. Він характеризується цілеспрямованістю, унікальністю досвіду, тимчасовістю, здатністю формувати

туристичний попит та брендувати DESTINATION. Різноманітні види подій, від культурних фестивалів до спортивних змагань та ділових форумів, задовольняють широкий спектр інтересів сучасних туристів. Тенденції розвитку подієвого туризму визначаються цифровізацією, персоналізацією, зростанням ролі досвіду, сталим розвитком, глобалізацією та активним використанням соціальних мереж. Вплив подієвого туризму є значним та різнобічним, охоплюючи економічну, соціальну та культурну сфери. Попри наявні виклики, подієвий туризм зберігає великий потенціал для подальшого розвитку, виступаючи ключовим фактором конкурентоспроможності туристичних DESTINATION та важливим інструментом соціально-економічного та культурного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Бейдик О.О., Новосад, Н.О., & Топалова, О.І. Чинники розвитку та особливості подієвого туризму. Часопис картографії, - 2016. - Вип.16. С.125 - 131.
2. Богатирьова, Г.А., Головань М.Г., Горіна Г.О., Литвинова-Головань О.П., Снігур К.В., Крижимінська Є.Г. Спеціалізований туризм: навч. посіб. 2-е вид., переробл. та доповн. Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. туризму та країнознавства. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2022. 270 с.
3. Вдовіна, О. Подієвий туризм як складова культурної комунікації. Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації: Матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. конф. Київ: КНУКІМ. 2022. С.160-167.
4. Вовк, К. Теоретична сутність поняття «подієвий туризм» та прикладні аспекти його використання. Проблеми і перспективи економіки та управління, 2019.184 - 193 с.
5. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання восьме / за наук. ред. проф. Матвійчук Л. Ю., проф. Барського Ю. М., доц. Лепкого М. І. Луцьк: ВІП Луцького НТУ, 2022. 408 с.

Декларація академічної доброчесності

Я, Конько Інна Миколаївна, студентка ТУР 2401-1м Сумського національного аграрного університету зобов'язуюсь дотримуватися принципів академічної доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи. Я проінформована, що у разі порушення мною академічної доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи повинна буду нести академічну та/або інші види відповідальності і до мене можуть бути застосовані заходи дисциплінарного характеру за порушення академічної доброчесності та етики академічних взаємовідносин, в тому числі, кваліфікаційна робота може бути анульована з наступним відрахуванням із університету.

Також усвідомлюю, що до мене у майбутньому може бути застосована процедура позбавлення ступеня вищої освіти та відповідної кваліфікації, якщо свідомо вчинене порушення академічної доброчесності буде виявлено під час перевірки кваліфікаційної роботи на наявність текстових запозичень відповідно до встановленої в університеті процедури з використанням ліцензованих програмних продуктів.

01.02.2025 р.

ФОРМА САМООЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Критерій	Рівень	Коментар
Огляд літератури побудовано навколо основної проблеми, використано найактуальніші сучасні дослідження за темою, чітко відображено зв'язок між завданнями, поставленими в роботі, та попередніми дослідженнями	+	+
Надана конкретна та точна інформація про методи та дані (кількість, температура, тривалість, послідовність, умови, розташування, розміри тощо), методи пов'язані з іншими дослідженнями.	+	+
Наведено конкретні результати з поясненнями та аналізом, порівняння з результатами інших досліджень, показано чіткий зв'язок проблеми з отриманими результатами	+	+
Надано пропозиції щодо удосконалення, що підкріплено відповідними обґрунтуваннями (прогноз, модель тощо)	+	+
Висновки містять зв'язок з найважливішими аспектами попередніх розділів, підсумок ключових результатів, продемонстровано зв'язок між цією роботою та наявними дослідженнями зосереджена увага на суттєвих результатах, зазначено їх можливе застосування; подано обмеження, на які слід спрямувати майбутні дослідження.	+	+
Перелік посилань є повним та достатнім для вирішення завдань дослідження	+	+
Робота оформлена повністю відповідно до вимог	+	+
Робота не містить друкарських та граматичних помилок	+	+

Підтверджую, що робота виконана мною самостійно, не містить академічного плагіату. Зокрема, у моїй роботі немає запозичення текстів, ідей чи розробок, результатів досліджень інших авторів без посилань на них, у тому числі буквального перекладу з іноземних мов чи перефразування, що видаються за свій текст, вирваних із контексту тверджень, цитат без лапок, фабрикації (вигаданих) даних чи фальсифікації (вигаданих і модифікованих на догоду бажаному висновку) результатів досліджень.

05.12.2025 р.

Інна КОНЬКО