



УДК 338.48-6:394.4

THE ROLE OF EVENTS IN SHAPING THE TOURIST ATTRACTIVENESS OF DESTINATIONS

РОЛЬ ІВЕНТІВ У ФОРМУВАННІ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ДЕСТИНАЦІЙ**Antoniuk K.H. / Антонюк К.Г.***PhD /доктор філософії з економіки**ORCID: 0000-0003-4566-7792***Lukianets A.V. / Лук'янець А.В.***ORCID: 0000-0002-9973-5386**Vinnitsia Institute of Trade & Economics**of State University of Trade & Economics, Vinnitsia, Soborna 87**Вінницький торговельно-економічний інститут**Державного торговельно-економічного університету, м. Вінниця, Соборна 87*

Анотація. У статті розглянуто роль івентів у формуванні туристичної привабливості дестинацій. Автори наголошують, що в умовах зростаючої конкуренції на туристичному ринку івенти стають стратегічним інструментом для залучення туристів та підвищення конкурентоспроможності регіонів. Аналізується багатофакторний вплив івентів, що охоплює не лише генерацію туристичних потоків, а й створення економічного, соціокультурного та іміджевого мультиплікаційного ефекту. У роботі представлена типологія івентів та їх вплив на дестинації, визначено, що івенти перетворюють дестинацію з пасивного об'єкта на динамічну локацію, що сприяє сталому та довготривалому розвитку регіону.

Ключові слова: івенти, туризм, туристична привабливість, дестинація, подієвий туризм.

Вступ. У сучасному світі, де туристичний ринок перенасичений пропозиціями, дестинаціям (туристичним напрямкам) вже недостатньо мати лише мальовничі краєвиди чи історичні пам'ятки. Сьогодні туристи шукають унікальний досвід, емоції та враження. У цьому контексті івенти (події) стають одним із важливих інструментів для формування туристичної привабливості та створення конкурентних переваг. Вони не просто доповнюють існуючий туристичний продукт, а часто стають головним мотивом для подорожі, перетворюючи дестинацію з «місця» на «місце події».

Основний текст. В сучасних умовах, які характеризуються мінливістю та є чутливими до впливу різних чинників, діяльність туристської галузі доцільно сфокусувати на розвитку внутрішнього туризму, зокрема на івент-туризмі, який може стати одним із джерел надходжень до регіональних бюджетів, популяризації туристських дестинацій [4, с. 147].



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 [3, с. 148].

Івенти – це організовані заходи, що можуть мати різний масштаб, тривалість та тематику: від грандіозних мегаподій, як Олімпійські ігри чи Чемпіонат світу з футболу, до локальних фестивалів, як «Свято сиру і вина» у Львові або ярмарок ремесел у невеличкому містечку. Незалежно від масштабу, вони виконують такі важливі функції:

1. Генерація туристичних потоків. Івенти здатні залучати значну кількість відвідувачів, особливо в міжсезоння, коли традиційний туризм сповільнюється. Це допомагає згладити сезонні коливання, що є критично важливим для стабільного функціонування туристичної інфраструктури.

2. Формування унікального іміджу. Івент, що став візитівкою міста чи регіону, створює стійкі асоціації в умах потенційних туристів. Карнавал у Ріо, «Октоберфест» у Мюнхені, Каннський кінофестиваль – це не просто події, а бренди, які формують глобальне сприйняття DESTINATION.

3. Диверсифікація туристичного продукту. Наявність різноманітних івентів дозволяє залучити різні сегменти туристів: любителів музики, гастрономії, спорту, культури тощо. Це робить DESTINATION привабливою для ширшої аудиторії.

4. Стимулювання повторних візитів. Успішний івент, що проводиться регулярно, спонукає туристів повертатися до DESTINATION знову і знову.

Вплив івентів на туристичну привабливість виходить далеко за межі простих цифр відвідуваності. Він має значний мультиплікаційний ефект, що



поширюється на різні сектори економіки та соціального життя туристичного регіону. На рисунку 1 представлено узагальнену схему, що відображає багатофакторний вплив івентів на формування туристичної привабливості дестинацій.

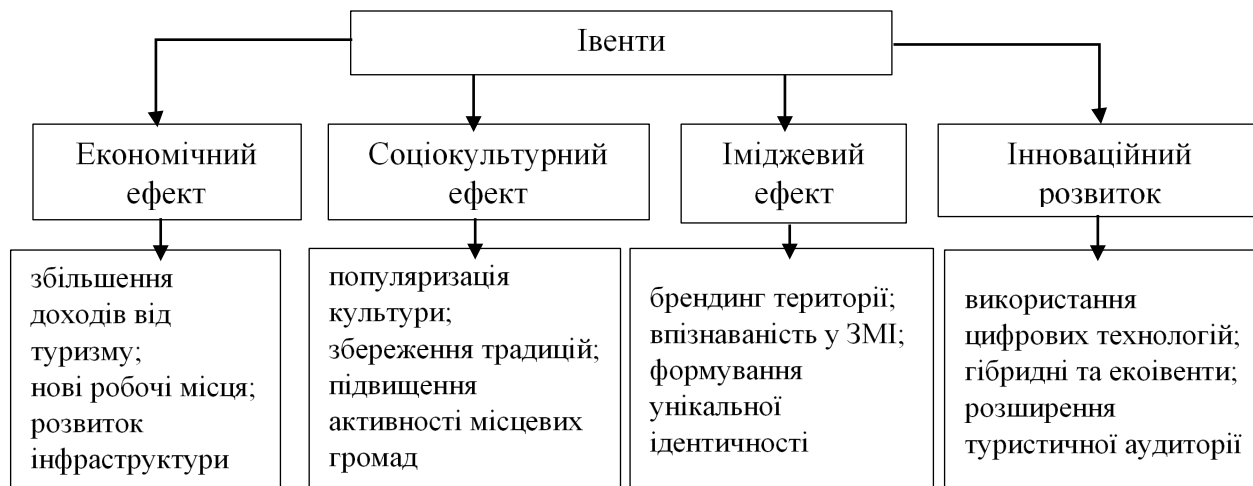


Рисунок 1. Механізм впливу івентів на туристичну привабливість дестинацій

Джерело: сформовано авторами

Події завжди генерують економічний, соціокультурний, іміджевий та інноваційний ефекти, які разом формують позитивний імідж території та підвищують її конкурентоспроможність на туристичному ринку. В такому випадку, івент-туризм є каталізатором економічних, культурних та іміджевих трансформацій дестинації.

Окрім того, різні види івентів мають різний вплив на розвиток туризму в конкретних дестинаціях (табл. 1). Так, мегаівенти мають глобальне значення, привертають величезну увагу та забезпечують довготривалий імідж і стратегічні інвестиції. Значні івенти, зазвичай національного або регіонального масштабу, формують стабільний туристичний потік і укріплюють бренд дестинації.

Локальні івенти підкреслюють автентичність, підтримують місцеву економіку та приваблюють туристів, які прагнуть унікального досвіду. Разом ці три рівні створюють багатогранний механізм формування туристичної привабливості.



Таблиця 1 – Типологія івентів та їх вплив на формування туристичної привабливості DESTINATION

Тип івенту	Характеристика	Приклад	Вплив на DESTINATION
Мегаівенти	Глобальне значення, величезна аудиторія, значне медіа-висвітлення.	Олімпійські ігри, Чемпіонат світу з футболу.	Довгостроковий імідж, значні інвестиції, розвиток інфраструктури.
Значні івенти	Національне або регіональне значення, є зазвичай регулярними	«Октоберфест» (Німеччина), Карнавал у Ріо.	Стабільний туристичний потік, сильний бренд, позиціонування на ринку.
Локальні івенти	Локальне значення, орієнтовані на місцевих жителів та туристів з ближніх регіонів.	Фестивалі вуличної їжі, міські ярмарки, регіональні свята.	Підтримка локальної економіки, автентичність, залучення туристів, що шукають унікальний досвід.

Джерело: сформовано авторами

Туристи, які приїжджають на івент, витрачають гроші на проживання, харчування, транспорт, сувеніри та розваги. Це створює прямий дохід для місцевого бізнесу. Крім того, івент стимулює розвиток супутніх галузей (непрямий ефект) і підвищує загальний економічний рівень регіону (індукований ефект).

Івенти є інструментом для створення нових робочих місць, як тимчасових, так і постійних. Вони сприяють розвитку інфраструктури, адже будуються нові готелі, покращується транспортна мережа. Крім того, успішні події зміцнюють почуття гордості та єдності у місцевого населення, підвищують якість життя, надаючи доступ до різноманітних культурних та розважальних заходів.

Особливістю івентивного туризму є те, що він надає основний позитивний вплив на розвиток регіону, а саме створення зручних і комфортних засобів розміщення, організації екскурсійних, розважальних програм, розвиток транспортної інфраструктури регіону. Сьогодні івентивний-туризм – це не тільки перспективний сегмент світового туристичного ринку, що динамічно розвивається, а й багатогранний інструмент регіонального розвитку [2, с. 30].

Також значною перевагою розвитку подієвого туризму є популяризація туристичних DESTINATION не лише серед внутрішніх туристів, але і серед в'їзних туристів, привернення уваги яких вимагає більших зусиль, ніж просто наявність



туристично-рекреаційних ресурсів. Крім того, проведення різноманітних заходів полегшує показ не лише матеріальних багатств країни, але і нематеріальних культурних – традиції, культура, пісні, танці тощо, що часто спонукає закордонних туристів відвідувати ту чи іншу місцевість [1, с. 183].

Незважаючи на очевидні переваги, розвиток івент-туризму пов'язаний з низкою викликів. Важливе значення має належне планування та управління. Існують ризики перенасичення, коли надмірна кількість туристів може завдати шкоди навколишньому середовищу та спричинити дискомфорт для місцевих жителів. Крім того, для проведення масштабних івентів необхідні значні інвестиції та розвинена інфраструктура, а також постійна увага до питань безпеки.

На нашу думку, для ефективного розвитку івент-туризму в регіоні та підвищення його ефективності з точки зору економіки та соціальної сфери необхідною є реалізація наступних заходів:

1. 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.

2. 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.

3. Ретельне планування та детальне продумування організації івент заходів.

Реалізація зазначених заходів сприятиме формуванню позитивного іміджу регіону, підвищенню його туристичної привабливості та конкурентоспроможності. Адже, івенти – це не просто святкові заходи, а стратегічний ресурс у сучасному туризмі. Вони перетворюють дестинацію з пасивного об'єкта відвідування на динамічну та привабливу локацію, що постійно розвивається. Успішні івенти здатні залучати інвестиції, створювати робочі місця, формувати позитивний імідж та збагачувати культурне життя регіону. Для того, щоб повною мірою скористатися цим потенціалом, дестинаціям необхідно інвестувати в креативність, маркетинг та сталі



управління, інтегруючи івенти в загальну стратегію розвитку туризму. Лише тоді вони зможуть залишатися конкурентоспроможними та привабливими для сучасних туристів.

Висновки. Аналіз ролі івентів у формуванні туристичної привабливості DESTINACIЙ дозволяє зробити такі висновки: по-перше, івент-туризм є не просто додатковим елементом, а важливим стратегічним інструментом розвитку туристичної галузі. В умовах сучасної конкуренції, коли туристи шукають унікальні враження, івенти перетворюють DESTINACIЮ з пасивного об'єкта відвідування на динамічне місце події. Це дозволяє залучати значні туристичні потоки, особливо в міжсезоння, що забезпечує стабільність та стійкість регіональної економіки. По-друге, вплив івентів є багатограним і виходить далеко за межі туристичної сфери, створюючи економічний, соціокультурний та іміджевий мультиплікаційний ефект. Івенти є каталізатором позитивних трансформацій, що сприяють підвищенню туристичної привабливості та конкурентоспроможності DESTINACIЇ на глобальному ринку, забезпечуючи її сталий і довготривалий розвиток.

Література:

1. Барвінок Н. Подієвий туризм як елемент маркетингу туристичної DESTINACIЇ. *Гостинність і туризм майбутнього: наукові та практичні горизонти*: зб. тез доп. II Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 17- 18 травня 2023 р.). Київ: НУБіП України. 2023. С. 182-185.

2. Вичівський П.П., Польова Л.В., Ткачук Х.С. Особливості розвитку івентивного туризму в Івано-Франківській області. *Якість та безпечність продукції у внутрішній і зовнішній торгівлі й торговельне підприємництво: сучасні вектори розвитку і перспективи*: III Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., (м. Полтава, 15 лютого 2024 р.). Полтава: Полтавський державний аграрний університет (Україна). С. 29-31.

3. Жупник В., Терлецька Х. Івентивний туризм як чинник сталого розвитку територій. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*, 2025. № 2 (16).



C. 146-152.

4. Щоголєва І.В., Соколовський В.А. Особливості івент-менеджменту в туризмі. *Науковий вісник Львівської академії. Серія: Економіка, менеджмент та право*. 2021. Вип. 3. 146-155.

Abstract. *This article examines the role of events in shaping the tourism appeal of destinations. The authors emphasize that amidst growing competition in the tourism market, events are becoming a strategic tool for attracting tourists and enhancing regional competitiveness. The study analyzes the multifaceted impact of events, which includes not only generating tourist flows but also creating a multiplier effect across economic, sociocultural, and image-related spheres. The paper presents a typology of events and their influence on destinations, concluding that events transform a destination from a passive object into a dynamic location that contributes to the sustainable and long-term development of the region.*

Key words: *events, tourism, tourism appeal, destination, event tourism.*

Стаття відправлена: 18.09.2025 р.

© Антонюк К.Г.



CONTENTS

Economy and trade

- <https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-002> 3
 INTERNATIONAL ASSESSMENT OF THE DEVELOPMENT OF
 UKRAINE'S TRANSPORT SECTOR
Bilik V.
- <https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-003> 10
 STRATEGIC GUIDELINES FOR DIGITALIZATION
 DEVELOPMENT IN TRANSPORT ENTERPRISES
Havrykov D., Sakhatskyi D.
- <https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-004> 21
 FEATURES OF MODERN ENTERPRISE DEVELOPMENT
 STRATEGIES
Grechan A., Grechan P.
- <https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-020> 30
 OPERATIONAL EFFICIENCY OF TRANSPORT ENTERPRISES:
 THE ROLE OF BUSINESS ANALYTICS IN ENSURING
 COMPETITIVENESS
Redko N. A., Levishchenko O.S.
Amelina N.K., Chernish O.O.
- <https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-023> 39
 DIGITAL COMPETENCES AND INNOVATIONS IN HUMAN
 RESOURCES DEVELOPMENT IN UKRAINE IN MODERN
 REALITIES
Spitsyna A.E., Liubarets V.V., Goridko N. M.,
Golova I.G., Nesterenko O. O.
- <https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-043> 56
 RISK MANAGEMENT METHODS IN INTERNATIONAL
 ECONOMIC RELATIONS: THEORETICAL APPROACHES
 AND CURRENT TRENDS
Parkhomenko V.V.
- <https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-045> 71
 CUSTOMS POLICY OF SOME LATIN AMERICAN COUNTRIES:
 FEATURES AND DEVELOPMENT
Atamanchuk Z.
- <https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-063> 82
 THE NEED FOR ECONOMIC REGULATION IN THE
 CONDITIONS OF MILITARY RISKS
Mazur V.O.



<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-070> 87

ADVANTAGES OF ASYNCHRONOUS LEARNING IN MODERN CONDITIONS IN UKRAINE

Klymenko N.G.

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-088> 94

TRANSFORMATION OF THE ACCOUNTING SYSTEM OF UKRAINE IN THE CONTEXT OF EUROPEAN INTEGRATION PROCESSES

Kruhla M.M.

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-091> 104

THE ROLE OF EXCHANGE-TRADED DERIVATIVES IN THE FORMATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE COMMODITY MARKET IN UKRAINE

Bashlai S. V.

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-096> 115

ECONOMIC ASPECTS OF ACCESSIBILITY DESIGN IN HOSPITALITY FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Ishchenko N.V., Drobotova M.V., Muzychka A.R.

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-107> 123

ENSURING SUSTAINABLE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION

Zharkov O.O.

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-121> 127

COMMODITY SCIENCE WITHIN THE FRAMEWORK OF TRADE ACTIVITIES IN POST-WAR UKRAINE

Ilchuk M. M., Kyrychenko A.V.

Tomashevskaya O.A.

Management and marketing

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-026> 138

DETERMINING THE EFFECTIVENESS OF BUSINESS PROCESSES OF BUILDING COMPANIES TAKING INTO CONSIDERATION THE PRINCIPLES OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT THE OPERATORS OF ACTIVITIES

Glukh V. P.

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-034> 149

INNOVATIVE POTENTIAL OF CREATIVE MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION

Zabarna E.M., Chernenko E.U.



https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-036	159
DIGITALIZATION OF AGRICULTURAL SECTOR MANAGEMENT: NEW APPROACHES AND SOLUTIONS <i>Osmatchenko V.O., Muzychenko T. O.</i>	
https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-042	170
FROM LEAN MANAGEMENT IN HEALTHCARE TO LEAN HEALTHCARE <i>Poplavska Zh.V., Hodysh Ya.O.</i>	
https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-049	179
FUNDAMENTAL INAPPROPRIATENESS OF MANAGEMENT IN THE SYSTEM OF MEDICAL CARE FOR THE POPULATION OF UKRAINE <i>Zhuravel V.I., Bilous V.P., Zhuravel Victor V. Zhuravel Volodymyr V.</i>	
https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-050	195
MARKETING PERFORMANCE ASSESSMENT BASED ON A SYSTEMIC ANALYSIS OF CONSUMER BUYING BEHAVIOR <i>Zhuk O.I.</i>	
https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-103	205
LOGISTICS ECONOMICS AS A FACTOR IN RELATIONSHIP MARKETING EFFECTIVENESS <i>Maksiutenko I.Y., Sivashenko T.V.</i>	
https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-111	212
DIGITAL TRANSFORMATION OF THE BANKING SECTOR: STRATEGIC ASPECTS OF HUMAN CAPITAL MANAGEMENT <i>Babenko M.V., Lytvynenko A.O. Lytvynenko O.D., Novikova T.V.</i>	
https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-114	228
IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE MARKETING TECHNOLOGIES AS A DRIVER FOR THE DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN EXPORT SERVICES MARKET <i>Semenova L.Yu., Khurdei V.D.</i>	
https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-118	240
MODERN USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE ENTERPRISE MARKETING PROCESS <i>Kvasova L., Bahorka M., Pavlychenko A.,</i>	
https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-120	249
MANAGEMENT OF THE EDUCATIONAL PROCESS OF CIVIL SERVANTS <i>Melnikov O.F. , Lukianova V.A. Kosenko V.V., Kobzev I.V.</i>	

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-134>

265

PSYCHOLOGICAL FACTORS AND DECISION-MAKING STYLES
IN THE TRAINING OF FUTURE MANAGERS: AN EDUCATIONAL-
PRACTICAL APPROACH

Akilina O.V.

Tourism and recreation

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-040>

275

SUSTAINABLE TOURISM AS A MEANS OF DOWNSHIFTING IN
THE CONTEXT OF REALIZING A SUCCESSFUL PERSONALITY:
A METHODOLOGICAL APPROACH

Kozmenko O.I., Zelenko O.O.

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj33-03-062>

301

THE ROLE OF EVENTS IN SHAPING THE TOURIST
ATTRACTIVENESS OF DESTINATIONS

Antoniuk K.H., Lukianets A.V.



Scientific publication

International periodic scientific journal

ScientificWorldJournal

Issue №33
Part 3
September 2025

Indexed in
INDEXCOPERNICUS
high impact factor (ICV: 73)

Articles published in the author's edition

*Academy of Economics named after D.A. Tsenov
Bulgaria jointly with SWorld*

Signed: September 30, 2025

e-mail: editor@sworldjournal.com
site: www.sworldjournal.com



www.sworldjournal.com





www.sworldjournal.com