

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2025. № 12.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.12.33>

УДК 379.85

М. М. Ігнатенко,

д. е. н, професор, завідувач кафедри економіки

Університет Григорія Сковороди в Переяслав

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-8626-4624>

Л. О. Мармоль,

д. е. н, професор, завідувач кафедри менеджменту

Університет Григорія Сковороди в Переяслав

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5589-9338>

А. О. Астаф'єв,

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,

Університет Григорія Сковороди в Переяславі

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-8787-538X>

І. С. Чернявський,

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,

Університет Григорія Сковороди в Переяславі

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-1432-4549>

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

*M. Ihnatenko,
Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Economics,
Hryhorii Skovoroda University in Pereiaslav*

*L. Marmul,
Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Management
Hryhorii Skovoroda University in Pereiaslav*

*A. Astafiev,
Postgraduate Student,
Hryhorii Skovoroda University in Pereiaslav*

*I. Cherniavskyi,
Postgraduate Student,
Hryhorii Skovoroda University in Pereiaslav*

STRATEGIC PRIORITIES FOR THE REGIONAL DEVELOPMENT OF EVENT TOURISM IN UKRAINE

У статті розглядаються роль та значення подієвого туризму в економіці України з врахуванням відмінностей у його розміщенні та регіональної специфіки. Предметом статті є визначення стратегій та пріоритетів його розвитку на основі наявних та потенційних регіональних переваг і ризиків. Велика увага приділена аналізу чинників, які їх формують; структурі регіональних продуктів і послуг подієвого туризму; його основних підвидів. Важливе значення має аналіз зарубіжного досвіду у контексті механізмів його здійснення та джерел розвитку. Це дозволило розробити регіональні стратегії й обґрунтувати регіональні пріоритети розвитку подієвого туризму. Серед стратегій обґрунтовано стратегії відновлення; збереження; зростання; а пріоритетами вказано збереження традиційних подій; формування нових подій патріотичного спрямування; . подій на рівні міжнародного співробітництва; культурно-мистецьких; історико-пізнавальних; наукових. Також зроблено акцент на необхідності залучення нових кадрів у галузь подієвого туризму, у т. ч. із числа демобілізованих

військових, молоді, жінок. Особливе значення надано пошуку джерел його фінансового забезпечення, у т.ч. через державно-приватне партнерство, а також соціальній спрямованості та інклюзивності у всіх регіонах.

The article examines the role and significance of event tourism in Ukraine's economy, taking into account differences in its distribution and regional specifics. Despite the decline in tourism and a sharp decrease in demand for tourist services, this type of tourism remains a priority for consumers and, therefore, on the tourist services market. The subject of the article is to identify strategies and priorities for its development based on existing and potential regional advantages and risks. Much attention is paid to the analysis of the factors that shape them; the structure of regional event tourism products and services; its main subtypes. The analysis of foreign experience in the context of its implementation mechanisms and sources of development is of great importance. This made it possible to develop regional strategies and justify regional priorities for the development of event tourism. Among the strategies, strategies for restoration, preservation and growth are justified, and the priorities are the preservation of traditional events, the formation of new patriotic events, events at the level of international cooperation, cultural and artistic events, historical and educational events, and scientific events. Emphasis is also placed on the need to attract new personnel to the event tourism industry, including demobilised military personnel, young people, and women. Particular importance is attached to finding sources of financial support, including through public-private partnerships, as well as social orientation and inclusiveness in all regions.

Therefore, common challenges for the development of event tourism in all regions remain security and protection of the population from missile and other strikes, energy and other types of terrorism; infrastructure provision and administration, financing and strategic planning. Practically all regions, except for the western ones, are facing post-war reconstruction. The common strategic priorities include solving these problems, as well as comprehensive support and development of local and regional event tourism, the introduction of digitalisation and smart technologies, investment and the organisation of new centres and regions for event tourism.

Ключові слова: *подієвий туризм, стратегії, пріоритети, безпека, соціальна спрямованість, ризики, відновлення, державно-приватне партнерство, ефективність, управління.*

Keywords: *event tourism, strategies, priorities, security, social orientation, risks, recovery, public-private partnership, efficiency, management.*

Постановка завдання. Вирішення проблем розвитку галузей національного господарства є надзвичайно важливим завданням в умовах війни, через яку вони зазнають колосальних втрат. Перебуваючи в постійній небезпеці, віддаючи всі ресурси захисту незалежності, Україна намагається використати будь-які можливості й ресурси для здійснення прибуткової діяльності, підтримки зайнятості й добробуту населення, надання соціальних і культурних послуг, збереження довкілля. Вказаним вимогам відповідає у значній мірі туристична галузь та її важливий компонент – подієвий туризм. Незважаючи на згортання туристичної діяльності і різке зменшення попиту на туристичні послуги, цей вид туризму залишаються у пріоритеті споживачів, отже, і на ринку туристичних послуг. Однак і науковці, і практики мало уваги приділяють його аналізу. Це зумовлено тим, що у центрі уваги здійснення та управлінського впливу перебуває галузь або вид діяльності, відповідальні за подію. Однак з розвитком інформаційних технологій, інтенсифікацією комунікацій, зростанням транспортної доступності подієвий туризм з соціально-економічної точки зору може перевищувати значущість самої події. Вказане спонукає про актуальність обраної тематики досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку подієвого туризму в Україні та за кордоном висвітлювали науковці С. Білоус, К. Вовк, М. Ігнатенко, С. Кравцова, Л. Мармуль, О. Марченко, Н. Паньків, І. Романюк, М. Сальнікова, М. Тонкошкур, А. Червінський, Г. Щука та ін. В їх працях розглянуто види та функції подієвого туризму, його структура і механізми здійснення, проблеми і перспективи розвитку.

Наявність невирішених раніше частин проблеми. Однак якщо галузеві аспекти прояву висвітлені досить детально, то питання розміщення і

визначення регіональних особливостей потребують поглибленої уваги. Це завдання актуалізується потребою дослідження умов діяльності, різко змінених довготривалою і виснажливою війною. Воєнні дії значно поглибили диференціацію регіонів за рівнем відносно ї безпеки, масштабом руйнувань, переміщенням великих мас населення, релокацією діяльності. Це потребує аналізу та оцінки й на рівні подієвого туризму.

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування стратегічних пріоритетів регіонального розвитку подієвого туризму в Україні на основі визначення його змісту та галузевих і регіональних особливостей, потенціалу й конкурентних переваг, ризиків і загроз, а також з урахуванням специфіки регіонів розміщення та небезпек війни.

Виклад основного матеріалу. Подієвий туризм активно розвивається в останні десятиріччя: але сприймається як досить незвичне явище. Це зумовлено тим, що він має особливі туристичні атракції та подвійний зміст вираження. З однієї сторони, це самостійний вид діяльності, а з іншої – супутній або додатковий стосовно культурної, соціальної, спортивної, наукової діяльності, яким притаманні ті або інші події, що приваблюють туристів. Він розуміється як вид туристичної діяльності, що передбачає відвідування тих або інших подій або участь у них. Тим самим відбувається стимулювання розвитку регіонів, де локалізовані ті або інші події.

Необхідно зазначити, що існують різні класифікації видів подієвого туризму для цілей організації та управління. На нашу думку, традиційна класифікація за галузевою та регіональною специфікою є найбільш відповідною. Так, специфіка та сфери прояву подій, дозволяють його структурувати на підвиди:

1. Відвідування культурних подій (фестивалі, карнавали, кіноподії, конкурси, вернісажі, виставки, концерти, театральні вистави, історичні реконструкції тощо).
2. Спортивні події (спортивні змагання, турніри, чемпіонати та ін.).
3. Наукові та освітні події (конференції, семінари, круглі столи, академічні обміни, олімпіади, конкурси та ін.).
4. Бізнесові і ділові події (презентації, ярмарки, форуми, зустрічі, виставки, конференції).

5. Політичні події (державні свята, політичні зустрічі, саміти, урочисті церемонії, антивоєнні заходи).

6. Релігійні події (паломництва, хаджі, релігійні свята й інші урочистості).

До цього традиційного переліку слід додати: суспільні або соціальні події (заходи громадських організацій, волонтерська діяльність, соціальні, екологічні та інклюзивні проєкти тощо) та особистісні, але досить масові події (зустрічі випускників, учасників громадських рухів і асоціацій, великих сімей та ін.), рис. 1.

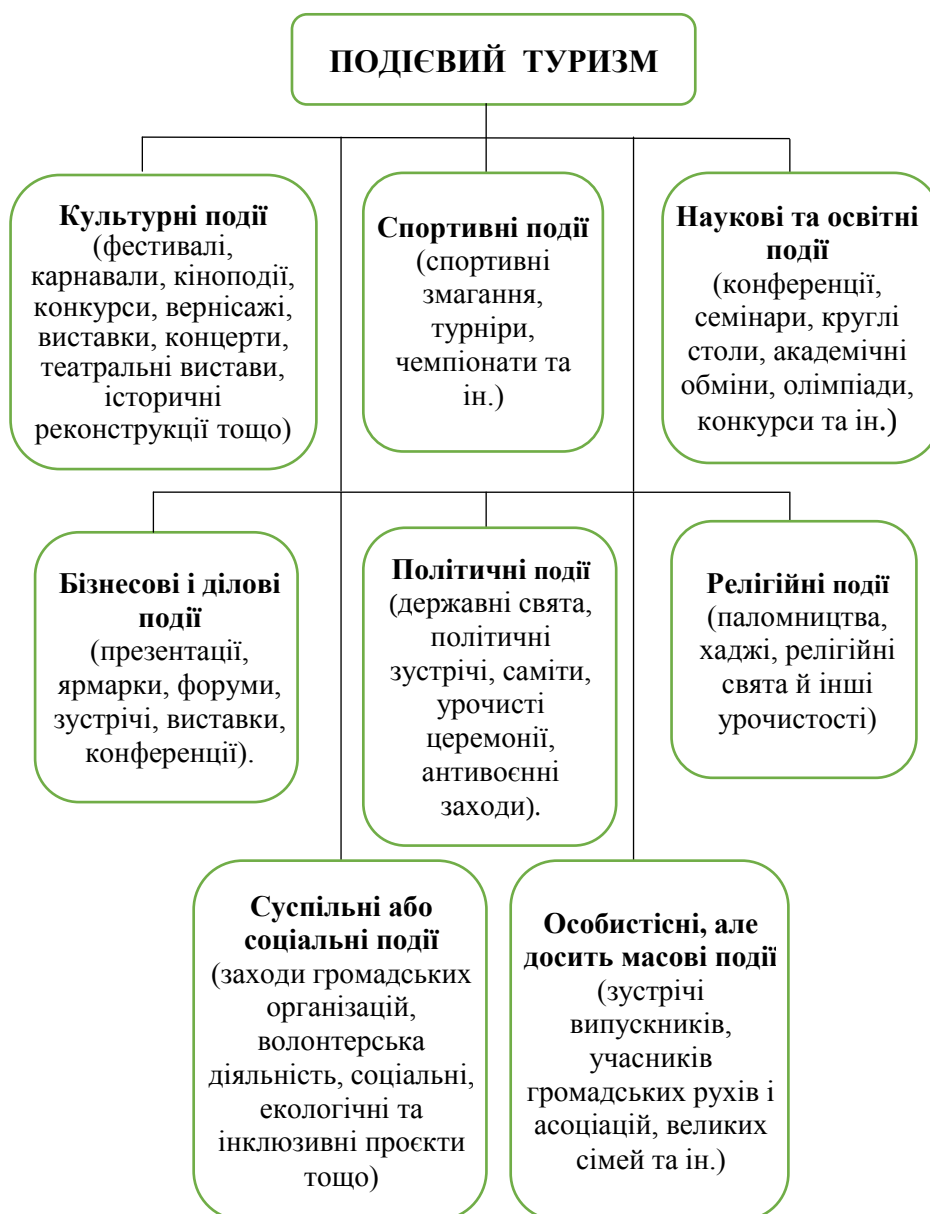


Рис. 1. Структура подієвого туризму за видами та сферами здійснення

Джерело: побудовано авторами.

На регіональному рівні вони мають різні масштаби поширення та розміщення. Так, виділяються глобальні події або події планетарного характеру (олімпійські ігри, чемпіонати світу, пісенні конкурси та премії, олімпіади та ін.); континентальні події (чемпіонати Європи, паназійські ігри тощо); події за участю кількох країн (міжнародні регіональні); національні (на рівні однієї країни); внутрішньорегіональні (на рівні кількох регіонів всередині країни); регіональні (в одному регіоні – адміністративній області, адміністративному районі); локальні або місцеві події (у межах територіальних громад, населених пунктів, міських районів, вулиць, окремих підприємств, установ і організацій). Названі класифікації необхідно доповнити змістовними та функціональними ознаками. Також доцільно визначити закономірності та правила або принципи здійснення. У сукупності з визначенням та оцінкою територіального потенціалу регіонів, чинників впливу, конкурентних переваг і загроз це дасть можливість розробити пріоритети й стратегії регіонального розвитку подієвого туризму, запропонувати механізми здійснення й джерела інвестування.

Так, для цього виду туризму характерна спеціалізована мотивація – саме та або інша подія є визначальним чинником його здійснення. Також це регулярність, періодичність або спонтанність у часовому вимірі. До прояву у часі відноситься і тривалість – від меж місяця до кількох днів і навіть годин. Подієвий туризм досить гнучкий і не потребує створення спеціальних умов, оскільки визначається потенціалом подій в інших галузях та видах діяльності. Однак він стимулює розвиток місцевої інфраструктури для транспортування, проживання та харчування туристів; громадського харчування і торгівлі, фінансової інфраструктури, народних промислів і ремесел, інших проявів автентичності.

Подієвому туризму притаманна значна інноваційність, як і будь-якому сучасному підрозділу економіки знань. Вона означає використання смарт-технологій, телекомунікацій та швидкісних засобів переміщення, інтернет банкінгу та електронної комерції, інших ресурсів цифровізації. Також

подієвий туризм впливає на пізнаваність регіонів, підвищує їх інвестиційну привабливість, активізує підприємницьку ініціативу щонайменше у 4 – 11 дотичних галузях (будівництво, громадське харчування, текстильна й легка промисловість, готельне господарство, транспорт та ін.). Він сприяє зростанню зайнятості і доходів місцевого населення, а відпочивальникам і туристам забезпечує унікальний досвід, враження, підвищує статусність і можливості для саморозвитку та особистісного зростання.

Крім змісту подій як основних туристичних атракцій, розвитку подієвому туризму сприяють або заважають чинники середовища природи й господарювання. Так, сприятливими є: мальовнича природа, комфортні погодно-кліматичні умови й різноманітні ресурси; культурне й доброзичливе населення; розвинуте житлово-комунальне й готельно-ресторанне господарство й інфраструктура загального користування; визначні й унікальні або типові для даних територій природні, історичні, архітектурні пам'ятки; впорядковані міські і сільські поселення, цінова доступність та якість послуг; відсутність корупції і зловживань, сприятливе валютне й митне законодавство, добре організовані і цікаві події, особистісна й суспільна безпека.

Несприятливий вплив на подієвий туризм здійснюють: небезпечні погодно-кліматичні явища й природні процеси та катаклізми; низький загальний рівень соціально-економічного розвитку; нестабільна соціально-економічна ситуація; низькі доходи населення; погана криміногенна ситуація, війни й інші небезпеки та загрози для життя людей. Також це може бути складна транспортна доступність, нерозвинуте готельно-ресторанне господарство і туризм, закритість країни від зовнішнього світу, погано організовані події.

Важливу групу чинників, які впливають на подієвий туризм, становлять регіональні спеціалітети. Так, в Україні спортивні, культурно-етнографічні події зосереджують адміністративні області Західного регіону. Тут надзвичайно сприятливі умови для здійснення спортивних подій, отже, й

їх відвідування. Також в Західному регіоні дуже сильні культурно-етнічні традиції, обряди, звичаї, святкування, які приваблюють туристів. Подієві атракції органічно доповнюються гастрономічним туризмом, винним на Закарпатті; бальнеологічним туризмом завдяки наявності унікальних природних джерел води, ропи та ін.

Іншим великим ареалом подієвого туризму переважно літнього сезонного здійснення були південні адміністративні області Приазовського та Причорноморського регіону. Цей вид туризму вдало поєднувався з відпочинковим, приваблюючи значні маси людей та сприяючи розвитку регіонів. Однак через війну та руйнівні бойові дії, окупацію значних територій, переміщення населення у внутрішні центральні регіони та за межі країни цей вид та інші види туризму виявилися практично згорнутими. Незважаючи на визволення частин регіонів бойові дії безпосередньо наближені до них, атаки ворога викликають смерть цивільного населення. Це практично унеможливорює будь-яку діяльність взагалі.

Нарешті, великими центрами подієвого туризму є великі міста країни – столиця Київ, крупні регіональні центри – Одеса, Львів, Дніпро, Харків, Запоріжжя і вільний колись Донецьк. До центрів подієвого туризму слід віднести й курортні міста – Трускавець, Буковель, Косів, Яремче, раніше вільні Скадовськ і Бердянськ. У післявоєнний період як центри значимих культурних та соціально-економічних подій заявили про себе і зберігають цю роль Івано-Франківськ і Чернівці. Але центром найбільшого зосередження різноманітних подій та інтенсивності подієвого туризму залишається місто Київ. Тут представлені всі його види й напрями. Також треба мати на увазі, що міста та регіони, наближені до лінії фронту та зіткнення, значно потерпають від ракетних та інших атак, що знижує можливості для розвитку подієвого туризму навіть за наявності інших сприятливих умов та конкурентних переваг. Але навіть в роки війни відбуваються масштабні культурні події у прифронтовому Запоріжжі [6].

Через проблеми облікової й статистичної звітності, здійснення багатьох подій та можливості участі в них на безоплатній основі оцінити кількісні показники економічної ефективності подієвого туризму досить проблематично. Але слід наголосити, що за прибутковістю та інтенсивністю розвитку цей вид туризму вийшов на третє місце в світі після відпочинково-оздоровчого та пізнавального. Це свідчить про наявність великого потенціалу та перспектив розвитку у майбутньому в нашій країні та її регіонах. При цьому велике значення має правильне обґрунтування стратегічних пріоритетів розвитку у колаборації з іншими видами туризму та галузями.

Загальнонаціональним пріоритетом у роки війни залишається вирішення проблем безпеки подій, їх організаторів, туристів. Це передбачає наявність укриттів у необхідній доступності. Також на всі регіони поширюється пріоритет законності подій. Однак пріоритети відновлення загальної інфраструктури, довкілля, галузей національного господарства й туризму зокрема залежать від обсягів руйнувань, яких вони зазнали в роки війни. До цього слід врахувати й інші проблеми, які супроводжують розвиток подієвого туризму. Мова йде про відсутність системного планування та прогнозування подій; неефективне використання ресурсів; економічні перешкоди, насамперед, дефіцит інвестицій; повільне впровадження інновацій; екологічні проблеми; супротив місцевих спільнот через загрози їх традиційному способу життя від туристичних відвідувань. Отже, до стратегічних пріоритетів розвитку подієвого туризму відноситься його стратегічне планування та прогнозування.

Стратегічне значення має підтримка ділової активності, підприємницької та творчої ініціативи місцевих громад. Насамперед, йдеться про організацію локальних подій на місцевому і локальному рівнях. Наприклад, слід повернути практику конкурсів на краще подвір'я або садибу у сільських населених пунктах або містечках. Також йдеться про проведення Свята однієї вулиці; Свята квітів; Свята врожаю тощо. Переможців можна заохотити грамотами, призами, матеріальною винагородою, корисним

подарунком. Це стимулювало б і покращення благоустрою міст і сіл, і встановлення добросусідських відносин та зростання комунікацій між людьми.

Такі або подібні локальні події поширені в різних культурах і країнах. Наприклад, у Середній Азії, в Італії, де свята окремих вулиць перетворюються на великі національні і навіть міжнародні дійства, залучаючи тисячі туристів. У Швеції практикується прямо біля дворів та будинків розпродажі гарних, але не потрібних речей за символічні гроші, з кавовим частуванням. Вони є важливими подіями для сусідів, наповнюють життя новим змістом, особливо для людей похилого віку. Ще одним стратегічним напрямом і пріоритетом регіонального розвитку подієвого туризму є організація регіональних подій, які репрезентують унікальності та автентичності регіонів і навіть країни.

Так, всесвітнього значення набуло свято томатів в Іспанії, Свято пива Октоберфест у Німеччині, Свято тюльпанів у Голландії. В Україні такі свята з локального рівня масштабувалися в регіональні і навіть почали набувати національної ваги, але через війну практично припинилися та потребують відродження. Йдеться про День кавуна у Голій Пристані, День деруна у Коростишеві, День молодого вина на Закарпатті тощо. Вони приваблюють туристів із регіонів і навіть всієї країни, були б цікавими й для іноземних відвідувачів. Крім гастрономічних локальних подій, це могли б бути й локальні свята народних промислів та видів ужитково-прикладного мистецтва. Таким потенціалом для організації Свята вишиванки володіє м. Переяслав, де розміщено їх виробництво з прадавньою історією. День писанки можливо організувати в Коломиї, а гончарства – в Опішні, художнього розпису в Петриківці.

Традиційними для українського народу є такі події, як ярмарки. Вони влаштовувались щонеділі, були сезонними та річними. Ярмарки були не тільки місцем купівлі-продажу товарів, але й укладення торгівельних та господарських угод, справжніми гастрономічними святами,

супроводжувались концертами, театральними дійствами, цирковими й іншими розвагами і могли тривати днями й навіть тижнями (Сорочинський ярмарок на Полтавщині). Тому їх відновлення в усіх регіонах належить до стратегічних пріоритетів регіонального розвитку подієвого туризму. Ще одним стратегічним напрямом має бути організація локальних подій, присвячених видатним землякам. Це і сьогоднішні герої Майдану та війни, й історичні постаті минулого – діячі культури, мистецтва, політики, економіки. В Україні практично не представлена на побутовому рівні історія княжої доби, козацтва та гетьманства.

Риторичним є питання про проведення свят Володимира Мономаха, Ярослава Мудрого, Ігоря, Ольги, Святослава. Але ж ми відбулися як країна завдяки їх життєдіяльності і подвигам. Так само ми мало знаємо про легендарних гетьманів, козацьких полковників, не кажучи про рядових героїв. Тільки те, що гетьман І. Мазепа, найбільший меценат України, просвітитель, найбільший будівничий православних церков, борець за свободу і незалежність протягом 300 років проклинався церквою як зрадник. Країна-агресор все зробила, щоб позбавити нас національної ідентичності і виправдати свою агресію. За роки незалежності було багато зроблено для відновлення національної пам'яті, але ця робота має стратегічне значення для всіх напрямів життєдіяльності українського народу, тому має бути продовжена ще з більшою інтенсивністю.

До стратегічних пріоритетів розвитку подієвого туризму у регіонах України необхідно віднести цифровізацію його обслуговування, використання онлайн технологій, інтернет-маркетингу, телекомунікацій тощо. Це сприятиме його виведенню на новий рівень інтенсивності. Наступним стратегічним пріоритетом є пошук джерел інвестування та фінансування. До них слід віднести кошти приватних інвесторів, бюджетне фінансування, міжнародну фінансову підтримку дружніх країн, у т.ч. донорську; підтримку меценатів. Також і в цей , і в інші стратегічні

пріоритети слід включати для виконання механізми соціальної відповідальності, державно-приватного партнерства.

Висновки. Подієвий туризм має значну змістовну специфіку. Він розглядається і як самостійний вид туризму, і як додаткова діяльність, яка відбувається навколо тієї або іншої події. Тому його підвиди та інтенсивність залежать від сфер прояву подій і їх повторюваності. Він має певну регіональну диференціацію, яка пов'язана як з об'єктивними причинами (наявність умов і ресурсів для здійснення, місцевих традицій, ризиків і обмежень та ін.), так і з руйнуючим впливом війни і переміщенням у відносно безпечні регіони всіх можливих видів діяльності. Так, традиційними регіонами зосередження значимих подій і подієвого туризму є Західні й Південні адміністративні області. Однак Південь втратив цей пріоритет через окупацію, руйнування, бойові дії і загрози для життя людей. Центрами подієвого туризму є міста Київ, Львів, Одеса, Дніпро, Харків, курортні міста і містечка. Також статус великих центрів через переміщення значних мас людей, релокацію багатьох видів діяльності здобули Івано-Франківськ і Чернівці.

Загальними проблемами для розвитку подієвого туризму у всіх регіонах залишаються проблеми безпеки й захисту населення від ракетних та інших ударів, енергетичного й інших видів терору; інфраструктурного забезпечення й адміністрування, фінансування й стратегічного планування. Практично на всі регіони, крім західних, чекає повоєнне відновлення. До загальних стратегічних пріоритетів відноситься вирішення вказаних проблем, а також всебічна підтримка й розвиток локального та місцевого подієвого туризму, впровадження цифровізації та смарт-технологій, інвестування та організація нових центрів і регіонів подієвого туризму.

Література

1. Аранчій В. І. Ігнатенко М. М. Розвиток соціального підприємництва в Україні. *Економічний вісник університету*. 2021. Вип. 48. С. 154-158. DOI: 10.31470/2306-546X-2021-48-154-158.

2. Білоус С. Тенденції стратегічного розвитку фестивального туризму у Львівській області. *Вісник Львівського університету*. Серія “Міжнародні відносини”. 2018. №45. С. 281-289. DOI: 10.30970/vir.2018.45.0.9395 (дата звернення 06.11.2025).
3. But T. *Modern tourism: global and national trends*. Monograph. Oktan Print, 2024. 217 p. DOI: 10.46489/MTGANT-24-28
4. Вовк К. М. Теоретична сутність поняття «подієвий туризм» та прикладні аспекти його використання. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. № 3 (19). С. 184-193. DOI: 10.25140/2411-5215-2019-3(19)-184-193
5. Єрмаченко, В. Сущенко, О. (2020). Ресурсний потенціал розвитку ностальгічного та етнографічного туризму як чинник підвищення туристичної привабливості регіону. *Економіка та суспільство*, № 22. DOI: 10.32782/2524-0072/2020-22-33 (дата звернення 10.11.2025).
6. Ігнатенко М. М. Романюк І. А. Яценко Я. І. Підтримка проєктів і стратегій розвитку підприємств сільського зеленого туризму місцевими громадами та державою. *Економічний вісник університету*. 2021. Вип. 51. С. 7-13. DOI: 10.31470/2306-546X-2021-51-7-13
7. Мармуль Л. О. Романюк І. А. Марченко О. А. Організація бухгалтерського обліку агентів туристичного ринку. *Економічний вісник університету*. 2023. Вип. 58. С. 54-60. DOI: 10.31470/2306-546X-2023-58-54-60
8. Marris T. “The Role and impact of mega-events and attractions on regional and national tourism development resolutions” *The Tourist Review*. 1987. Vol. 42. Iss. 4. Pp. 3-12. DOI: 10.1108/ed057975 (дата звернення 08.11.2025)
9. Mostafa Esmaili, Mahdiye Bod. Review on Event Tourism Research: Understanding Social and Conceptual Structures, Identifying Current and Future Trends. *Journal volume & issue*. 2024. Vol. 9, No. 17, pp. 235-261. URL: <https://tlj.usc.ac.ir/?lang=en> (дата звернення 08.11.2025)

10. Наумік-Гладка К. Г. Подієвий туризм як спосіб ефективного просування національного продукту на міжнародні ринки (на прикладі виставкової діяльності). *European Scientific Journal of Economic and Financial Innovation*. 2020. Том 2. № 6. С. 249-258. DOI: 10.32750/2020-0223
11. Щука Г. *Нішеві види туризму* : колективна монографія. Берегово : Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II, 2024. 222 с.
12. Опанащук Ю. Я. Туристичний бізнес в Україні: стан та перспективи розвитку. *Стратегія економічного розвитку України*. 2020. № 46. С. 188-195. URL: <https://ir.kneu.edu.ua:443/handle/2010/34076> (дата звернення 10.11.2025).
13. Паньків Н. Є. Сучасні тенденції розвитку подієвого туризму на Закарпатті. *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2021. Том 298. № 5(1). С. 125-135. DOI: 10.31891/2307-5740-2021-298-5(1)-21
14. Попко О. В. Сліпецький О. Є. Маркетингове дослідження стану та перспектив розвитку подієвого туризму в Україні. *Вісник НУБГП. Серія «Економічні науки»*. 2023. Том 3. № 103. С. 204-212. DOI: 10.31713/ve3202319
15. Посохов І. С. Історичні реконструкції та формування подієвого туристичного продукту країни. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2022. № 15. С. 131-138. DOI: 10.26565/2310-9513-2022-15-14
16. Тонкошкур М. В. Кравцова С. В. Проблеми та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні. Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. 2024. № 4 (95). DOI: 10.26906/EiR.2024.4(95).3614
17. Уварова, Г. Мелько, Л. Нішевий туризм як чинник активізації регіонального туризму в Україні. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2021. № 1 (61). С. 154-162. DOI: 10.31732/2663-2209-2021-61-154-162.

18. 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. DOI: 10.32702/2306-6792.2022.3.49

19. Червінський А. Роль подієвого туризму в освоєнні культурно-освітнього простору Прикарпаття. *Гірська школа українських Карпат*. 2016. № 14. С. 235-238.

20. Щука Г, Ковальська Л. Подієвий туризм у Закарпатті : інвентаризація фестивалів. *Краєзнавство*. 2023. № 3-4. С. 98. URL: http://resource.history.org.ua/publ/kraeznavstvo_2023_3-4_10 (дата звернення 11.11.2025).

References:

1. Aranchii, V. and Ihnatenko, M. (2021), "Development of social entrepreneurship in Ukraine", *University Economic Bulletin*, vol. 16(1), pp. 154-158. <https://doi.org/10.31470/2306-546X-2021-48-154-158>.

2. Bilous S. (2018), "Trends of strategic development of festival tourism in Lviv region", *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia «Mizhnarodni vidnosyny»*, [Online], vol. 45, pp. 281-289. <http://dx.doi.org/10.30970/vir.2018.45.0.9395>.

3. But, T. (2024), *Modern tourism: global and national trends*. Monograph. Oktan Print, Prague, Czech Republic. DOI:10.46489/MTGANT-24-28

4. Vovk, K. (2021), "The theoretical essence of the event of «event tourism» and applied aspects of its use", *Problems and Prospects of Economics and Management*, vol. 3(19), pp. 184-193. DOI: 10.25140/2411-5215-2019-3(19)-184-193

5. Yermachenko, V. and Sushchenko, O. (2020), "Resource potential for the development of nostalgic and ethnographic tourism as a factor of increasing the tourist attractiveness of the region", *Economy and Society*, vol. 22. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22->.

6. Ihnatenko, M. Romaniuk, I. and Yatsenko, Ya. (2021), "Support of projects and strategies for the development of rural green tourism enterprises by

local communities and the state”, *University Economic Bulletin*, vol. 16(4), pp. 7-13. DOI: 10.31470/2306-546X-2021-51-7-13

7. Marmul, L. Romaniuk, I. and Marchenko, O. (2023), “Organisation of accounting for travel agents”, *University Economic Bulletin*, vol. 18(3), pp. 54-60. DOI: 10.31470/2306-546X-2023-58-54-60

8. Marris, T. (1987), “The Role and Impact of Mega events and Attractions on Regional and National Tourism Development”, *Reports on the 37th Congress of the International Association of Scientific Experts in Tourism*, Calgary, Canada, pp. 59-78. DOI: 10.1108/ed057975.

9. Esmaili, M. and Bod, M. (2024), “Review on Event Tourism Research: Understanding Social and Conceptual Structures, Identifying Current and Future Trends”, *Journal volume & issue*, [Online], vol. 9, no. 17, pp. 235-261, available at: <https://tlj.usc.ac.ir/?lang=en> (Accessed 8 November 2025).

10. Naumik-Hladka, K.H. (2020), “Event tourism as a method for effective promotion of national product on international markets (on the example of exhibition activities)”, *European Scientific Journal of Economic and Financial Innovation*, vol. 2, no. 6, pp. 249-258. DOI: 10.32750/2020-0223

11. Shchuka, H. (2024), *Nishevi vydy turyzmu* [Niche types of tourism], Zakarpatskyi uhorskyi instytut imeni Ferentsa Rakotsi II, Berehovo, Ukraine.

12. Opanashchuk, Yu.Ya. (2020), “Tourism business in Ukraine: current state and development prospects”, *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*, vol. 46, pp. 188-195, available at: <https://ir.kneu.edu.ua:443/handle/2010/34076> (Accessed 10 November 2025).

13. Pankiv, N. (2021), “Modern progress of eventful tourism trends in Zakarpattia”, *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*, vol. 298, no. 5(1), pp. 125-135. [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-298-5\(1\)-21](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-298-5(1)-21)

14. Popko, O.V. and Slipetskyi, O.Ye. (2023), “Marketing research of the state and perspectives of the event tourism development in Ukraine”, *Bulletin National University of Water and Environmental Engineering. Economic sciences*, vol. 3, no. 103. pp. 204-212. DOI: 10.31713/ve3202319

15. Posokhov, I. (2022), "Historical re-enactments and formation of event tourist product of the country", *Visnyk Kharkivskogo nacional'nogo universytetu imeni V.N. Karazina. Serija: «Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krajoznavstvo. Turyzm»*, vol. 15, pp. 131-138. DOI: 10.26565/2310-9513-2022-15-14
16. Tonkoshkur, M. and Kravtsova, S. (2024), "Problems and prospects of event tourism development in Ukraine", *Economics and Region*, vol. 4(95), pp. 112-118. DOI: 10.26906/EiR.2024.4(95).3614
17. Uvarova, G. and Melko, L. (2021), "Niche tourism as a factor of activation of regional tourism in Ukraine", *Science Notes of KROK University*, vol. 1(61), pp. 154-162. DOI: 10.31732/2663-2209-2021-61-154-162
18. Charkina, T.Yu. Zaitseva, V.M. Pikulina, O.V. and Reukova, A.O. (2022), "Modern development trends and new directions of the tourism industry", *Ahrosvit*, vol. 3, pp. 49-56. DOI: 10.32702/2306-6792.2022.3.49
19. Chervinskyi, A. (2016), "The role of event tourism in the development of the cultural and educational space of Prykarpattia", *Hirska shkola ukrainskykh Karpat*, vol. 14, pp. 235-238.
20. Shchuka, H. and Kovalska, L. (2023), "Event tourism in Zakarpattia: inventory of festivals", *Kraieznavstvo*, vol. 3-4, pp. 98-106, available at: http://resource.history.org.ua/publ/kraeznavstvo_2023_3-4_10 (Accessed 11 November 2025).

Стаття надійшла до редакції 29.11.2025 р.