

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-157>

УДК 338.48-6:004:332.1

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ: СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПЕРСПЕКТИВИ

STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF EVENT TOURISM AT THE REGIONAL LEVEL: STATISTICAL ANALYSIS AND INNOVATIVE PROSPECTS

Крупа Оксана Миколаївнакандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри туризму, рекреації та краєзнавства,
Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій
імені С. З. ГжицькогоORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3512-6925>**Krupa Oksana**Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary
Medicine and Biotechnologies Lviv

Метою статті є теоретичне обґрунтування та практичне визначення ключових підходів до формування стратегії розвитку подієвого туризму на регіональному рівні з урахуванням сучасних викликів та інноваційних тенденцій у туристичній сфері. Об'єктом дослідження виступає стратегічне управління розвитком подієвого туризму в умовах регіонального зовнішнього середовища. У статті визначено стратегічну важливість подієвого туризму як інструменту активізації соціально-економічного розвитку регіону. Доведено, що саме цей вид туризму, орієнтований на культурно-масові, спортивні, мистецькі та релігійні заходи, здатен формувати імідж регіонів, розкривати їхній туристичний потенціал та сприяти соціальній згуртованості населення. Обґрунтовано необхідність створення цілісної стратегії розвитку подієвого туризму з чіткими етапами планування, цифровим супроводом та мультипартнерською реалізацією.

Ключові слова: подієвий туризм, стратегія розвитку, регіон, статистичний аналіз, інноваційні технології, туристичний потенціал.

Event tourism in modern conditions is a powerful tool for activating the socio-economic development of the region. Its specificity lies in the organization and promotion of events that attract visitors to a certain territory for the purpose of participating in festivals, forums, sports competitions, cultural events or religious events. It is these events that stimulate the internal mobility of the population and contribute to the external tourist flow. The strategy for the development of event tourism at the regional level allows for the systematic development of this direction, taking into account the existing tourism potential, the needs of the local population, infrastructure capabilities and innovative market trends. The purpose of the article is to theoretically substantiate and practically define key approaches to the formation of a strategy for the development of event tourism at the regional level, taking into account modern challenges and innovative trends in the tourism sector. The object of the study is the strategic management of the development of event tourism in the conditions of the regional external environment. The article defines the strategic importance of event tourism as a tool for activating the socio-economic development of the region. It has been proven that this type of tourism, focused on mass cultural, sports, artistic and religious events, is capable of shaping the image of regions, revealing their tourism potential and promoting social cohesion of the population. The need to create a holistic strategy for the development of event tourism with clear planning stages, digital support and multi-partner implementation is substantiated. Event tourism has an important social function – it activates local communities, promotes intercultural dialogue, and involves young people in organizational activities. The development strategy should provide for mechanisms for public participation, partnerships with non-governmental organizations, and the formation of educational and volunteer initiatives. This contributes not only to the development of tourism, but also to the formation of sustainable social ties, strengthening local identity and a sense of pride in one's region.

Keywords: event tourism, development strategy, region, statistical analysis, innovative technologies, tourism potential.

Постановка проблеми. Подієвий туризм у сучасних умовах виступає потужним інструментом активізації соціально-економічного розвитку регіону. Його специфіка полягає в організації та просуванні заходів, які приваблюють відвідувачів до певної території з метою участі у фестивалях, форумах, спортивних змаганнях, культурних імпрезах чи релігійних дійствах. Саме ці події стимулюють внутрішню мобільність населення та сприяють зовнішньому турпотоку. Стратегія розвитку подієвого туризму на регіональному рівні дозволяє системно розвивати цей напрям з урахуванням наявного туристичного потенціалу, потреб місцевого населення, можливостей інфраструктури та інноваційних тенденцій ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика розвитку подієвого туризму в контексті регіональної політики висвітлюється у працях багатьох українських дослідників [1–9]. Зокрема, П. Тищенко [1] розглядає теоретичні аспекти та механізми формування подієвого туризму в регіонах, підкреслюючи його потенціал як інструменту активізації локальної економіки. У дослідженні Л. Устименко [2] подано культурно-історичний ракурс розвитку туристичних форм, де освітній туризм трактується як феномен, тісно пов'язаний із подієвим форматом у регіональних практиках. Актуальні тенденції та напрями розвитку туристичної індустрії проаналізовано у праці Т. Чаркіної та співавт. [3], де наголошено на важливості впровадження інноваційних підходів у подієвий туризм, включаючи цифрові технології, маркетинг і регіональне планування. Водночас А. Червінський [4] у своєму дослідженні зосереджується на значенні подієвого туризму в освоєнні культурно-освітнього простору Прикарпаття, доводячи тісний зв'язок між культурною ідентичністю та туристичною привабливістю регіону.

У більш широкому контексті управлінських практик слід згадати роботу О. Красноручького та О. Грідіна [5], які порушують питання моделей менеджменту в міжнародному й національному туризмі, що є важливим для адаптації зарубіжного досвіду до регіональних умов України. Ю. Опанащук [6] вказує на стан та перспективи туристичного бізнесу в Україні, акцентуючи увагу на потребі створення стратегічних документів у цій галузі. Окрему увагу заслуговує дослідження С. Цвілого [7], який запропонував конструктивну модель реалізації потенціалу індустрії туризму в європейському геоеконо-

мічному контексті, підкреслюючи необхідність інтеграції регіонального подієвого туризму до ширших європейських процесів. Його підхід дозволяє переосмислити стратегію розвитку не лише як локальну ініціативу, а як частину системного зовнішньоекономічного розвитку.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри науковий здобуток і праці інших вчених, невирішеним залишається питання характеристики сучасного бачення стратегії розвитку подієвого туризму.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є теоретичне обґрунтування та практичне визначення ключових підходів до формування стратегії розвитку подієвого туризму на регіональному рівні з урахуванням сучасних викликів та інноваційних тенденцій у туристичній сфері. Об'єктом дослідження виступає стратегічне управління розвитком подієвого туризму в умовах регіонального зовнішнього середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сучасному етапі, коли більшість регіонів України стикаються з викликами післявоєнного відновлення, саме стратегія розвитку подієвого туризму здатна виконати мультифункціональну роль: сприяти економічному пожвавленню, відновленню культурної самобутності та підвищенню іміджу регіону. Туристичний потенціал регіонів повинен бути реалізований не лише у вигляді традиційних екскурсій, а й через організацію масштабних заходів, які мають здатність формувати нові економічні зв'язки, залучати інвесторів та зміцнювати регіональну ідентичність. Розвиток подієвого туризму без чіткої стратегії часто має фрагментарний характер, що призводить до нераціонального використання ресурсів та неузгоджених дій органів місцевого самоврядування, бізнесу та громади. Натомість стратегія розвитку – це комплексний документ, що передбачає цілі, етапи, механізми реалізації, очікувані результати й систему моніторингу. Її наявність гарантує сталий і контрольований розвиток туристичної галузі в регіоні, особливо якщо вона адаптована до особливостей місцевого культурного середовища та підтримана інноваційними технологіями (табл. 1).

Сучасний подієвий туризм неможливо уявити без впровадження інноваційних технологій – від цифрового маркетингу й віртуальних турів до систем онлайн-бронювання і CRM-рішень для туристичних операторів. Саме інноваційні технології дозволяють зробити регіональні події видимими для національного й міжнародного ринку, створю-

Таблиця 1

Ключові особливості стратегії та тактики розвитку подієвого туризму на регіональному рівні

Стратегія	Тактика
Формування довгострокового бачення щодо використання унікального культурного ресурсу регіону	Вибір конкретної події, дати, місця та формату для реалізації цієї унікальності
Передбачає включення цифрових рішень (маркетинг, CRM, мобільні застосунки) у стратегічне планування	Застосування технологій під час реалізації подій: стріми, онлайн-бронювання, аналітика поведінки гостей
Визначення ключових зацікавлених сторін, розподіл ролей та відповідальності	Координація взаємодії під час підготовки конкретної події (логістика, комунікація, безпека)
Включення у стратегічний документ сценаріїв дій на випадок ризиків або зовнішніх змін	Безпосереднє коригування планів під час реалізації заходу, переформатування програми, реагування на виклики

Джерело: сформовано автором

ючи нові канали комунікації з потенційними туристами. Стратегія розвитку, що передбачає цифрову трансформацію у сфері подієвого туризму, значно підвищує його конкурентоспроможність і привабливість для зовнішнього споживача.

Результати свідчать про те, що подієвий туризм посідає третє місце серед найпопулярніших видів туризму в країнах Європейського Союзу, що підтверджує його вагоме значення в структурі туристичного попиту. Частка у 15% демонструє стабільний інтерес європейських туристів до участі у фестивалях, спортивних заходах, виставках та інших подіях, які мають яскраво виражену соціальну, культурну або розважальну складову (табл. 2).

Стратегія розвитку подієвого туризму передбачає запуск ланцюгової реакції в регіональній економіці: зростає попит на готельні послуги, харчування, транспорт, сувенірну продукцію, культурні послуги. Створюються нові робочі місця, зростають надходження до місцевих бюджетів, активізується розвиток малого та середнього бізнесу. Водночас формується позитивний інвестиційний клімат, що дозволяє залучати кошти для модернізації інфраструктури. Таким чином, подієвий туризм виступає каталізатором регіонального зростання. Реалізація стратегії розвитку подієвого туризму дозволяє створити впізнаваний бренд регіону, що базується на унікальних подіях, символах, історичних наративах або

Таблиця 2

Популярність основних видів туризму в країнах Європейського Союзу (ЄС)

Вид туризму	Орієнтовна частка (%)	Коротка характеристика
Культурно-історичний	30%	Відвідування музеїв, історичних пам'яток, архітектурних об'єктів, участь у культурних заходах.
Пляжний (відпочинковий)	25%	Відпочинок на морських узбережжях, сонячні курорти, особливо популярний у південних країнах ЄС.
Подієвий	15%	Участь у фестивалях, концертах, спортивних змаганнях, виставках та інших масових заходах.
Екотуризм та активний	10%	Подорожі з метою відпочинку на природі, походи, велосипедні тури, спостереження за дикою природою.
Оздоровчий та SPA	8%	Відвідування курортів, санаторіїв, SPA-центрів для оздоровлення та релаксації.
Релігійний	5%	Паломництва до святих місць, участь у релігійних церемоніях та святкуваннях.
Інші види	7%	Включає гастрономічний, шопінг-туризм, діловий туризм та інші специфічні види подорожей.

Джерело: сформовано автором на основі [10]

культурних традиціях. Завдяки брендингу регіон набуває специфічного «туристичного обличчя», яке приваблює не лише туристів, а й партнерів, митців, представників креативних індустрій. Успішний приклад – регіони, де проводяться щорічні фестивалі, що асоціюються з місцевою ідентичністю. У цьому контексті стратегія розвитку виступає як інструмент інтегрованої комунікації та просування. Подієвий туризм має важливу соціальну функ-

цію – він активізує локальні громади, сприяє міжкультурному діалогу, залучає молодь до організаційної діяльності. Стратегія розвитку має передбачати механізми громадської участі, партнерства з неурядовими організаціями, формування освітніх і волонтерських ініціатив. Це сприяє не лише розвитку туризму, а й формуванню сталих соціальних зв'язків, зміцненню локальної ідентичності та почуття гордості за свій регіон (рис. 1).

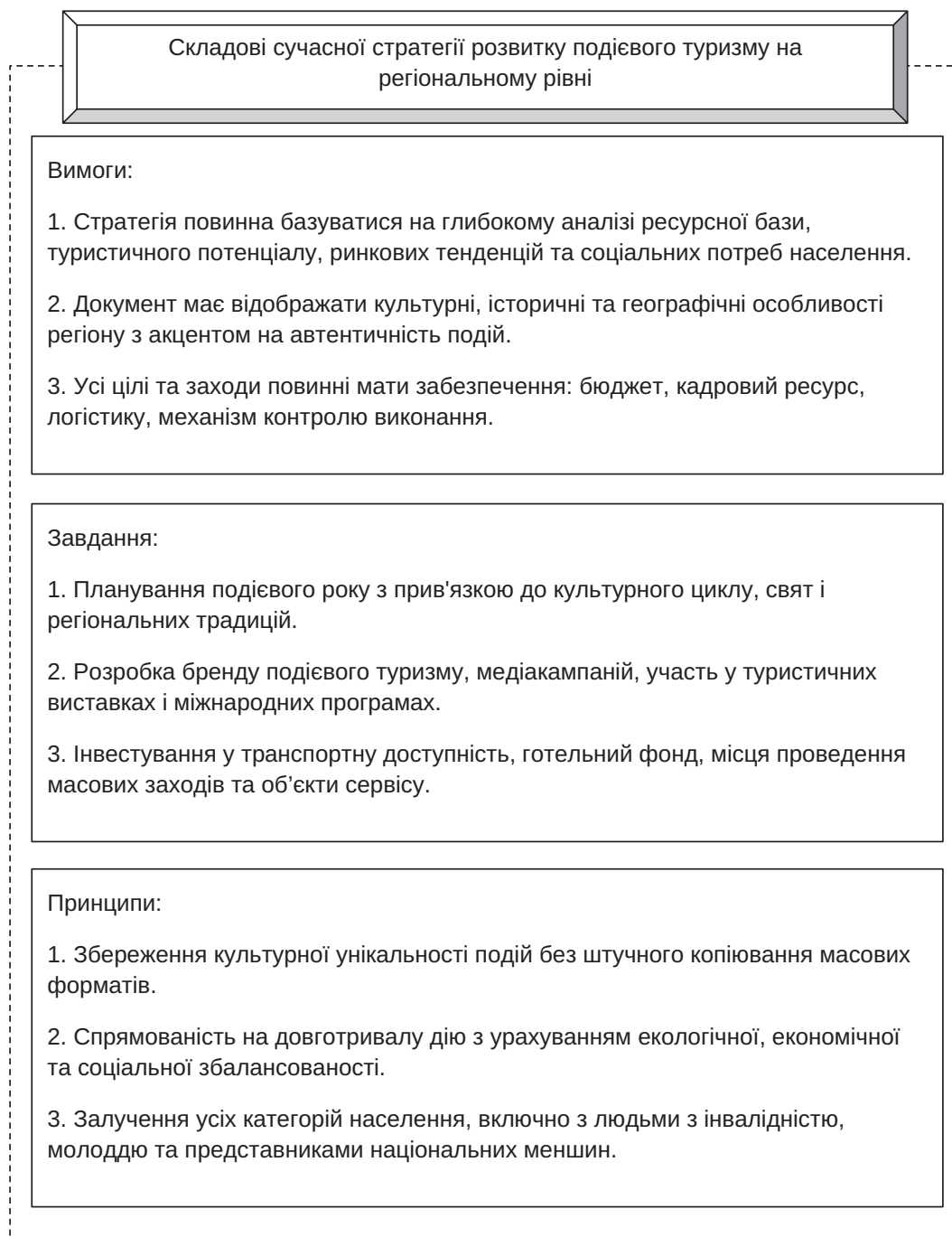


Рис. 1. Складові сучасної стратегії розвитку подієвого туризму на регіональному рівні

Джерело: сформовано автором

Кожен регіон України має унікальні природні, історичні або культурні ресурси, які, однак, не завжди використовуються з максимальною ефективністю. Стратегія розвитку подієвого туризму дозволяє спрямувати увагу на виявлення, структуризацію й актуалізацію туристичного потенціалу. Зокрема, завдяки подієвим заходам можна реанімувати забуті традиції, переосмислити локальні свята, впровадити нові формати взаємодії зі споживачем турпродукту. У такий спосіб туристичний потенціал трансформується з пасивного ресурсу у джерело економічного прибутку.

Висновки. На завершення слід наголосити, що стратегія розвитку подієвого туризму на регіональному рівні має бути гармонізована з національною туристичною політикою, програмами транскордонної співпраці та міжнародними ініціативами. Це дозволяє регіонам інтегруватися у глобальні туристичні потоки, залучати іноземних партнерів, отримувати фінансування з європейських фондів. Без чіткої регіональної стратегії подієвий туризм залишатиметься епізодичним явищем, в той час як у поєднанні з системною політикою він може стати драйвером сталого розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Тищенко П. В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія Економічні науки. 2011. № 33. С. 124–128.
2. Устименко Л. М. Освітній туризм як історико-культурне явище. *Культура і сучасність*. 2013. № 1. С. 88–92.
3. Чаркіна Т. Ю., Зайцева В. М., Пікуліна О. В., Реукова А. О. Сучасні тренди розвитку та нові напрямки туристичної індустрії. *Агросвіт*. 2022. № 3. С. 49–56.
4. Червінський А. Роль подієвого туризму в освоєнні культурно-освітнього простору Прикарпаття. *Гірська школа українських Карпат*. 2016. № 14. С. 235–238.
5. Красноручський О. О., Грідін О. В. Роль та значення відмінних особливостей моделей міжнародного та національного менеджменту в практиці міжнародного бізнесу. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*. 2016. Вип. 174. С. 12–23.
6. Опанащук Ю. Я. Туристичний бізнес в Україні: стан та перспективи розвитку. *Стратегія економічного розвитку України*. 2020. № 46. С. 188–195.
7. Цвілій С. М. Конструктивна модель реалізації потенціалу індустрії туризму України в європейському геоелементному просторі. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2024. № 1(50). С. 57–69.
8. Штангрет А., Силкін О., Шляхетко В. Трудова міграція як зовнішня загроза для кадрової безпеки підприємства. № 10(38), 2024. *Наукові інновації та передові технології*. С. 190–201. [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-10\(38\)-190-201](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-10(38)-190-201) (дата звернення: 29/05/2025)
9. Штангрет А., Силкін О. Безпекові аспекти управління персоналом в умовах гіпердинамічного зовнішнього середовища. № 9(37), 2024. *Наукові інновації та передові технології*. С. 227–237. [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-9\(37\)-227-237](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-9(37)-227-237) (дата звернення: 30/05/2025)
10. Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat> (дата звернення: 30/05/2025)

REFERENCES:

1. Tyshchenko, P. V. (2011). Teoretychni aspekty ta rozvytok podiievoho turyzmu rehionu [Theoretical aspects and development of event tourism in the region]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu*. Seria: Ekonomichni nauky, (33), 124–128. [in Ukrainian].
2. Ustymenko, L. M. (2013). Osvitnii turyzm yak istoryko-kulturne yavyshe [Educational tourism as a historical and cultural phenomenon]. *Kultura i suchasnist*, (1), 88–92. [in Ukrainian].
3. Charkina, T. Yu., Zaitseva, V. M., Pikulina, O. V., & Reukova, A. O. (2022). Suchasni trendy rozvytku ta novi napriamky turychnoi industrii [Modern development trends and new directions of the tourism industry]. *Ahrosvit*, (3), 49–56. [in Ukrainian].
4. Chervinskyi, A. (2016). Rol podiievoho turyzmu v osvoienni kulturno-osvitnoho prostoru Prykarpattia [The role of event tourism in the development of the cultural and educational space of Prykarpattia]. *Hirskha shkola ukrainskykh Karpat*, (14), 235–238. [in Ukrainian].
5. Krasnorutskyi, O. O., & Hridin, O. V. (2016). Rol ta znachennia vidminnykh osoblyvostei modelei mizhnarodnoho ta natsionalnoho menedzhmentu v praktytsi mizhnarodnoho biznesu [The role and significance of distinct features of international and national management models in international business practice]. *Visnyk Kharkivskoho*

natsionalnoho tekhnichnoho universytetu silskoho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky, (174), 12–23. [in Ukrainian].

6. Opanashchuk, Yu. Ya. (2020). Turystychnyi biznes v Ukraini: stan ta perspektyvy rozvytku [Tourism business in Ukraine: current state and development prospects]. *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*, (46), 188–195. [in Ukrainian].

7. Tsviilyi, S. M. (2024). Konstruktyvna model realizatsii potentsialu industrii turyzmu Ukrainy v yevropeiskomu heoekonomichnomu prostori [Constructive model of realizing the potential of the tourism industry of Ukraine in the European geoeconomic space]. *Zbirnyk naukovykh prats TDATU imeni Dmytra Motornoho (ekonomichni nauky)*, (1(50)), 57–69. [in Ukrainian].

8. Shtangret, A., Sylkin, O., & Shliakhetko, V. (2024). Trudova mihratsiia yak zovnishnia zahroza dlia kadrovoi bezpeky pidpriemstva [Labour migration as an external threat to the personnel security of the enterprise]. *Naukovi innovatsii ta peredovi tekhnolohii*, (10(38)), 190–201. [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-10\(38\)-190-201](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-10(38)-190-201) [in Ukrainian].

9. Shtangret, A., & Silkin, O. (2024). Bezpekovi aspekty upravlinnia personalom v umovakh hiperdynamichnoho zovnishnoho seredovyshcha [Security aspects of personnel management in a hyperdynamic external environment]. *Naukovi innovatsii ta peredovi tekhnolohii*, (9(37)), 227–237. [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-9\(37\)-227-237](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-9(37)-227-237) [in Ukrainian].

10. Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat> (date of access: 05/05/2025) [in English].