
Роль подієвого туризму у регіональному розвитку країни

Василь Папп

Кафедра менеджменту, управління економічними процесами та туризму, Мукачівський державний університет, м. Мукачево, Україна

ORCID 0009-0003-9191-3672

Неля Бошота

Кафедра готельно-ресторанної та музейної справи, Мукачівський державний університет, м. Мукачево, Україна

ORCID 0000-0002-2239-830X

Для цитування цієї статті:

Папп Василь, Бошота Неля. Роль подієвого туризму у регіональному розвитку країни.

International Science Journal of Management, Economics & Finance. Vol. 3, No. 4, 2024, pp. 109-117. doi: 10.46299/j.isjmef.20240304.10.

Надійшла до редакції: 03 липня 2024 р.; **Схвалено:** 31 липня 2024 р.;

Опубліковано: 01 серпня 2024 р.

Анотація: У статті розглядається роль подієвого туризму у регіональному розвитку, акцентуючи увагу на його багатомірному впливі на економіку та соціальну сферу. Подієвий туризм, як специфічний сегмент туристичної галузі, відіграє важливу роль у стимулюванні економічного зростання, залученні інвестицій, розвитку малого та середнього бізнесу, а також створенні нових робочих місць. Автори детально аналізують економічні ефекти різних типів туристичних подій та їх вплив на місцеву економіку, інфраструктуру та підприємницьку активність. Особлива увага приділяється соціальним і культурним аспектам, зокрема зміцненню місцевої ідентичності, підвищенню культурної обізнаності та соціальної згуртованості через участь у туристичних подіях. Досліджуються також екологічні виклики, пов'язані з проведенням подій, та розробка стратегій сталого розвитку, які спрямовані на зменшення негативних екологічних наслідків та підтримку екологічно відповідального туризму. У статті розглядаються ефективні маркетингові стратегії та управлінські підходи, які сприяють успішному проведенню подій і залученню туристів, включаючи використання інноваційних технологій. Обґрунтовано необхідність комплексного підходу до розвитку подієвого туризму, що включає ефективне управління, маркетинг, а також активне залучення місцевих громад до планування та проведення подій. Це сприятиме стійкому регіональному розвитку, підвищенню якості життя місцевого населення, зміцненню туристичної привабливості регіонів, забезпеченню довготривалого позитивного впливу на економіку, а також підвищенню екологічної свідомості туристів. Стратегічні пріоритети розвитку подієвого туризму передбачають формування довгострокових планів, залучення інвестицій та інновацій, а також розвиток дієвої співпраці між приватним, державним та громадським секторами у цій сфері.

Ключові слова: подієвий туризм, регіональний розвиток, економічний вплив, соціальна сфера, сталий розвиток, управління, стратегія.

1. Вступ

Події в туризмі залучають значну кількість туристів, серед яких велика частина виступає глядачами. Організація події включає в себе планування, маркетинг, виконання та оцінку певних дій. Туристичні події - це заходи, що відрізняються творчими активностями, дозволенням або розвагами, що проводяться за певним, заздалегідь визначеним графіком. Місце або територія, де проходять ці події, отримують соціальний та економічний ефект, коли туризм інтегрується з маркетингом цих заходів.

Формування сталого розвитку подієвого туризму можливе в умовах сприятливого соціально-економічного середовища та активного залучення підприємців та громадського сектору. Важливими чинниками також є високий рівень впливу на навколишнє середовище, схильність громадян до підприємництва та соціальний вплив.

2. Об'єкт і предмет дослідження

Об'єктом дослідження є подієвий туризм в регіональному розвитку країни. Предмет дослідження визначається характерними особливостями, умовами та стратегічними пріоритетами розвитку подієвого туризму в регіонах країни.

3. Мета та задачі дослідження

Метою статті є дослідження ролі подієвого туризму у регіональному розвитку країни. Для досягнення поставленої мети визначено наступні завдання: охарактеризувати теоретико-методичну сутність подієвого туризму; окреслити регіональні особливості подієвого туризму; визначити стратегічні цілі розвитку подієвого туризму у регіонах країни.

4. Аналіз літератури

Дослідження стану та тенденцій подієвого туризму в регіонах України розглядається в наукових працях вітчизняних авторів. Зокрема, стану та перспективам розвитку подієвого туризму в країні та регіонах присвячені праці Білоусової А.Ю. та Левенкової А.С. [1], Клочковської В.О. та Клочковського О.В. [4], Крупи І.М. [6], Кудінової І.П. та Голованьової Т.А. [7], Лущик М.В. [8], Олійника В.В. та Шикіної О.В. [9], Червінського А. [13]. Аналіз теоретичної сутності подієвого туризму здійснено Вдовіною О.О. [2], Вовк К.М. [3], Кравець О.М. [5], Писаревою І.В., Радіоною О.М. та Приходько М.Д. [10], Тищенко П.В. [11]. Дослідження креативних індустрій та їх впливу на туристичну сферу проведено Ткаченко Т., Дупляк Т. та Забалдіною Ю. [12], Черною Н. [14].

5. Методи досліджень

У процесі дослідження використано метод теоретичних узагальнень для теоретико-методологічних підходів щодо визначення сутності подієвого туризму в регіонах країни. Системний та структурний методи використано при визначенні стратегічних пріоритетів подієвого туризму та формування висновків щодо результатів дослідження.

6. Результати досліджень

Слід відзначити, що вплив на потенційні витрати туристів є важливим економічним аспектом для обґрунтування проведення великих туристичних подій, але інші чинники також мають значення. Наприклад, вплив ЗМІ на туристичну відвідуваність та інвестиції часто визнаються як суттєві для приймаючого регіону. Однак цю сферу важко оцінити кількісно, оскільки не існує загальноприйнятої методології для відстеження таких зв'язків. До того часу,

поки причинно-наслідковий зв'язок не буде доведено, аналіз економічних наслідків великих туристичних подій залишатиметься зосередженим на витратах туристів, які часто вимірюються за допомогою методології "попит-пропозиція".

У цьому контексті, акцент на туристичних подіях за допомогою кількісної методології ілюструє значні переваги для економіки та соціальної сфери, які туристична діяльність може принести регіону. Більше того, результати такого аналізу можуть бути використані при розробці регіональної політики, що дозволить оцінити потенційні економічні вигоди від туристичної діяльності.

Сфера культури відіграє ключову роль у економічному та соціальному розвитку регіону, формуючи різноманітні активи, які можуть стати стимулом для економічного прогресу. По-перше, культура сприяє цілеспрямованим або індукованим економічним ефектам, зміцнює ідентичність та позитивно впливає на імідж туристичних дестинацій. Не менш важливо, що культура сприяє розробці стратегій у сфері подієвого туризму, що може допомогти позиціонувати міста і регіони на міжнародних ринках.

Щодо туристичних подій, які організуються у регіонах, спостерігається подібна ситуація, коли одні мають високий потенціал для залучення міжнародного туризму, тоді як інші привертають увагу переважно місцевих жителів та мешканців з прилеглих районів. Це свідчить про перетворення деяких регіонів на міжнародні туристичні центри, які зосереджують увагу на головних туристичних атракціях та формують туристичний імідж регіону для іноземних туристів.

Хоча регіони володіють значними ресурсами подієвого туризму, проте вони все ще відстають від центрів міжнародного туризму, які є пріоритетними для туроператорів та мають визнаний міжнародний туристичний імідж. Однак проблемним питанням є відсутність емпіричних досліджень щодо ролі туристичних подій у розвитку туристичних дестинацій регіону. Проте, аналізуючи бюджети організації цих туристичних подій, можна зробити висновок, що ефект мультиплікації може бути значно вищим, особливо у випадку більш професійного підходу до їх проведення.

Моделі організації та проведення подій в туризмі мають потенціал для використання різних стратегічних підходів у активізації регіонального соціально-економічного розвитку. Модель соціалізуючої туристичної події, що базується на державному фінансуванні та регіональному управлінні, може виявитися дуже ефективною для зміцнення соціальної згуртованості в громаді. Ця модель також може виявитися привабливою для відвідувачів і туристів, які прагнуть автентичного досвіду. Натомість професійно організовані туристичні події, які приносять прибуток та можуть потребувати як державного, так і приватного фінансування, можна розглядати як туристичні атракції. З цієї точки зору, такі події можуть створювати нові місцеві туристичні ресурси, що базуються на досвіді та емоціях, і фокусуються на таких аспектах, як традиції та місцева культура. Наявність короткострокового ефекту такого типу подій та зменшення економічного ефекту передбачає необхідність розробки стратегії розвитку подієвого туризму в регіоні, з метою запобігання зникненню таких подій з потенційним туристичним потенціалом. Також необхідно регулювати сектор подієвого туризму з метою недопущення деяких негативних тенденцій: відсутності співпраці, низького рівня бюджетів у порівнянні з реальними потребами комерціалізації заходу, серійного дублювання успішних туристичних ініціатив тощо.

Успішні туристичні події вимагають використання ефективних стратегій через їхню специфічну роль як туристичних атракцій. Це виокремлює дві важливі проблеми. По-перше, культурні події, як правило, страждають від високої концентрації туристичних потоків в регіоні, а по-друге, в деяких громадах вони сприймаються скоріше як культурні заходи, ніж туристичні події. У цьому випадку необхідно застосовувати стратегічні підходи, спрямовані на посилення промоції та комерціалізації туристичних подій, вихід на нові ринки або використання в якості туристичних атракцій у традиційних туристичних напрямках та дестинаціях. Крім того, ці події можуть бути використані для створення туристичних

кластерів, що поширюють економічний ефект в регіоні, шляхом створення в туристичних дестинаціях бренду, пов'язаного з туристичною подією.

Ця стратегія є необхідною, якщо регіональні органи управління туризмом прагнуть використовувати цей імпульс для створення кластерів туристичних подій, які можуть покращити і зробити дестинації більш конкурентоспроможними. Динамічна природа культурно-туристичних подій, що відносно легко піддається управлінню, дозволяє швидше реагувати на змінні тенденції попиту та сприяє оновленню пропозиції в туристичних дестинаціях. Цей аспект особливо стосується появи нових сегментів ринку, які шукають нові продукти подієвого туризму або спеціалізуються на спільній тематиці, наприклад гастрономічний туризм, фестивальний туризм тощо. Слід також підкреслити значну здатність культурно-туристичних подій генерувати позитивний економічний та соціальний вплив, а також перетворюватися у туристичні атракції. Це відкриває широкі можливості для розвитку подієвого туризму і підвищення туристичної привабливості регіонів.

Конкурентний ринок, постійно змінні споживчі вимоги та поява нових тенденцій і форм туристичних подорожей потребують розвитку комплексного туризму з визначеними цілями, спрямованими на довгострокову перспективу. Враховуючи ці чинники, є потреба у формуванні стратегії розвитку подієвого туризму, яка б визначала основні пріоритети на тривалий період. Основна мета такої стратегії полягає у підвищенні ролі подієвого туризму в економіці країни. Сучасний подієвий туризм перебуває під значним впливом традицій, які сформувалися за останні десятиліття. Розмаїття туристичних послуг ускладнює пошук відповідної події через постійний темп їхнього проведення, особливо в літній період. Туристичні події можна класифікувати за тривалістю (одноденні, кількадевні, тижневі або кількомісячні), масштабом проведення (місцеві, регіональні, національні та міжнародні), а також за частотою проведення (одноразові або періодичні).

Інновації є важливою складовою конкурентоздатності підприємств, у тому числі й у туристичній галузі. Тому інтеграція нових інноваційних рішень є ключовим аспектом забезпечення сталого розвитку подієвого туризму. Важливо враховувати, що будь-які заходи, спрямовані на підтримку сталого розвитку туризму, мають бути систематичними та безперервними. Переваги для місцевої громади від проведення туристичних заходів можуть бути різноманітними. Невеликі заходи сприяють укріпленню взаємин між відвідувачами та місцевими мешканцями, а також мають економічний вплив, сприяючи створенню нових робочих місць та підвищенню вартості туристичного продукту. Однак, крім очевидних економічних переваг, туризм також може мати значний культурний та екологічний вплив на якість життя місцевих жителів. Відмінності між різними дестинаціями призводять до різного сприйняття туристичних подій та ставлення мешканців до них, впливаючи на їх участь у проведенні та реалізації заходів. Крім того, переваги, які здійснює туристична подія для регіону, можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на поведінку та ставлення місцевих жителів, розширюючи вплив події на соціальну сферу.

Соціально-культурний вплив туристичної діяльності також не можна недооцінювати, оскільки подієвий туризм може змінювати місцеву культуру та традиції. В економічному плані теж можуть мати місце негативні наслідки, такі як зростання цін на нерухомість та основні товари і послуги. Величину і вплив цих негативних наслідків можна пом'якшити шляхом планування сталого розвитку та ефективного управління туристичною діяльністю.

Сталий розвиток є концепцією, яка постійно еволюціонує, і полягає в задоволенні потреб сьогоденного покоління без завдання шкоди майбутнім поколінням. У сфері подієвого туризму сталий розвиток становить основу для формування туристичного продукту, з акцентом на місцеву громаду та збереження природного середовища. Сталий туризм можна розглядати як форму туризму, яка спрямована на підвищення якості життя мешканців та надання якісного досвіду відвідувачам. Сфера подієвого туризму здійснює суттєвий економічний, соціальний та екологічний вплив на дестинацію. Оскільки сталий розвиток став домінуючим принципом у всьому світі, його взаємозв'язок з туризмом стає особливо

важливим. Технологічні, економічні та соціальні зміни є постійними в усіх секторах, тому сталий розвиток туризму має бути узгоджений з цими змінами.

Залучення місцевої громади є важливим чинником сталого розвитку, оскільки вона визначає ставлення місцевих жителів до туристичної сфери. Туристичні події можуть суттєво впливати на ставлення та поведінку місцевих жителів дестинації. Ставлення визначається як особисті настрої або оцінки, які люди мають стосовно певної події. Це може включати в себе відчуття позитивного чи негативного сприйняття, а також емоційний відгук до туристичної події. Поведінка, у свою чергу, визначається тим, як саме люди реагують або діють під час туристичної події. Це може бути активна участь у заході або ж просто спостереження за подією у якості глядачів. Отже, туристичні події впливають на формування ставлення місцевих мешканців дестинації, відображаючи їхню участь та взаємодію з туристичними заходами.

Розмір туристичного підприємства впливає на його здатність до інновацій. Великі підприємства мають більше ресурсів і можливостей для впровадження нововведень, що дозволяє їм ефективніше конкурувати на ринку. Крім того, тип інновацій також може бути обмежений розміром підприємства, зокрема, малі підприємства частіше застосовують інновації, спрямовані на підвищення ефективності. Щодо людських ресурсів, недостатній професійний рівень співробітників може ускладнювати створення та використання інновацій у подієвому туризмі. Також важливою є співпраця між туристичними компаніями та іншими структурами, коли вони взаємодіють через мережі, партнерства чи альянси. В цьому випадку ефективність і результативність інновацій може зростати, оскільки це сприяє обміну знаннями та колективному навчанню. Важливим аспектом також є те, що партнерства у подієвому туризмі розвиваються з пілотних проєктів, що свідчить про важливість ініціатив як стимулів для розвитку подієвого туризму. У даному контексті багато зацікавлених сторін виявляють зацікавленість до створення партнерств у сфері подієвого туризму, об'єднуючи учасників з метою досягнення програмних результатів.

На регіональному рівні у проведенні туристичних подій, однією з сильних сторін є широка підтримка ідеї заходу з боку його учасників. Оцінювання та гнучкість дозволяють організаторам події вчитися на досвіді кожного року та адаптуватися до наявних ресурсів для її проведення у наступних роках. Таким чином, регіональні та місцеві органи влади є провідними суб'єктами у реалізації стратегії подієвого туризму.

Не всі партнерства у сфері подієвого туризму виявляються стійкими в довгостроковій перспективі. Підтримка партнерських відносин в подієвому туризмі на постійній основі є важливою частиною їх еволюції. Для оцінки результатів партнерства використовується традиційний причинно-наслідковий ланцюг, який включає передумови успіху, результати діяльності партнерів і програмні результати. Ці тенденції створюють виклик для організаторів подієвого туризму, оскільки вони працюють у ситуації, коли підтримка партнерств у сфері подієвого туризму є пілотним проєктом, а не сталою практикою.

Стратегічні напрями розвитку подієвого туризму на регіональному рівні представлено в таблиці (табл. 1).

Таблиця 1. Стратегічні напрями розвитку подієвого туризму в регіоні

Стратегічний пріоритет	Операційні завдання
Проведення унікальних туристичних подій	<ul style="list-style-type: none"> – проведення аналізу існуючих туристичних подій в регіоні та визначення тих, які мають потенціал для залучення туристів через свою унікальність або історико-культурне значення; – розробка критеріїв відбору для нових подій, які можуть стати унікальними туристичними продуктами; – підтримка організацій та ініціатив, спрямованих на розвиток нових та зміцнення існуючих туристичних подій через фінансування, консультації та маркетингову підтримку.

Продовження таблиці 1

Формування сучасної інфраструктури та сервісів для туристів	<ul style="list-style-type: none"> – оцінка потреб у покращенні інфраструктури для туристів, включаючи готелі, заклади харчування, транспортні мережі та місця для розваг; – розробка плану розвитку туристичної інфраструктури з урахуванням прогнозування туристичного потоку; – впровадження стандартів обслуговування та якості для підвищення конкурентоспроможності регіону серед інших туристичних напрямків.
Маркетинг і промоція туристичних подій	<ul style="list-style-type: none"> – визначення цільової аудиторії для подієвого туризму і стратегії її залучення; – формування іміджу регіону як центру туристичних подій через активні маркетингові заходи; – використання цифрових технологій та медіа для промоції та привертання уваги до туристичних подій.
Партнерство з місцевими громадами та бізнесом у сфері подієвого туризму	<ul style="list-style-type: none"> – встановлення партнерських відносин з місцевими органами влади та громадськими організаціями для спільної розробки та підтримки туристичних подій; – залучення місцевих підприємців до інвестування у туристичну інфраструктуру та подієвий туризм; – створення механізмів взаємодії та обміну досвідом між різними стейкхолдерами для розвитку подієвого туризму.
Створення унікальних туристичних продуктів	<ul style="list-style-type: none"> – розробка тематичних маршрутів, які об'єднують культурні події з туристичними атракціями регіону; – впровадження інновацій у програми подій для залучення різних категорій туристів; – підтримка креативних ідей та ініціатив для створення туристичних пропозицій, що відповідають сучасним туристичним трендам.
Оцінка економічного ефекту подієвого туризму	<ul style="list-style-type: none"> – аналіз та оцінка економічних вигод, які приносять туристичні події регіону; – розробка та впровадження механізмів для моніторингу і оцінки впливу туристичних подій на місцеву економіку; – збільшення економічного впливу туристичних подій через підтримку місцевих підприємств, створення нових робочих місць та залучення інвестицій.
Підвищення соціального впливу подієвого туризму	<ul style="list-style-type: none"> – створення умов для взаємодії між місцевим населенням і туристами, що сприяє взаєморозумінню і культурному обміну; – запровадження програм, спрямованих на підвищення свідомості та освіти про місцеву культуру, історію та традиції через проведення туристичних подій; – сприяння розвитку місцевих ініціатив у сферах мистецтва, ремесел і культурних заходів, що підтримують соціальну згуртованість та розвиток громадської активності.
Збереження природних ресурсів та біорізноманіття	<ul style="list-style-type: none"> – впровадження екологічних стандартів для організації та проведення туристичних подій; – моніторинг екологічного впливу туристичних подій в регіоні; – впровадження ініціатив з використання відновлюваної енергії, мінімізації відходів і впровадження зелених технологій.

* сформовано авторами

Таким чином, чим більш помітним і позитивним є вплив подієвого туризму, тим вищий рівень сприйняття сталого розвитку туризму через події. У результаті, мешканці регіону схильні співвідносити розвиток сталого туризму з практичними перевагами для громади та регіону в цілому. Економічний, екологічний та соціальний вплив на дестинацію також впливає на ставлення мешканців до розвитку подієвого туризму. Соціальний вплив стає найсильнішою детермінантою ставлення місцевих мешканців до подієвого туризму. Крім того, вплив туристичних подій на дестинацію пов'язаний зі схильністю мешканців до підприємництва і саме ця тенденція впливає на ставлення до подієвого туризму.

Проблеми, з якими стикається туристична індустрія у залученні місцевих громад, включають відсутність професійної освітньої підготовки для івент-індустрії, багатоаспектність її діяльності та слабку мотивацію основних зацікавлених сторін. Незважаючи на ці виклики, місцеві туристичні заходи мають значний потенціал для підтримки місцевої економіки та соціокультурних переваг для всіх учасників, якщо вони організовані з активною участю місцевого населення.

7. Перспективи подальшого розвитку досліджень

Перспективи подальших досліджень включають аналіз економічних, соціальних та екологічних впливів туристичних подій на розвиток регіонів, вивчення маркетингових стратегій та управлінських підходів, дослідження туристичного досвіду, а також оцінку інфраструктурних потреб. Комплексне дослідження цих аспектів сприятиме розумінню, як подієвий туризм може стимулювати економічний розвиток, сприяти сталому розвитку та покращувати туристичну привабливість регіонів країни.

8. Висновки

Місцева громада повинна бути послідовною, активною та підтримуючою у проведенні туристичних подій. Необхідно впроваджувати систематичні заходи для ефективного маркетингу та промоції, як серед мешканців місцевих громад, так і серед представників громадського та підприємницького секторів. У кінцевому підсумку, туристичні події стають прикладом успішної місцевої ініціативи.

Крім того, варто зазначити, що туристичні події мають значний потенціал для залучення іноземних туристів. З цією метою їх організаторам слід приділяти значно більше уваги промоції заходу за межами країни, забезпечувати доступність послуг перекладачів під час їх проведення та залучати більше іноземних туристів. Формування міжнародної програми участі також є ключовим аспектом, щоб забезпечити комфортне перебування для іноземних туристів та сприяти поширенню позитивного враження про подію у міжнародному масштабі. Важливо, щоб органи державної влади серйозно ставилися до цього питання та сприяли співпраці з приватним сектором для досягнення спільних цілей у розвитку подієвої туристичної індустрії.

Список літератури:

- 1) Білоусова А.Ю., Левенкова А.С. Подієвий туризм в Україні: стан та особливості. *Virtus: Scientific Journal*. 2019. №34. С. 253–256.
- 2) Вдовіна О.О. Подієвий туризм як складова комунікації. Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації: матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 14-15 квітня 2022 р., Київ: КНУКІМ, 2022. С. 88-90.
- 3) Вовк К.М. Теоретична сутність поняття «подієвий туризм» та прикладні аспекти його використання. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. №3(19). С. 184–191.
- 4) Ключковська В.О., Ключковський О.В. Стан та перспективи розвитку подієвого туризму у Вінницькій області. *Економіка і організація управління*. 2019. №1(33). С. 110-115.

5) Кравець О.М. Подієвий туризм: особливості та роль у регіональному економічному розвитку. Розвиток соціальної інфраструктури регіонів в умовах євроінтеграції: економіко-правові аспекти: матеріали інтернет-конф. Харків. 2019. URL: <https://ojs.kname.edu.ua/index.php/area/article/view/2170>.

6) Крупа І.М. Подієвий туризм як інструмент ефективного розвитку туристичного потенціалу Львівщини. Культурологічна думка. 2017. №12. С. 191–198.

7) Кудінова І.П., Голованьова Т.А. Подієвий туризм в Україні як складова індустрії гостинності. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. 2018. Вип. 284. С. 258–263.

8) Лущик М.В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму Хмельниччини. Молодий вчений. 2020. №10(1). С. 52-58.

9) Олійник В.В., Шикіна О.В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. 12. С. 460–463.

10) Писарева І.В., Радіонова О.М., Приходько М.Д. Розвиток подієвого туризму та його вплив на просування території. Економічний простір. 2020. №161. С. 104–109.

11) Тищенко П.В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. Ужгород, 2011. Вип.33. Ч.4. С. 124 – 128.

12) Ткаченко Т., Дупляк Т., Забалдіна Ю. Івент-індустрія та туризм у світовій економіці. Вісник КНТЕУ «Економіка туризму». 2020. №4. С. 55-63.

13) Червінський А. Роль подієвого туризму в освоєнні культурно-освітнього простору Прикарпаття. Гірська школа Українських Карпат. 2016. №14. С. 235–238.

14) Чорна Н. Креативні індустрії та їх роль у розвитку культурно-пізнавального туризму. Економіка та суспільство. 2023. № 48. С. 52-61.

15) Щука Г.П., Ковальська Л.В., Безрученков Ю.В. Подієвий туризм: уточнення базових характеристик. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2022. №7. С. 70–76.

The role of event tourism in the regional development of the country

Vasyl Papp

Department of Management, Management of Economic Processes and Tourism, Mukachevo State University, Mukachevo, Ukraine

Nelya Boshota

Department of Hotel, Restaurant and Museum Affairs, Mukachevo State University, Mukachevo, Ukraine

Abstract: The article examines the role of event tourism in regional development, focusing on its multidimensional impact on the economy and the social sphere. Event tourism, as a specific segment of the tourism industry, plays an important role in stimulating economic growth, attracting investments, developing small and medium-sized businesses, and creating new jobs. The authors analyze in detail the economic effects of various types of tourist events and their impact on the local economy, infrastructure and entrepreneurial activity. Particular attention is paid to social and cultural aspects, in particular strengthening local identity, increasing cultural awareness and social cohesion through participation in tourism events. Environmental challenges associated with holding events and the development of sustainable development strategies aimed at reducing negative environmental consequences and supporting environmentally responsible tourism are also being studied. The article discusses effective marketing strategies and management approaches that contribute to successful events and attracting tourists, including the use of innovative technologies. The need for a comprehensive approach to the development of event tourism, which includes effective management, marketing, as well as active involvement of local communities in the planning and holding of events, is substantiated. This will contribute to sustainable regional development, increase the quality of life

of the local population, strengthen the tourist attractiveness of the regions, ensure a long-term positive impact on the economy, as well as increase the environmental awareness of tourists. The strategic priorities for the development of event tourism include the formation of long-term plans, the attraction of investments and innovations, as well as the development of effective cooperation between the private, state and public sectors in this area.

Key words: event tourism, regional development, economic impact, social sphere, sustainable development, management, strategy.
