

В. В. Жупник, Х. М. Терлецька
Заклад вищої освіти «Університет Короля Данила»

ІВЕНТИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ

У цій статті здійснено спробу теоретично оцінити як позитивний так і негативний вплив івенту туризму, на розвиток громад та територій Івано-Франківщини, крізь призму різноманітних чинників (соціальних, економічних, культурних тощо). На наше глибоке переконання, івенти в економічному плані допомогли вирішити проблему зайнятості та вплинули на економічне зростання, особливо в розвинутих ринкових економіках. Найкращим прикладом цього є вплив мегаспортивних подій, таких як Олімпійські ігри чи Чемпіонати світу з популярних видів спорту, на економічне зростання, розвиток інфраструктури та дестинацій приймаючих країн. Для Івано-Франківщини туризм має певну сезонність, а це означає, що туристичні потоки концентруються у відносно короткому періоді року. В той же час івенти, як на наш погляд, можуть зіграти важливу роль у подоланні цих проблем і залучити туристів у міжсезоння. Громади Івано-Франківщини, які прагнуть підвищити свою туристичну привабливість, повинні розробити детальні плани розвитку туризму дестинацій. Ці плани повинні не лише включати івенти, а й зосереджуватися на стратегічному їх плануванні, що дозволить, на наш погляд реалізувати весь потенціал подієвого туризму. Івенти, як каталізатори подальшого розвитку громад не лише створюють імідж дестинації, вони повинні нагадувати туристичні атракціони. Важливо, щоб івенти були сплановані та організовані таким чином, щоб вони відрізнялися один від одного, тобто для організаторів івентів важливо врахувати той факт, що чітко визначений продукт або послуга, яку пропонує івент, забезпечує впізнаваність та перевагу перед конкурентами, це призводить до більшої задоволеності відвідувачів та їх лояльності, що важливо для повторення подій. Чим більше впізнаваних івентів має певна дестинація, тим більше вона приваблива для туристів. Запорука їх успіху полягає в підтримці закладів розміщення відповідного стандарту, високому рівні співпраці між туристичними агентствами, наявності конкретної інформації про події та сутупні заходи, а головне, належній маркетинговій діяльності.

Ключові слова: івент туризм, громади, дестинації, Івано-Франківщина, чинник сталого розвитку.

Постановка проблеми та її актуальність. Важливим завданням для держави, на сьогоднішній день, є соціальний, культурний та економічний розвиток громад. Саме соціально-економічний розвиток громад багато в чому демонструє конкурентоспроможність держави, її здатність адаптовуватися до змін. Однак, мусимо визнати, що однією з проблем, яка потребує вирішення є помітна диференціація громад. Вважаємо, що туризм є саме тією галуззю, яка здатних поліпшити структуру економіки громад на Івано-Франківщині зокрема. Саме за допомогою розвитку туризму, можна зробити значний внесок у формування внутрішнього локального продукту. У зв'язку з цим актуалізується такий напрямок, як подієвий туризм.

Багатолюдні події (events), релігійні та світські свята, спортивні змагання, карнавали та фестивалів здавна існували як важлива компонента суспільної взаємодії, що виникає і розвивається як форма публічного дійства, громадянського ритуалу та колективного святкування. Насправді, люди в усіх культурах і в усі часи, визнавали необхідність виділяти певний час і місце для колективної творчості та святкування. Ці практики фіксуються від найдавніших часів й до наших днів. Однозначної дати та місця появи цього явища дослідники не означають, однак, можемо зазначити, що така форма людської діяльності була і залишається важливою.

Ймовірно, практики масових подій виникають ще до появи ранніх держав та грошових відносин. Нам відомо

про стародавні релігійні масові заходи, урочисті жертвоприношення, процесії та торговельні заходи, що проходилися з певною періодичністю. Яскравим прикладом масових заходів доби античності можуть слугувати Олімпійські ігри, як значуща і престижна форма суспільної діяльності, яка досягла високого розквіту. Відомо, що масові заходи релігійного чи світського характеру були надзвичайно популярні у добу Середньовіччя. З розвитком капіталістичних відносин відбувається поява нових суспільних взаємодій, а також формуються новітні уявлення як про спосіб життя, подорожі, відпочинок так і про масові події як невід'ємну частину цього життя. Через зростання дискреційного доходу та підвищення купівельної спроможності та стандартів споживачів, відбулося зміщення фокусу з основних потреб на додаткові, що сприяло попиту на різноманітні івенти [14, р. 2–3]. Проте, лише в XX-му столітті розвиток усіх найрізноманітніших видів та типів івентів досягає свого піку, і вони наблизилися до того, що ми зараз вважаємо «подієвий туризм».

На наше глибоке переконання, івенти в економічному плані допомогли вирішити проблему зайнятості та вплинули на економічне зростання, особливо в розвинутих ринкових економіках. Найкращим прикладом цього є вплив мегаспортивних подій, таких як Олімпійські ігри чи Чемпіонати світу з популярних видів спорту, на економічне зростання, розвиток інфраструктури та дестинацій приймаючих країн.

На сучасному етапі термін Event (подія,) розуміється, як соціальне, економічне, культурне, технічне і навіть філософське явище. Іваенти визначаються як заплановані соціально-суспільні події, які відбуваються у визначений час і з певною метою. Популярність подієвого туризму, як у світі, так і в Україні, зумовлена тим, що він поєднує традиційний відпочинок та участь в різноманітних подіях [11, р. 117].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження присвячені впливу івентивного туризму на розвиток певних територій з'явилися порівняно нещодавно, про що свідчать опубліковані праці. Еталонним, на наш погляд є дослідження Getz, D. [5; 6]. Автор розглядає з одного боку «подієвий туризм» як професійну практику, а з іншого як сферу академічного зацікавлення. Вважаємо, що саме Getz D. чи не вперше окреслив етимологію та еволюцію терміну «подієвий туризм», та запропонував концептуальну модель івент туризму як основного явища, яке розглядається дослідником як базис та стимул для розвитку локальної, регіональної чи глобальної економіки, культури тощо.

На сучасному етапі питання розвитку івент туризму та його впливу на території та громади розглядається у дослідженнях Asha John, Pankaj Kumar Tyagi, Vipin Nadada [1], Chung-Shing Lee, Drew Martin, Pi-Feng Hsieh & Wan-Chen Yu [2], Dychkovskyy S., Ivanov S. [3], Kusumawati An. [9], Surmanidze M. [15].

Проблеми впливу івент туризму на громади та території розглядаються у вітчизняних дослідженнях. Питання класифікації видів івент туризму окреслив Тараненко А. П. [26]. Щодо ролі івент туризму у розвитку громад та територій, ця проблема досліджена Забалдіна Ю.Б., Тараненко А.П. [18], Паньків Н. С., Мороз В. Р. [24], Шурик М. В., Бринзей Б. С. [29], Ніколаєв Ю., Глчан К. [23]. Оскільки туризм є динамічною галуззю, яка перманентно розвивається, її вивчення буде залишатися актуальним.

Метою статті є спроба теоретично оцінити як позитивний так і негативний вплив івент туризму, на розвиток громад та територій, крізь призму різноманітних чинників (соціальних, економічних, культурних тощо).

Методи дослідження. Методологічною основою нашого дослідження є антропологічний підхід, який дозволяє вивчати івент туризм як невідому складову туризму та як специфічну форму життєдіяльності людини. Цей підхід підкреслює, що івент туризм є компонентним явищем, яке охоплює такі питання: економічні (що стосується попиту та пропозиції, бізнесу та ринків); психологічні (такі як потреба та мотивація); соціальні (ролі, контакти та зв'язки); культурний (де він може передавати знання та бути чинником змін) [25]. Через таку мультикомпонентність, антропологічний підхід виявляється, як на наш погляд, доцільним для вивчення івент туризму та його впливу на сталий розвиток громад та територій Івано-Франківщини.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із важливих напрямів розвитку громади Івано-Франківщини, на сьогоднішній день є туризм. За даними

Всесвітньої ради туризму та подорожей (WTTC), внесок туристичної галузі в основні показники соціально-економічного розвитку країн та громад світу значною мірою варіюється. Диференціація рівня впливу туризму на економіку країн світу носить закономірний характер: відмінності визначаються рівнем економічного розвитку громад, рівнем диверсифікації економіки країни, стадією розвитку туристичного ринку, наявністю і рівнем реалізації туристичного потенціалу і диверсифікації туристичних послуг, залежністю сфер економічної діяльності від туристичної індустрії. Однак розвиток туристичної галузі в будь-якій країні з кожним роком набуває все більшого і більшого значення. Це пов'язано з тим, що туризм має прямий вплив на розвиток усіх пов'язаних з ним галузей. Не секрет, що розвинена туристична галузь, завдяки великому потоку приїжджих, забезпечує громаді робочі місця, додатковий товарообіг, економічну стабільність, виражену зростаючим грошовим доходами [16].

Івенти можна класифікувати відповідно до їх привабливості відносно туризму. Незважаючи на те, що більшість подій орієнтовані на туристів, є значна кількість, які мало чи зовсім не зорієнтовані щодо своєї туристичної привабливості чи потенціалу. Як зауважує Getz D., це пов'язано або з конкретними цілями, які організатори тих чи інших заходів ставлять перед собою, або просто не існує зв'язку між конкретними подіями та туризмом [6, р. 411]. За туристичною привабливістю івенти можна розділити на три категорії:

1. Заходи фестивального штибу, які носять суто локальний характер і організовуються переважно для місцевих мешканців, часто за сприяння і допомогою волонтерів. Незважаючи на те, що в більшості випадків ці заходи є невеликими та мають обмежену туристичну привабливість або зовсім її не мають, можуть становити певну туристичну цінність та мати потенціал для промоції громади або регіону. В той же час, слід відмітити, що більшість локальних подій не мають потреби бути орієнтованими на туризм; їхні організатори навіть відчують через це загрозу і пишаються тим, що їхні заходи не комерціалізуються. Це не дивно, враховуючи той факт, що вони орієнтовані на місцеву громаду та локальну культуру, а масовий туризм матиме потенційно негативний вплив і, ймовірно, зіпсує їх автентичність [5, р. 124].

2. Івенти регіонального та обласного значення, які можуть мати значну туристичну привабливість. Ці події інколи мають на меті стати масштабнішими. Проте за допомогою туристів, залучених до події, та майбутніх інвестицій можна розвинути їхній туристичний потенціал. Зазвичай до організації таких заходів залучаються професіонали.

3. Найбільш привабливі з туристичної точки зору івенти національного та міжнародного значення. Ці заходи приваблюють як вітчизняних так і міжнародних туристів і можуть додатково підвищити репутацію та привабливість. На відміну від локальних чи регіональних подій, їхня головна мета – якомога більше

підвищити туристичну привабливість та позитивний імідж приймаючої країни [6, р. 416].

Зрозуміло, що така типологізація носить умовний умовним. Із часом фестиваль із локального чи регіонального може перерости в загальнодержавний, а згодом і в міжнародний, або навпаки. Усе залежить від ефективності організації, популярності фестивалю, наявності спонсорів та багатьох інших чинників [10, р. 7853]. Ще до пандемії COVID-19 згідно з даними соціологічних досліджень, частка івентивного (подієвого) туризму в Івано-Франківській області становить лише 5,4%, тому цей сегмент туристичного ринку як в області, так і на території міста Івано-Франківська має значні шанси щодо зростання. Серед п'яти найбільш упізнаваних туристами фестивалів, які проводилися на території Івано-Франківської області, три проводилися саме в Івано-Франківську: Міжнародний фестиваль «Свято ковалів», Міжнародний фестиваль сучасного мистецтва «Porto Franko», Міжнародний фестиваль мистецтв країн Карпатського регіону «Карпатський простір» [29, с.58–59].

Саме подія може бути тим особливим мотивом, який створює справжню причину для потенційного туриста відвідати певну дестинацію. Подієвий туризм як рушійний фактор розвитку громад Івано-Франківщини має кілька тенденцій:

1. З боку органів влади громад спостерігає зростання інтересу до становлення та популяризації цього виду туризму, оскільки саме івенти є інформаційною основою просування територій, сприяють формуванню туристичного іміджу громад, виступають каталізаторами економічної діяльності громади та сприяють розвитку маркетингової політики (брендування, маркетинг територій та багато іншого). Існують випадки, коли навіть масштабна подія не може привернути достатню увагу туристів, якщо дестинація невідома широкому загалу.

2. Спостерігається прагнення до збільшення кількості івентів через пошук потенційно привабливих тем, об'єктів, та невикористаних ресурсів, що у свою чергу дозволить реалізовувати туристичний потенціал громади. Однак у процесі пошуку конкретних івентів дуже важливо, на наш погляд, щоб вони відповідали бажаному образу дестинації. Наприклад, дестинація хоче створити імідж сучасного європейського міста чи хоче зберегти імідж традиційного міста. Надзвичайно важливо ретельно підбирати тематику івенту для конкретної дестинації, оскільки кожна подія завжди може як позитивно, так і негативно вплинути на її імідж. Для організації та проведення заходів необхідно враховувати наявність (відсутність) відповідної матеріальної бази, рівня сервісу та обслуговування, безпеки. Тобто організація та проведення масштабної події повинно відповідати можливостям дестинації, що має враховуватися організаторами. Коли ж можливості дестинації обмежені (відсутня розвита туристична інфраструктура, немає належної кількості засобів розміщення та харчування, складна логістика, низький сервіс,

неналежні заходи безпеки тощо), то відповідно прийом значної кількості туристів може мати не лише певні іміджеві втрати але й довгостроковий негативний ефект.

3. Використання міжрегіонального партнерства при розробці та реалізації івент проектів дозволяє не лише розширити програми івент турів, але й налагодити зв'язки та партнерство не лише між сусідніми громадами, але й в межах транскордонного міжнародного співробітництва, що особливо є актуальним для Івано-Франківської області [6, р. 421].

Для ефективного розвитку івент туризму в регіоні та підвищення його ефективності з погляду економіки та соціальної сфери необхідна низка відповідних заходів:

- Активна реклама та інформаційна підтримка.
- Наголос на зовнішніх фінансових джерелах та спонсорстві, що надалі може допомогти залучити кошти не лише в туризм, а й в інші проблемні сфери громади.
- Створення «бренду» території та його «фішок».
- Залучення до івенту усіх учасників та спільна координація: органів влади, установ культури, спорту та підприємств малого та середнього бізнесу тощо.
- Ретельне планування та детальне продумування організації івент заходів.

Після 24 лютого 2022 року, із зрозумілих причин, кількість івентів значно зменшилася. Проте, впродовж 2024 року відбулися івенти різноманітні як за туристичною привабливістю так і за локальним, регіональним та національним значенням. Назвемо, на наш погляд найзнаковіші: 1–9 березня 2024 фестиваль професійного музичного мистецтва «Прикарпатська весна 2024» [27]; «Шекспірівський фестиваль» 17–23 червня 2024 у Івано-Франківську [28]; 7–9 червня 2024 року Масштабний музичний фестиваль “UNDERHILL EUROPEAN MUSIC FESTIVAL” [20]; 28 серпня 2024 Етнографічно-гастрономічний фестиваль «Ситий Бойко» [17]; 21–22 вересня 2024 VIII міжнародний Жіночий фестиваль у Івано-Франківську «АНІМА» [21]; 21–27 вересня 2024 “Ivano-Frankivsk International Short Film Festival 4:3” [7]; 6 жовтня 2024 “Frankivsk Half Marathon”; 29 листопада 2024 року в Івано-Франківську стартував книжковий фестиваль «Слово» [19]; 26–29 грудня 2024 року XVI Міжнародний різдвяний фестиваль «Коляда на Майзлях» [22]. Детальний огляд цих івентів демонструє охоплення різних сфер: креативну індустрію, культуру, спорт, мистецтво, етногастрономію, бізнес та інш. Таке розмаїття приваблює значні маси туристів.

Мусимо зазначити, що названі вище івенти далеко не всі, які відбулися на Івано-Франківщині впродовж 2024 року. В даному випадку погодимся з підходом, який запропонували українські дослідники Ю. Забалдіна та А. Тараненко, на їхню думку, зокрема івенти, що проводяться на території дестинації, утворюють івентивний кейс останньої, до складу якого входять різні за змістом івенти, а саме спортивні, культурні, MICE-івенти, холмарки. Ці івент визначають туристичну спеціалізацію дестинацій, слугують потужним магнітом для відвідувачів. Зміст івентивного кейсу в

рамках концепції менеджменту дестинації прийнято ділити на івенти, до орбіти яких потрапляють рівною мірою і туристи, і місцеві мешканці, та івенти, метою проведення яких є, власне, залучення туристів [18, с.50].

Для громад Івано-Франківщини івент туризм особливо важливий, тому що він дозволяє максимально ефективно використовувати туристичні можливості територій. Він поєднує в єдиний туристичний продукт усі ресурси: постійні (пам'ятки, музеї, природні пам'ятки та історичні місця) та тимчасові. З погляду розвитку громад подієвий туризм також виконує низку найважливіших функцій:

- створення прибутку;
- стимулювання розвитку інфраструктури населених пунктів громад;
- створення нових робочих місць;
- збереження та популяризація історико-культурної спадщини;
- сприяння відродженню «пасивних» міст та селищ;
- допомога у формуванні позитивного та привабливого іміджу громад.

Значення івентів у соціально-економічному розвитку громад знаходить своє відображення у певних економічних та соціальних ефектах [12, р.88].

Коли туристи відвідують певний івенті, вони, як правило, можуть залишатися в громаді декілька днів (до та після події). Це дозволяє пропонувати та реалізовувати й інші продукти, які може запропонувати дестинація. Події підвищують рівень місцевого бізнесу, заповнюють готелі, а в довгостроковій перспективі покращують інфраструктуру, якість життя місцевого населення та додають додаткову цінність ідентичності дестинації [13, р. 117].

Крім того, для Івано-Франківщини туризм має певну сезонність, а це означає, що туристичні потоки концентруються у відносно короткому періоді року. В той же час івенти, як на наш погляд, можуть зіграти важливу роль у подоланні цих проблем і залучити туристів у міжсезоння.

Очевидно, що економічний ефект разом із надходженнями до державних і локальних бюджетів, полягає у підвищенні конкурентоспроможності галузей пов'язаних з івент туризмом (креативна індустрія, індустрія гостинності, торгівля, транспорт, громадське харчування тощо). Під час проведення заходів активізується діяльність багатьох туристських об'єктів. Однак, мусимо констатувати, що у більшості випадків вплив івент туризму на економіку тієї чи іншої громади має лише частковий характер, оскільки лише частина коштів, отриманих від проведення заходу залишається в економіці громади. Інша ж частина у формі податків скеровується до бюджету вищих рівнів, через що відбувається відтік коштів. Вважаємо, що ефективність івенту для економіки громади буде збільшуватися в тому випадку, коли під час організації та проведення події буде залучено якнайбільше місцевих постачальників і виробників. Як наслідок, зменшується відтік коштів та збільшується зайнятість населення [15, р. 109].

Соціальний ефект від івент туризму полягає у збільшенні показників якості інфраструктури та життєвого рівня мешканців громад через створення додаткових робочих місць під час проведення заходів. Позитивний соціальний ефект також залежить від рівня задоволеності туристів та місцевих мешканців проведеними заходами (рекреаційна функція), а для цього, рівень підготовки, організації та проведення івенту має бути на дуже високому професійному рівні. Крім того, івенти стимулюють мешканців громади до збереження існуючих та створенні й розвитку нових дестинацій та атракцій які становлять певну цінність (духовну, історичну, культурну, мистецьку тощо) і можуть стати основою івент туризму. Івенти створюють значний вплив на формування іміджу дестинації та можуть сприяти її просуванню, позиціонуванню та брендуванню, що дуже часто сприяє підвищенню туристичної привабливості дестинації. Івенти, через широке висвітлення в інтернет-мережах та ЗМІ, привертають увагу громадськості. Дуже важливо, на наш погляд, щоб заходи івент туризму надалі знаходили своє відображення у соціальній політиці держави. Наприклад, події спортивно-подієвого туризму що активно пропагують спорт та активний і здоровий спосіб життя привертають молодь та громадськість до зайняття спортом та фізичною культурою, що безумовно призводить до покращення здоров'я [11, р. 118]. Зауважимо, що більшість дослідників ведуть мову саме про позитивний вплив івентів на розвиток громад та територій. Проте мусимо зауважити, що івент туризм, за умов неефективного управління може мати і негативні впливи. Ці впливи можуть торкатися сфери екології, соціально-економічного, політичного, культурного розвитку.

Висновки. Кожна громада Івано-Франківщини, яка прагне підвищити свою туристичну привабливість, повинна розробити детальні плани розвитку туризму дестинації. Ці плани повинні не лише включати івенти, а й зосереджуватися на стратегічному їх плануванні, що дозволить, на наш погляд реалізувати весь потенціал подієвого туризму. Івенти, як катализатори подальшого розвитку громад не лише створюють імідж дестинації, вони повинні нагадувати туристичні атракції.

Важливо, щоб івенти були сплановані та організовані таким чином, щоб вони відрізнялися один від одного, тобто для організаторів івентів важливо врахувати той факт, що чітко визначений продукт або послуга, яку пропонує івент, забезпечує впізнаваність та перевагу перед конкурентами, це призводить до більшої задоволеності відвідувачів та їх лояльності, що важливо для повторення подій. Чим більше впізнаваних івентів має певна дестинація, тим більше вона приваблива для туристів. Запорука їх успіху полягає в підтримці закладів розміщення відповідного стандарту, високому рівні співпраці між туристичними агентствами, наявності конкретної інформації про події та супутні заходи, а головне, належній маркетинговій діяльності.

Список використаних джерел:

1. Asha John, Pankaj Kumar Tyagi, Vipin Nadda. Examining the Impact of Virtual Media on Event Tourism Investigating New Possibilities. *Impact of AI and Tech-Driven Solutions in Hospitality and Tourism*. 2024. pp. 203–217. DOI: <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-6755-1.ch011>
2. Chung-Shing Lee, Drew Martin, Pi-Feng Hsieh & Wan-Chen Yu. Principles of value creation in event tourism: Enhancing the competitiveness of regional clusters. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*. 2020. 30:4. pp. 437–453. DOI: <https://doi.org/10.1080/21639159.2020.1784771>
3. Dychkovskyy S., Ivanov S. Festival Tourism as Part of International Tourism and a Factor. Development of Cultural Tourism. *Information & Media*. 2020. vol. 89, pp.73–82. DOI: <https://doi.org/10.15388/Im.2020.89.41>
4. “Frankivsk Half Marathon”. URL: https://www.facebook.com/run.if.run/?locale=uk_UA (дата звернення: 26.03.2025).
5. Getz D. Event Management and Event Tourism. New York: Cognizant Communications Corporation. 2005. 439 p.
6. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*. 2008. 29 (3). P. 403–428. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
7. “Ivano-Frankivsk International Short Film Festival 4:3”. URL: <https://www.facebook.com/4x3isff/> (дата звернення: 26.03.2025).
8. Jepson A., Clark A. Events and Community Development. *Research Themes for Events*. 2013. (1). pp. 6–17. DOI: <https://doi.org/10.1079/9781780642529.0006>
9. Kusumawati An. Event Tourism for Promoting the City Development: Progress and Prospects. Proceedings of the 3rd Annual International Conference on Public and Business Administration (AICoBPA 2020). *Advances in Economics, Business and Management Research*. 30 September 2021. vol. 191. pp. 153–156. DOI: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210928.030>
10. Li, X.; Kim, J.S.; Lee, T.J. Contribution of Supportive Local Communities to Sustainable Event Tourism. *Sustainability*. 2021. vol. 13. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13147853>
11. Nadotti L, Vannoni V. Cultural and event tourism: an interpretative key for impact assessment. *Eastern Journal of European Studies*. 2019.vol. 10(1). pp. 115–130.
12. Oklobdžija S. The role of events in tourism development. *BizInfo Blace*. 2015. 6(2), pp.83–97. DOI: <https://doi.org/10.5937/BIZINFO15020830>
13. Richards G., de Brito M. P., Wilks L. Exploring the Social Impacts of Events. London – New York Routledge. 2013. 238.p.
14. Roche M. Mega-events and urban policy. *Annals of Tourism Research*. 1994. vol.21. pp. 1–19. DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90002-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90002-7)
15. Surmanidze M. Modern Challenges of Event Tourism and Business, Organizational Needs. *European Scientific Journal, ESJ*. 2024. vol.20 (37). pp. 109. DOI: <https://doi.org/10.19044/esj.2024.v20n37p109>
16. Аністратенко Н.В., Мальченко А.В. Роль всесвітньої туристичної організації у відновленні туристичних потоків в постпандемічному світі. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.1.82> (дата звернення: 11.04.2025).
17. Етнографічно-гастрономічний фестиваль «Ситий Бойко»: URL: <https://www.facebook.com/events/975774252964238> (дата звернення: 26.03.2025).
18. Забалдіна Ю.Б., Тараненко А.П. Формування івентивного портфеля туристичних дестинацій. *Інтелект*. XXI. 2017. № 5. С. 48–52.
19. Книжковий фестиваль «Слово»: URL: <https://suspilne.media/ivano-frankivsk/892035-v-ivano-frankivsku-na-festivali-slovo-predstavili-ponad-tisacu-knig/> (26.03.2025)
20. Масштабний музичний феситваль “UNDERHILL EUROPEAN MUSIC FESTIVAL”: URL: <https://facebook.com/underhill.festival/> (дата звернення: 26.03.2025).
21. Міжнародний Жіночий фестиваль Івано-Франківську «АНІМА»: URL: https://www.facebook.com/AnimaIF/?locale=ru_RU (дата звернення: 26.03.2025).
22. Міжнародний різдвяний фестиваль «Коляда на Майзлях»: URL: https://www.facebook.com/p/%D0%9A%D0%BE%D0%BB%D1%8F%D0%B4%D0%B0-%D0%BD%D0%B0-%D0%9C%D0%B0%D0%B9%D0%B7%D0%BB%D1%8F%D1%85-100088475919110/?locale=uk_UA (дата звернення: 26.03.2025).
23. Ніколаєв Ю., Глячян К. Розвиток подієвого туризму як нова тенденція диверсифікації міжнародної туристичної діяльності в сучасних умовах. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Випуск 5(16). С. 22–28. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-5-4>
24. Паньків Н. Є., Мороз В. Р. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні на прикладі розробленого івент-туру «Відкрий для себе Покуття». *Науковий вісник НЛТУ України*. 2018. Т. 28. № 5. С. 78–82.
25. Пархоменко Т.С. Антропологія туризму. Філософія туризму: навч. посіб. Київ : Кондор, 2004. 268 с. URL: http://tourlib.net/books_ukr/filotur.htm (дата звернення: 26.03.2025).
26. Тараненко А.П. Івентивний туризм як сучасна складова розвитку туристичної діяльності та його класифікація. *Агросім*. 2020. № 11. С. 149–154. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2020.11.149>
27. Фестиваль професійного музичного мистецтва «Прикарпатська весна 2024»: URL: <https://if.informator.ua/2024/02/27/frankivcziv-zaproshtuyut-na-muzychnyj-festyval-prykarpataska-vesna-2024/> (дата звернення: 26.03.2025).
28. «Шекспірівський фестиваль» у Івано-Франківську. URL: <https://ifshakespeare.in.ua/> (дата звернення: 26.03.2025).
29. Щурик М.В., Бринзей Б.С. Фестивальний рух як один із перспективних напрямів розвитку event-туризму в регіоні. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Випуск 39-2. С. 57–60.

References:

1. Asha John, Pankaj Kumar Tyagi, Vipin Nadda. (2024). Examining the Impact of Virtual Media on Event Tourism Investigating New Possibilities. *Impact of AI and Tech-Driven Solutions in Hospitality and Tourism*. pp. 203–217. DOI: <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-6755-1.ch011>
2. Chung-Shing Lee, Drew Martin, Pi-Feng Hsieh & Wan-Chen Yu. (2020) Principles of value creation in event tourism: Enhancing the competitiveness of regional clusters. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*. 30:4. pp. 437–453. DOI: <https://doi.org/10.1080/21639159.2020.1784771>
3. Dychkovskyy S., Ivanov S. (2020). Festival Tourism as Part of International Tourism and a Factor. Development of Cultural Tourism. *Information & Media*, vol. 89, pp.73–82. DOI: <https://doi.org/10.15388/Im.2020.89.41>
4. “Frankivsk Half Marathon”. Available at: https://www.facebook.com/run.if.run/?locale=uk_UA (accessed March 26, 2025).
5. Getz D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*. 29 (3). pp.403–428. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
6. Getz D. (2005). Event Management and Event Tourism. New York: Cognizant Communications Corporation. 439 p.
7. “Ivano-Frankivsk International Short Film Festival 4:3”. Available at: <https://www.facebook.com/4x3isff/> (accessed March 26, 2025).
8. Jepson A., Clark A. (2013). Events and Community Development. *Research Themes for Events*. (1). P. 6–17. DOI: <https://doi.org/10.1079/9781780642529.0006>
9. Kusumawati An. (2021). Event Tourism for Promoting the City Development: Progress and Prospects. Proceedings of the 3rd Annual International Conference on Public and Business Administration (AICoBPA 2020). *Advances in Economics, Business and Management Research*. 30 September vol. 191. pp. 153–156. DOI: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210928.030>
10. Li X., Kim J.S., Lee T.J. (2021). Contribution of Supportive Local Communities to Sustainable Event Tourism. *Sustainability*. Vol. 13. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13147853>
11. Nadotti L, Vannoni V. (2019). Cultural and event tourism: an interpretative key for impact assessment. *Eastern Journal of European Studies*. Vol. 10(1). P. 115–130.
12. Oklobdžija S. (2015). The role of events in tourism development. *BizInfo Blace*. 6(2), P. 83–97. DOI: <https://doi.org/10.5937/BIZINFO15020830>
13. Richards G., de Brito M. P., Wilks L. (2013). Exploring the Social Impacts of Events. London – New York Routledge. 238.p.
14. Roche M. (1994). Mega-events and urban policy. *Annals of Tourism Research*. Vol.21. P. 1–19. DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90002-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90002-7)
15. Surmanidze M. (2024). Modern Challenges of Event Tourism and Business, Organizational Needs. *European Scientific Journal*, ESJ. Vol.20 (37). DOI: <https://doi.org/10.19044/esj.2024.v20n37p109>
16. Anistratenko N. V., Malchenko A. V. (2022) Rol vsesvitnoi turystychnoi orhanizatsii u vidnovlenni turystychnykh potokiv v postpandemiinomu sviti. [The role of the world tourism organization in the restoration of tourist flows in the post-pandemic world]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, no 1. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.1.82> (accessed April 11, 2025)
17. Etnohrafichno-hastronomichniy festyval “Sytyi Boiko” [Ethnographic and gastronomic festival “Sytyi Boyko”]. Available at: <https://www.facebook.com/events/975774252964238> (accessed March 26, 2025).
18. Zabaldina Yu.B., Taranenko A.P. (2017). Formuvannia iventyvnoho portfelia turystychnykh destynatsii [Tourist destination’s event portfolio formation]. *Intelekt. XXI – Intellect. XXI*, no 5. pp. 48–52.
19. Knyzhkovyi festyval “Slovo” [Book Festival “Slovo”]. Available at: <https://suspilne.media/ivano-frankivsk/892035-v-ivano-frankivsku-na-festivali-slovo-predstavili-ponad-tisacu-knig/> (accessed March 26, 2025).
20. Masshtabnyi muzychnyi festyval “UNDERHILL EUROPEAN MUSIC FESTIVAL” [Large-scale music festival UNDERHILL EUROPEAN MUSIC FESTIVAL]. Available at: <https://www.facebook.com/underhill.festival/> (accessed March 26, 2025).
21. Mizhnarodnyi Zhinochyi festyval Ivano-Frankivsku “ANIMA” [International Women's Festival in Ivano-Frankivsk “ANIMA”]. Available at: https://www.facebook.com/AnimaIF/?locale=ru_RU (accessed March 3, 2025)
22. Mizhnarodnyi rizdvianyi festyval “Koliada na Maizliakh” [International Christmas Festival “Kolyada na Maizlyakh”]. Available at: https://www.facebook.com/p/%D0%9A%D0%BE%D0%BB%D1%8F%D0%B4%D0%B0-%D0%BD%D0%B0-%D0%9C%D0%B0%D0%B9%D0%B7%D0%BB%D1%8F%D1%85-100088475919110/?locale=uk_UA (accessed March 26, 2025).
23. Nikolaiev Yu., Hlchian K. (2019). Rozvytok podiievoho turyzmu yak nova tendentsiia dyversyfikatsii mizhnarodnoi turystychnoi diialnosti v suchasnykh umovakh [The development of event tourism as a new trend of diversification of international tourism activity in modern conditions]. *Pryazovskiy ekonomichnyi visnyk – Pryazovskiy economic herald*, vol. 5(16), pp. 22–28. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-5-4>
24. Pankiv N. Ye., Moroz V. R. (2018). Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku podiievoho turyzmu v Ukraini na prykladi rozroblenoho ivent-turu “Vidkryi dlia sebe Pokuttia” [The current state and prospects of the development of event tourism in ukraine on the example of the developed event “Discover Pokuttia for yourself”]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy – Scientific Bulletin of UNFU*, vol. 28, no. 5, pp. 78–82.
25. Parkhomenko T.S. (2004) Antropolohiia turyzmu. Filosofiia turyzmu: Navch. Posibnyk [Anthropology of tourism. Philosophy of tourism: A Study Guide]. Kyiv: Condor, 268 p. Available at: http://tourlib.net/books_ukr/filotur.htm (accessed March 26, 2025). (in Ukrainian)

26. Taranenko A. P. (2020). Iventyvnyi turizm yak suchasna skladova rozvytku turystychnoi diialnosti ta yoho klasyfikatsiia [Event tourism as a modern component of tourism development and its classification]. *Ahrosvit – Ahrosvit*, no. 11, pp. 149–154. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.149
27. Festyval profesiinoho muzychnoho mystetstva “Prykarpatska vesna 2024” [Festival of Professional Musical Art “Carpathian Spring 2024”]. Available at: <https://if.informator.ua/2024/02/27/frankivcziv-zaproshuyut-na-muzychnyj-festyval-prykarpatska-vesna-2024/> (accessed March 26, 2025).
28. “Shekspirivskiy festyval” u Ivano-Frankivsku [“Shakespeare Festival” in Ivano-Frankivsk]. Available at: <https://ifshakespeare.in.ua/> (accessed March 26, 2025).
29. Shchuryk M. V., Brynzei B. S. (2019). Festyvalnyi rukh yak odyn iz perspektyvnykh napriamiv rozvytku event-turizmu v rehioni [Festival movement as one of the prospective directions of event tourism development in the region]. *Prychornomorski ekonomichni studii – Black sea economic studie*, vol. 39 (2), pp. 57–60.

Vasyl Zhupnyk, Khrystyna Terletska
Higher Educational Institution “King Danylo University”

EVENT TOURISM AS A FACTOR IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TERRITORIES

This article attempts to theoretically assess both the positive and negative impact of event tourism on the development of communities and territories of Ivano-Frankivsk region, through the prism of various factors (social, economic, cultural, etc.). In our deep conviction, events in economic terms have helped to solve the problem of employment and have influenced economic growth, especially in developed market economies. The best example of this is the impact of mega-sporting events, such as the Olympic Games or World Championships in popular sports, on economic growth, infrastructure development and destinations of host countries. For Ivano-Frankivsk region, tourism has a certain seasonality, which means that tourist flows are concentrated in a relatively short period of the year. At the same time, events, in our opinion, can play an important role in overcoming these problems and attracting tourists in the off-season. Communities of Ivano-Frankivsk region, which seek to increase their tourist attractiveness, should develop detailed plans for the development of tourism destinations. These plans should not only include events, but also focus on their strategic planning, which will allow, in our opinion, to realize the full potential of event tourism. Events, as catalysts for the further development of communities, not only create the image of the destination, they should resemble tourist attractions. It is important that events are planned and organized in such a way that they differ from each other; that is, for event organizers it is important to take into account the fact that a clearly defined product or service offered by the event provides recognition and an advantage over competitors, this leads to greater visitor satisfaction and their loyalty, which is important for repeating events. The more recognizable events a destination has, the more attractive it is to tourists. The key to their success lies in maintaining accommodation facilities of an appropriate standard, a high level of cooperation between travel agencies, the availability of specific information about events and related activities, and most importantly, proper marketing activities.

Keywords: Event tourism, communities, destinations, Ivano-Frankivsk region, sustainable development factor.

Статтю подано до редакції 08.04.2025