

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

ДО ЗАХИСТУ
завідувач кафедри
світової політики, дипломатії
та туристичного бізнесу
доц. Парфіненко А.Ю.

Кваліфікаційна бакалаврська робота

на тему: «Преспективи розвитку подієвого туризму в Україні
(на прикладі м. Києва)»

Виконала: студентка 4 курсу, групи УТ-41
Спеціальності 242 «Туризм»
Квашина Діана Олександрівна

(прізвище та ініціали)

Керівник: к.е.н., доц. Шамара І.М.

(прізвище та ініціали)

Рецензент: к.е.н., доц. Кудінова М.М.

(прізвище та ініціали)

Підсумкова оцінка:

за національною шкалою: _____

кількість балів: _____

Голова Екзаменаційної комісії

(підпис)

Поколюдна М. М.

(прізвище та ініціали)

Харків – 2025 року

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) перший
(бакалаврський)
Напрямок підготовки
Спеціальність 242 «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ
завідувач кафедри світової
політики, дипломатії та
туристичного бізнесу
та країнознавства
Доц. Парфіненко А.Ю.

“ _____ ” _____ 2025 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ (ПРОЕКТ)
Квашини Діани Олександрівни

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи «Преспективи розвитку подієвого туризму в Україні (на прикладі м. Києва)»

керівник роботи Шамара Ірина Миколаївна, к.е.н., доц.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від 02.04.2025 р. № 4001-5/868

Строк подання студентом роботи 12.05.2025 р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити:
розкрити сутність, функції та принципи подієвого туризму як складової сучасного туристичного ринку; дослідити класифікацію видів подієвого туризму та їх особливості; проаналізувати методичні підходи до оцінки потенціалу території для розвитку подієвого туризму; оцінити природно-культурний та інфраструктурний потенціал м. Києва для організації подієвих заходів; дослідити сучасний стан розвитку подієвого туризму в місті та

виявити основні проблеми; визначити перспективні напрями розвитку подієвого туризму в м. Києві.

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Розділ 1. Теоретико-методологічні засади розвитку подієвого туризму
2	Розділ 2. Аналіз сучасного стану, проблем та перспектив розвитку подієвого туризму в Україні (на прикладі м. Києва)

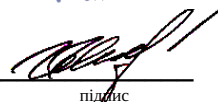
5. Дата видачі завдання 02.12.2024 р.

Студент


підпис

Д. О. Квашина
ініціали, прізвище

Керівник роботи


підпис

І. М. Шамара
ініціали, прізвище

АНОТАЦІЯ

Квашина Д. О. «Перспективи розвитку подієвого туризму в Україні (на прикладі м. Києва)»

Дипломна робота присвячена аналізу перспектив розвитку подієвого туризму в Україні на прикладі міста Києва. Розкрито сутність, функції та принципи подієвого туризму як важливої складової сучасного туристичного ринку. Проведено класифікацію видів подієвого туризму та охарактеризовано їх особливості. Проаналізовано методичні підходи до оцінки потенціалу територій для організації подієвих заходів. Надано оцінку природно-культурного та інфраструктурного потенціалу міста Києва як платформи для розвитку подієвого туризму. Досліджено сучасний стан подієвого туризму в столиці України, виявлено ключові проблеми його функціонування та визначено перспективні напрями розвитку подієвого туризму в місті з урахуванням світових тенденцій і локальних можливостей.

ANNOTATION

Kvashyna D. "Prospects for the Development of Event Tourism in Ukraine (on the Example of Kyiv)"

The paper deals with the analysis of the prospects for the development of event tourism in Ukraine using the case of Kyiv. The essence, functions, and principles of event tourism as an integral part of the modern tourism market are revealed. A classification of event tourism types and their characteristics is provided. Methodological approaches to assessing the territorial potential for organizing event activities are analyzed. The natural, cultural, and infrastructural potential of Kyiv as a location for hosting events is evaluated. The current state of event tourism in the city is studied, key problems are identified, and promising directions for its development are outlined, taking into account global trends and local resources.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
 РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ	
1.1. Сутність, принципи та функції подієвого туризму.....	6
1.2. Класифікація видів подієвого туризму та їх особливості.....	15
1.3. Методичні підходи до оцінки потенціалу розвитку подієвого туризму.....	22
 РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ, ПРОБЛЕМ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ М. КИЄВА)	
2.1. Природно-культурний та інфраструктурний потенціал м. Києва як передумова розвитку подієвого туризму.....	28
2.2. Аналіз сучасного стану та проблем розвитку подієвого туризму в м. Києві.....	37
2.3. Перспективи розвитку подієвого туризму в м. Київ.....	48
 ВИСНОВКИ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	63

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах активної трансформації туристичного ринку, зростання конкуренції між територіями та необхідності економічної диверсифікації, подієвий туризм набуває дедалі більшого значення. Цей вид туризму виступає важливим інструментом активізації туристичних потоків, покращення іміджу DESTINATION, залучення інвестицій та розвитку локальних громад. Проведення масштабних культурних, спортивних, релігійних та бізнес-заходів здатне не лише стимулювати розвиток туристичної інфраструктури, а й формувати стійку зацікавленість до регіону з боку внутрішніх і зовнішніх туристів. У контексті євроінтеграційних прагнень України, розвиток подієвого туризму відповідає стратегічним завданням державної політики у сфері туризму та культурного розвитку.

Столиця України – місто Київ, володіє значним природно-культурним, історичним та інфраструктурним потенціалом, який створює сприятливі умови для організації подієвих заходів різного масштабу. Проте реалізація цього потенціалу стикається з рядом викликів: недостатній рівень маркетингового просування, обмежена координація між суб'єктами ринку, слабка інтеграція подієвих ініціатив у загальну туристичну стратегію міста, а також нерівномірність інфраструктурного розвитку. Все це обумовлює необхідність ґрунтовного аналізу сучасного стану та розробки дієвих підходів до подальшого розвитку подієвого туризму в Києві як одному з ключових туристичних центрів країни.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні та методологічні засади розвитку подієвого туризму висвітлені у працях як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, зокрема В.С. Стегнія, Н.В. Кривошеї, І.М. Школяренка, О.Ю. Мальцевої, І.А. Смолянюк, А.Ю. Парфіненко, І.С. Посохова. У цих роботах розкрито сутність подієвого туризму, його функції, принципи, класифікаційні підходи та інструменти оцінки ефективності. У

наукових публікаціях також досліджено потенціал окремих територій для розвитку подієвих практик.

Об'єктом дослідження є процес розвитку подієвого туризму в Україні.

Предметом дослідження є проблеми та перспективи розвитку подієвого туризму в місті Києві.

Мета дослідження полягає у визначенні ключових проблем та перспектив розвитку подієвого туризму в м. Києві.

Для досягнення поставленої мети в роботі були сформульовані наступні завдання дослідження:

1. розкрити сутність, функції та принципи подієвого туризму як складової сучасного туристичного ринку;
2. дослідити класифікацію видів подієвого туризму та їх особливості;
3. проаналізувати методичні підходи до оцінки потенціалу території для розвитку подієвого туризму;
4. оцінити природно-культурний та інфраструктурний потенціал м. Києва для організації подієвих заходів;
5. дослідити сучасний стан розвитку подієвого туризму в місті та виявити основні проблеми;
6. визначити перспективні напрями розвитку подієвого туризму в м. Києві.

Методи дослідження. У процесі дослідження використано сукупність теоретичних і емпіричних методів, зокрема:

- теоретичні методи (аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, систематизація) – для розкриття сутності подієвого туризму, його функціональних і класифікаційних характеристик;
- емпіричні методи (SWOT-аналіз, статистичний аналіз, порівняльний аналіз) – для оцінки потенціалу м. Києва та аналізу проблем функціонування подієвого туризму;
- прогностичні методи – для обґрунтування перспективних напрямів розвитку подієвого туризму в столиці.

Кваліфікаційна бакалаврська робота складається зі вступу, 2 розділів, висновків, списку використаних джерел. Робота викладена на 62 сторінках та містить 6 рисунків та 20 таблиць. Список використаних джерел містить 43 найменування.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність, принципи та функції подієвого туризму

Подієвий туризм, як наукова категорія та практична діяльність, є відносно новим, проте активно розвивається з кінця XX століття. Його становлення нерозривно пов'язане з еволюцією самого туризму від масового, деперсоналізованого відпочинку до індивідуалізованих подорожей за враженнями та досвідом. У широкому розумінні, подієвий туризм – це вид туризму, основною мотивацією для здійснення якого є відвідування певної події або ж де подія виступає як значний чинник, що покращує загальний туристичний досвід у DESTINATION. Ця дефініція підкреслює подвійну природу подієвого туризму: він може бути як первинним рушієм для подорожі (коли подія є головною метою), так і вторинним компонентом, що додає цінності вже запланованій подорожі.

Еволюція подієвого туризму простежується від споконвічних форм подорожей, пов'язаних із релігійними святами, паломництвами, ринками та ярмарками, до сучасних високоорганізованих заходів глобального масштабу. Ранні форми подій були глибоко вкорінені у суспільний та культурний контекст, відображаючи локальні традиції та потреби. Із розвитком транспорту, комунікацій та урбанізації, події почали набувати ширшого значення, перетворюючись на інструменти економічного стимулювання та містобудування. У XX столітті, особливо у його другій половині, відбулася інституціоналізація подієвого менеджменту та зростання уваги до подій як ключових атракцій. Сучасний подієвий туризм є результатом синергії індустрії гостинності, менеджменту подій, маркетингу DESTINATION та соціокультурної сфери. Він охоплює широкий спектр заходів – від локальних фестивалів і ярмарків до мега-подій міжнародного значення, таких як

Олімпійські ігри, Всесвітні виставки, великі музичні фестивалі чи ділові конгреси [2].

Для глибшого розуміння сутності подієвого туризму, необхідно виділити його основні характеристики, що відрізняють його від інших видів туристичної діяльності.

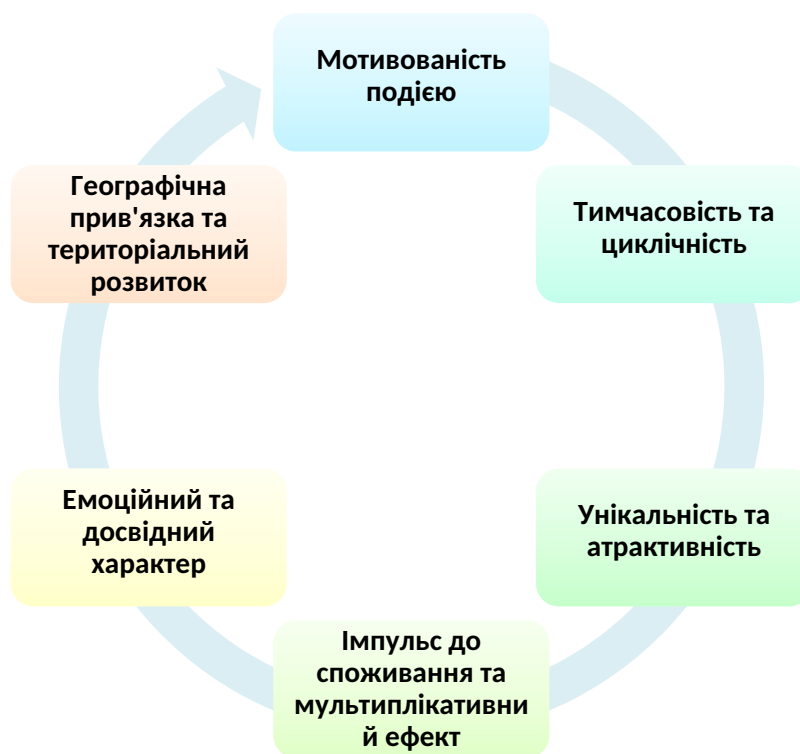


Рис.1.1. Основні характеристики подієвого туризму

Розроблено автором за матеріалами: [1]

Центральною характеристикою є первинна або значуща роль події у прийнятті рішення про подорож. На відміну від інших видів туризму, де події є додатковим елементом, у подієвому туризмі саме унікальність, масштаби чи привабливість заходу є ключовим магнітом для відвідувачів. Це формує специфічний попит, часто імпульсивний та орієнтований на короткострокове перебування.

Більшість подій є тимчасовими та мають чітко визначені часові рамки. Вони можуть бути одноразовими (наприклад, ювілейні дати, спеціальні виставки) або циклічними (щорічні фестивалі, бієнале). Ця тимчасовість

створює унікальне "вікно можливостей" для залучення туристів, генеруючи пікове навантаження на інфраструктуру та послуги в обмежений період часу. Циклічність, у свою чергу, дозволяє DESTINACIЯM вибудовувати довгострокові стратегії, накопичувати досвід та створювати стійкий бренд.

Події пропонують відвідувачам досвід, який неможливо отримати в інший час або в іншому місці. Це може бути унікальний виступ, спортивне змагання, історична реконструкція, етнічний фестиваль чи інноваційна виставка. Саме ця унікальність та інноваційність є рушійною силою, що мотивує людей подорожувати. Чим вища оригінальність та якість події, тим сильніший її потенціал для залучення туристичних потоків.

Туристи, що прибувають на подію, не лише витрачають кошти на квитки чи реєстраційні внески, але й генерують значні додаткові витрати на проживання, харчування, транспорт, сувеніри, розваги, екскурсії тощо. Це створює потужний мультиплікативний ефект для місцевої економіки, стимулюючи розвиток суміжних галузей та збільшуючи податкові надходження.

Подієвий туризм значною мірою орієнтований на отримання емоцій, вражень та унікального досвіду. Відвідувачі прагнуть бути частиною чогось значущого, пережити особливі моменти, які залишаться у їхній пам'яті. Це вимагає від організаторів подій не просто надання послуг, а створення цілісної, занурюючої атмосфери та інтерактивних можливостей.

Події, за своєю природою, прив'язані до конкретних локацій. Це робить подієвий туризм потужним інструментом регіонального та міського розвитку. Він може сприяти формуванню позитивного іміджу DESTINACIЯ, залученню інвестицій, розвитку інфраструктури та ревіталізації міських просторів.

Ефективний та сталий розвиток подієвого туризму базується на дотриманні низки ключових принципів, які забезпечують його позитивний вплив на всі сфери життя суспільства, які зазначено в Таблиці 1.1.

Сучасний подієвий туризм має базуватися на сталому розвитку, автентичності, доступності, безпеці, партнерстві та інноваціях. Дотримання цих принципів забезпечує гармонійний вплив подій на суспільство, економіку та довкілля, підвищуючи їхню ефективність і привабливість.

Таблиця 1.1

Основні принципи подієвого туризму

Принцип	Суть принципу	Ключові аспекти
Сталості	Забезпечення збалансованого впливу подій на довкілля, суспільство та економіку	- Екологічна: мінімізація шкоди довкіллю - Соціальна: участь місцевих громад, повага до культури - Економічна: підтримка місцевого бізнесу, справедливий прибуток
Автентичності та унікальності	Збереження оригінальності події, автентичності місцевої культури та ідентичності	- Уникнення копіювання - Презентація місцевих традицій - Створення неповторного досвіду
Інклюзивності та доступності	Доступність подій для усіх категорій населення	- Фізична доступність інфраструктури - Цінова доступність - Урахування мовних і культурних потреб
Безпеки	Забезпечення безпеки всіх учасників	- Громадська, пожежна, медична безпека - Антитерористичні заходи
Партнерства та співпраці	Об'єднання зусиль різних учасників процесу	- Держава, місцеве самоврядування, бізнес, громади, НУО, наука - Синергія в плануванні та реалізації подій
Інноваційності та технологічності	Використання новітніх технологій та креативних рішень	- Цифрові платформи, VR/AR, смарт-системи - Оптимізація логістики, маркетингу, управління - Нові формати подій

Складено автором за матеріалами: [11;12]

1. Принцип сталості –основа подієвого туризму, що охоплює:

- Екологічну сталість: мінімізація шкоди довкіллю, впровадження "зелених" практик;

- Соціальну сталість: підтримка місцевих громад, повага до культурних традицій;
 - Економічну сталість: справедливий розподіл прибутків, розвиток місцевого бізнесу.
2. Принцип автентичності та унікальності – події мають зберігати локальну ідентичність, пропонувати унікальний досвід, уникаючи копіювання.
 3. Принцип інклюзивності та доступності – події повинні бути доступні для всіх груп населення з урахуванням фізичних, цінових та культурних бар'єрів.
 4. Принцип безпеки – гарантія безпеки для всіх учасників, включаючи заходи громадської, медичної та пожежної безпеки.
 5. Принцип партнерства та співпраці – ефективний розвиток можливий лише завдяки взаємодії влади, бізнесу, громади, НУО та науки.
 6. Принцип інноваційності та технологічності – використання цифрових технологій і нових форматів для підвищення якості подій і конкурентоспроможності.

Подієвий туризм не є просто різновидом відпочинку; він виконує низку важливих функцій, що робить його потужним інструментом стратегічного розвитку для міст та регіонів. Його роль проявляється як у прямих економічних вигодах, так і в опосередкованих соціальних, культурних та іміджевих трансформаціях.

Економічний вплив подієвого туризму є найбільш відчутним і часто вимірюваним. Події притягують значні обсяги прямих витрат відвідувачів (квитки, реєстраційні внески, проживання, харчування, місцевий транспорт, шопінг, розваги). Ці витрати створюють дохід для місцевих підприємств та населення. Через систему податків (ПДВ, податок на прибуток, туристичний збір) частина цих коштів надходить до місцевих та державних бюджетів, які можуть бути реінвестовані у розвиток інфраструктури чи соціальні програми [11].

Таблиця 1.2

Основні функції подієвого туризму

Категорія	Функція / Роль	Зміст
Економічні функції	Генерація доходів та податків	Доходи від туризму та податків поповнюють місцеві бюджети
	Створення робочих місць	Нові робочі місця в туризмі та суміжних галузях
	Залучення інвестицій	Інвестиції в інфраструктуру для подій
	Розвиток інфраструктури	Оновлення доріг, транспорту, енергомереж тощо
Соціальні функції	Згладжування сезонності	Події підтримують економіку в непікові сезони
	Імідж та бренд дестинації	Події покращують впізнаваність міста/регіону
	Покращення якості життя	Нові об'єкти й послуги доступні мешканцям
	Культурний обмін і діалог	Події сприяють міжкультурному діалогу
	Збереження традицій	Фестивалі відроджують традиції та ремесла
	Соціальна інклюзія та активність	Участь мешканців посилює згуртованість
	Розвиток людського капіталу	Зростає рівень знань і професійних навичок
Каталізатор розвитку	Інструмент міського брендингу	Імідж міста формується через асоціації з подіями
	Стимулятор інфраструктури	Події прискорюють реалізацію інфраструктурних проєктів
	Каналізатор інвестицій	Події привертають увагу інвесторів до дестинації
	Диверсифікація турпродукту	Події урізноманітнюють пропозицію для туристів
	Розвиток креативної економіки	Стимулюється розвиток креативних індустрій
	Постконфліктне відновлення	Події сприяють відновленню громад, економіки та бренду після війни

Складено автором за матеріалами: [12; 23]

Подієвий туризм прямо та опосередковано генерує значну кількість робочих місць. Прямі робочі місця створюються у сфері організації подій, надання послуг проживання, харчування, транспорту. Опосередковані робочі місця виникають у суміжних галузях – роздрібній торгівлі, будівництві, безпеці, маркетингу, кейтерингу тощо. Робочі місця можуть бути як

тимчасовими (для підготовки та проведення конкретної події), так і постійними (у готелях, конференц-центрах).

Масштабні події часто вимагають значних інвестицій у розвиток інфраструктури – будівництво чи модернізацію стадіонів, концертних залів, конгрес-центрів, готелів, транспортних розв'язок. Ці інвестиції можуть надходити як з державного та місцевого бюджетів, так і від приватних інвесторів, зацікавлених у довгостроковій експлуатації оновлених об'єктів.

Навіть без прямих інвестицій у великі об'єкти, регулярне проведення подій стимулює модернізацію існуючої інфраструктури (дорожнє покриття, громадський транспорт, комунікаційні мережі, енергопостачання). Це покращує якість життя місцевих жителів та інвестиційну привабливість території загалом.

Проведення подій у непікові туристичні сезони дозволяє згладити сезонність у туристичній індустрії, забезпечуючи стабільне завантаження готелів, закладів харчування та збереження робочих місць протягом всього року. Це також сприяє диверсифікації місцевої економіки, зменшуючи її залежність від кількох основних галузей.

Окрім економічних вигод, подієвий туризм відіграє важливу роль у соціальному розвитку території. Успішне проведення великих подій значно підвищує впізнаваність міста чи регіону на національному та міжнародному рівнях. Це сприяє формуванню позитивного та динамічного іміджу, залученню уваги медіа, потенційних інвесторів та нових туристів. Місто, що приймає знакові події, сприймається як сучасне, спроможне та привабливе.

Інфраструктурні покращення, що здійснюються для потреб подій (транспорт, благоустрій, культурні об'єкти), залишаються доступними для місцевого населення, покращуючи якість їхнього життя. Культурні та розважальні події також збагачують дозвілля мешканців, надаючи їм доступ до різноманітних вражень без необхідності подорожувати.

Міжнародні події сприяють зустрічі та взаємодії людей різних культур, сприяючи взаєморозумінню, толерантності та обміну знаннями. Це збагачує

культурне середовище дестинації та сприяє її інтеграції у глобальний культурний простір.

Місцеві фестивалі та культурні події часто базуються на унікальних традиціях, обрядах та ремеслах. Проведення таких заходів надає майданчик для їхнього збереження, популяризації та комерціалізації, сприяючи розвитку автентичного туризму та збереженню культурної спадщини.

Залучення місцевих жителів до організації та участі у подіях (через волонтерство, надання послуг, участь у програмах) сприяє зміцненню громадської згуртованості, формуванню почуття спільності та гордості за своє місто/регіон. Це також може створювати можливості для соціалізації та інтеграції різних груп населення.

Організація складних подій вимагає високого рівня професіоналізму, креативності та інноваційних підходів. Це стимулює розвиток місцевої експертизи у сферах менеджменту подій, логістики, маркетингу, гостинності, що підвищує загальний рівень людського капіталу в дестинації.

Подієвий туризм відіграє роль не просто одного з видів туризму, а потужного каталізатора розвитку територій, інструменту перетворення та підвищення конкурентоспроможності [24].

Події є потужним каналом для комунікації з потенційними туристами, інвесторами та медіа. Вони дозволяють створити та постійно підтримувати бажаний імідж міста, асоціюючи його з певними цінностями (інноваційність, культурна спадщина, спортивні досягнення, гостинність). Концепція "event-led development" (розвиток, керований подіями) свідчить про стратегічне використання подій для досягнення цілей міського розвитку [7].

Значні події часто вимагають будівництва або модернізації інфраструктури, що потім стає довгостроковим активом міста. Приклади Олімпійських ігор, чемпіонатів світу з футболу чи міжнародних виставок яскраво демонструють, як події можуть прискорити інфраструктурні проєкти, які без такого стимулу реалізовувалися б десятиліттями.

Успішні події привертають увагу інвесторів, що бачать потенціал для прибутків у розвиток готельного бізнесу, закладів харчування, розважальних комплексів та іншої супутньої інфраструктури. Це сприяє притоку капіталу та створенню нових бізнес-можливостей [3].

Для DESTINAЦІЙ, що мають переважно сезонний характер туризму або обмежений набір атракцій, подієвий туризм є способом диверсифікувати пропозицію, залучити нові сегменти туристів (наприклад, прихильників музики, фанатів спорту, професіоналів ділової сфери) та розширити туристичний сезон [24].

Сфера організації подій сама по собі є інноваційною та креативною. Вона потребує нестандартних рішень, застосування нових технологій, розвитку дизайну, медіа, логістики. Це стимулює розвиток креативних індустрій та залучення талановитих фахівців, що є ключовим для інноваційного розвитку міста.

Подієвий туризм є не просто одним із сегментів туристичної індустрії, а багатофункціональним феноменом, що відіграє ключову роль у сучасному соціально-економічному розвитку територій. Його сутність полягає у подорожах, мотивованих відвідуванням унікальних, тимчасових заходів, що створюють глибокий емоційний досвід та генерують значні витрати. Ключові принципи його функціонування – сталість, автентичність, інклюзивність, безпека, партнерство та інноваційність – є запорукою його позитивного та довгострокового впливу [3].

Функції подієвого туризму виходять далеко за межі прямого отримання прибутку. Він є потужним економічним каталізатором, що стимулює зростання доходів, створює робочі місця, залучає інвестиції та сприяє розвитку інфраструктури. Водночас, його соціальна роль проявляється у зміцненні іміджу DESTINAЦІЇ, підвищенні якості життя місцевого населення, розвитку культурного обміну та підтримці місцевих традицій. У стратегічному вимірі, подієвий туризм виступає як дієвий інструмент міського маркетингу, диверсифікації туристичного продукту та формування

інноваційної економіки. Для територій, що перебувають у фазі відновлення, він може стати символом стійкості, джерелом натхнення та ключовим фактором у процесі ребрендингу та залучення нових ресурсів. Таким чином, інвестиції в розвиток подієвого туризму є стратегічно виправданими та здатні принести значні дивіденди у вигляді сталого соціально-економічного зростання.

1.2. Класифікація видів подієвого туризму та їх особливості

Класифікація подій та подієвого туризму є фундаментальним етапом у їхньому науковому дослідженні та практичному менеджменті. Вона дозволяє упорядкувати величезне різноманіття подій, ідентифікувати їхні ключові характеристики та спрогнозувати їхній вплив на туристичний потік та дестинацію. Основні цілі класифікації включають [3]:

- систематизація та розуміння – впорядкування знань про різні типи подій та їхню специфіку;
- планування та управління – ефективний розподіл ресурсів, розробка логістичних та маркетингових стратегій для конкретних типів подій;
- маркетинг та просування – визначення цільових аудиторій та розробка релевантних комунікаційних повідомлень;
- оцінка впливу – аналіз економічних, соціальних, культурних та екологічних наслідків проведення подій різних типів;
- порівняльний аналіз – можливість порівнювати успішність та характеристики подій між собою, а також між дестинаціями.

Методологічні основи класифікації базуються на виділенні певних критеріїв, що відображають найсуттєвіші характеристики подій та їхній вплив на туризм. Слід зазначити, що події часто мають гібридний характер, поєднуючи елементи різних категорій (наприклад, музичний фестиваль може мати значний культурний та гастрономічний компоненти). Тому класифікація, як правило, здійснюється за домінуючою ознакою.

Підходи до класифікації подієвого туризму передбачають використання загальних критеріїв подій, проте з акцентом на туристичну складову. Зокрема, подієвий туризм класифікують:

- За домінуючим видом події – залежно від тематики події, навколо якої формується туристичний потік. Наприклад, це може бути спортивний, культурний, гастрономічний чи музичний подієвий туризм.
- За роллю дестинації – з урахуванням того, чи є подія головним мотивом відвідування локації (основна мета поїздки), чи виступає додатковим елементом, що підсилює загальне туристичне враження від дестинації.
- За цільовим ринком – залежно від категорії відвідувачів: масова аудиторія, нішеві сегменти (наприклад, шанувальники конкретного музичного жанру), ділові мандрівники (B2B), родини з дітьми тощо.

Таблиця 1.3

Підходи до класифікації подієвого туризму

Підхід	Опис
За домінуючим видом події	Туризм навколо подій певного типу: спортивного, культурного, гастрономічного тощо.
За роллю дестинації	Подія як головна ціль візиту (primary driver) або як додатковий елемент до вже популярної дестинації.
За цільовим ринком	Масовий туризм, нішеві аудиторії (фанати, гурмани, музичні фанати), бізнес-сегмент, сімейний відпочинок тощо.

Складено автором за матеріалами: [10]

У сфері подієвого менеджменту та подієвого туризму класифікація подій є важливою передумовою для ефективного планування, аналізу та прогнозування їхнього впливу на туристичну галузь. Події можуть мати різне значення залежно від масштабу, тематики, мети проведення, періодичності та формату локації. Розуміння цих критеріїв дозволяє чітко ідентифікувати тип події, оцінити її ресурсні потреби, рівень підготовки, очікувану аудиторію та потенціал для дестинації.

Таблиця 1.4

Класифікації подій та подієвого туризму

Критерій класифікації	Категорії подій	Коротка характеристика	Приклади
1. За масштабом та географічним охопленням	Мега-події	Події глобального масштабу, високий медіа-ефект, великі інвестиції, міжнародна аудиторія.	Олімпійські ігри, Чемпіонати світу з футболу, Ехро
	Значні події	Важливі національні або міжнародні події, що приваблюють туристів і потребують помірної інфраструктури.	Одеський міжнародний кінофестиваль, фінал Ліги чемпіонів УЄФА
	Місцеві/локальні події	Події для місцевої громади, сприяють збереженню традицій, не потребують значних інвестицій.	Ярмарки, фольклорні свята, районні змагання
2. За мотивацією та метою	Орієнтовані на дозвілля	Розваги, емоційний досвід, відпочинок.	Культурні фестивалі, музичні концерти, спортивні змагання для глядачів
	Орієнтовані на бізнес	Нетворкінг, професійний розвиток, презентація продукції.	Конференції, виставки, корпоративні події (MICE)
3. За тематичною спрямованістю	Культурні, спортивні, гастрономічні, музичні	Тематичне наповнення подій, на основі якого формується конкретний вид подієвого туризму.	Фестивалі вина, історичні реконструкції, марафони, релігійні паломництва
4. За регулярністю проведення	Одноразові події	Проводяться один раз, мають унікальний або ювілейний характер.	Разовий фінал міжнародного турніру, святкування річниці міста
	Циклічні події	Проводяться регулярно, дозволяють вибудовувати стратегії розвитку туризму.	Щорічні фестивалі, сезонні ярмарки, регулярні конференції
5. За місцем проведення	Події у закритих приміщеннях	Вимагають спеціально облаштованих просторів.	Концертні зали, виставкові центри, конференц-зали
	Події на відкритому повітрі	Відбуваються просто неба, залежать від погодних умов, використовують природні чи урбаністичні простори.	Фестивалі у парках, на площах, концерти на набережних

Складено автором за матеріалами: [16]

У таблиці 1.4 події систематизовано за п'ятьма основними критеріями: масштаб і географічне охоплення,

- мотивація та мета,
- тематична спрямованість,
- регулярність та місце проведення.

Такий поділ дозволяє оцінити рівень впливу події, її цільову аудиторію, тематику, частоту проведення та формат локації.

Розмаїття подій сприяє формуванню різних видів подієвого туризму, серед яких виділяються наступні:

- Культурний подієвий туризм – подорожі з метою участі в культурних заходах: фестивалях, виставках, театральних та оперних прем'єрах, історичних реконструкціях. Характеризується акцентом на автентичність, збереження культурної спадщини та освітній потенціал. Типові події: «Сорочинський ярмарок», Одеський кінофестиваль, фестивалі середньовіччя. Аудиторія – поціновувачі культури, часто з вищим рівнем доходу.
- Спортивний подієвий туризм – подорожі на спортивні змагання як глядачів, так і учасників. Відзначається високим емоційним залученням, медійністю та потребою у спеціалізованій інфраструктурі. Приклади подій: фінал Ліги Чемпіонів, марафони, змагання з екстремальних видів спорту. Аудиторія – вболівальники, активна молодь, спортсмени-аматори.
- Діловий подієвий туризм (MICE) – поїздки з професійною метою: участь у конференціях, форумах, виставках, інсентив-турах. Характеризується високими витратами туристів, несезонністю та потребою у якісному сервісі. Типові події: IT-форуми, медичні конгреси, галузеві виставки. Аудиторія – бізнесмени, науковці, професіонали з високим рівнем доходу.
- Гастрономічний подієвий туризм – подорожі заради участі у фестивалях їжі, дегустаціях, кулінарних майстер-класах. Орієнтований

на автентичну кухню, підтримку локального виробництва та сенсорний досвід. Події: фестивалі борщу, сиру, кави, фермерські ярмарки. Аудиторія – гурмани, родини, шанувальники локальних смаків.

- Музичний подієвий туризм – поїздки на концерти та музичні фестивалі різних жанрів: від класики до електроніки. Має емоційну привабливість, масовість та фестивальний формат. Події: Atlas Weekend, Leopold Jazz Fest. Аудиторія – молодь, фанати виконавців, цінителі музики.
- Релігійний подієвий туризм. Подорожі на релігійні свята, паломництва, відвідування культових об'єктів під час урочистостей (наприклад, хресні ходи, святкування релігійних дат).
- Екологічний подієвий туризм. Участь в екологічних фестивалях, спостереження за птахами (б'ордвотчинг) під час міграції, еко-акції, наукові конференції з питань екології.
- Освітній/навчальний подієвий туризм. Участь у спеціалізованих семінарах, майстер-класах, тренінгах з метою здобуття нових знань та навичок (наприклад, курси іноземних мов, кулінарні школи, тренінги з IT).
- Фестивалі та карнавали. Це часто комплексні події, що поєднують елементи культурного, музичного, гастрономічного туризму, створюючи яскраве видовище (наприклад, Андріївський узвіз на День Києва, "Свято пампуха" у Львові) [8].

Тип події, її масштаби, тематична спрямованість та регулярність є визначальними факторами, що формують її туристичний потенціал та безпосередньо впливають на характеристики цільової аудиторії. Це, у свою чергу, є фундаментальною передумовою для розробки ефективної стратегії розвитку подієвого туризму в будь-якій дестинації.

Комплексне розуміння цих взаємозв'язків дозволяє максимізувати вигоди від проведення заходів, оптимізувати використання ресурсів та

мінімізувати потенційні ризики, забезпечуючи сталий розвиток туристичної галузі.

Таблиця 1.5

Види подієвого туризму

Вид подієвого туризму	Сутність	Типові події	Цільова аудиторія
Культурний	Подорожі заради культури, мистецтва, традицій	Фестивалі, виставки, реконструкції, народні свята	Поціновувачі культури, історії, мистецтва
Спортивний	Участь або перегляд спортивних змагань	Марафони, чемпіонати, екстремальні види спорту	Фанати спорту, спортсмени-аматори, молодь
Діловий (MICE)	Участь у професійних заходах: конференціях, виставках, форумах	ІТ-форуми, медичні конгреси, інсентив-тури	Бізнесмени, науковці, спеціалісти
Гастрономічний	Подорожі заради кулінарного досвіду	Фестивалі борщу, вина, фермерські ярмарки, дегустації	Гурмани, туристи, що цікавляться кухнею та локальним продуктом
Музичний	Відвідування концертів, фестивалів різних жанрів	Atlas Weekend, Leopold Jazz Fest, оперні фестивалі	Меломани, молодь, поціновувачі музики
Релігійний	Подорожі, пов'язані з релігійними подіями	Паломництва, хресні ходи, святкування релігійних свят	Віруючі, релігійні громади
Екологічний	Участь в еко-подіях та спостереження за природою	Екофестивалі, бьордвотчинг, екоакції, наукові заходи	Любителі природи, еко туристи
Освітній / навчальний	Подорожі з метою здобуття знань та навичок	Майстер-класи, мовні курси, ІТ-тренінги	Студенти, спеціалісти, туристи з освітніми цілями
Фестивалі та карнавали	Яскраві багатожанрові святкові події	День Києва на Андріївському узвозі, "Свято пампуха"	Широка публіка, сім'ї, молодь, культурно активні туристи

Складено автором за матеріалами: [16]

Різноманітність видів подій обумовлює їхній неоднаковий вплив на туристичний потенціал території. Кожен тип події висуває специфічні вимоги до дестинації та генерує особливі економічні, соціальні та екологічні наслідки.

Залежно від виду події, вимоги до інфраструктури варіюються. Мега-події, як Олімпійські ігри чи Чемпіонати світу з футболу, потребують значних інвестицій у стадіони, арени та транспортні системи, але можуть стати довгостроковими активами для міста. У той же час культурні та гастрономічні фестивалі можуть використовувати існуючі локації, знижуючи витрати на інфраструктуру, хоча іноді потрібні тимчасові конструкції. Ділові події, як конференції та виставки, вимагають високотехнологічних конференц-залів, виставкових центрів та спеціалізованих послуг[24].

Економічний вплив подій відрізняється: ділові події залучають туристів з високими витратами, а мега-події генерують великі доходи та робочі місця. Культурні та гастрономічні фестивалі сприяють розвитку місцевого бізнесу, збереженню спадщини та соціальній стабільності.

Тип події формує бренд міста: технологічні форуми позиціонують місто як інноваційне, спортивні змагання – як динамічне, а культурні події – як центр творчості. Географічне охоплення також варіюється: мега-події залучають міжнародних туристів, а локальні фестивалі – переважно внутрішніх.

Тип події впливає на сезонність: ділові події стабілізують потоки туристів протягом року, а фестивалі зазвичай проходять у теплий сезон. Масштабні події можуть мати негативний екологічний та соціальний вплив, тоді як культурні події позитивно впливають на громаду.

Розуміння типу події допомагає створити ефективні маркетингові стратегії для залучення відповідної аудиторії. Культурні події приваблюють освічених людей середнього та високого доходу, спортивні – широкі демографічні групи, а ділові – висококваліфікованих фахівців. Гастрономічні події приваблюють гурманів та любителів їжі, а музичні – різні вікові групи в залежності від жанру.

1.3. Методичні підходи до оцінки потенціалу розвитку подієвого туризму

Ефективне планування подієвого туризму починається з глибокого та об'єктивного аналізу ресурсного потенціалу дестинації – сукупності її матеріальних та нематеріальних активів, які роблять її спроможною та привабливою для проведення подій. Оцінка потенціалу дозволяє ідентифікувати сильні сторони та обмеження, обґрунтувати стратегічні рішення щодо типу та масштабу подій, які можуть бути успішно прийняті, а також виправдати необхідні інвестиції.

Для обґрунтованого планування та розвитку подієвого туризму в дестинації необхідно всебічно оцінити її потенціал. Така оцінка охоплює інфраструктурні, природно-культурні, людські та інституційні ресурси. У таблиці нижче представлено основні критерії та відповідні підходи до аналізу потенціалу території з урахуванням специфіки організації подієвих заходів.

Для отримання цілісної картини, застосовуються інтегральні методи:

- SWOT-аналіз (виявлення сильних та слабких сторін дестинації, можливостей та загроз для розвитку подієвого туризму);
- порівняльний аналіз (бенчмаркінг) з провідними світовими та регіональними центрами подієвого туризму;
- метод експертних оцінок, де фахівці у галузі туризму та подієвого менеджменту оцінюють різні критерії; та багатофакторний аналіз, що комбінує кількісні та якісні дані для формування комплексної оцінки.

Оцінка ефективності подієвого туризму виходить далеко за межі простого підрахунку кількості відвідувачів та отриманих доходів. Вона вимагає всебічного аналізу його соціальних, економічних та екологічних наслідків, що дозволяє визначити реальну цінність подій для дестинації та забезпечити її сталий розвиток.

Таблиця 1.6

Критерії та підходи до оцінки потенціалу дестинації для розвитку
подієвого туризму

Критерій	Компонент	Зміст оцінки	Методи оцінки
1. Інфраструктурний потенціал	Об'єкти для проведення подій	Наявність, сучасність, функціональність локацій (стадіони, конгрес-центри, театри тощо)	Інвентаризація, бенчмаркінг, технічні аудити, експертна оцінка
	Інфраструктура розміщення	Кількість і якість готелів, хостелів, апартаментів, їх розподіл та цінова політика	Аналіз номерного фонду, сезонне завантаження, диверсифікація пропозиції
	Транспортна доступність	Внутрішня і міжнародна доступність, ефективність логістики	Карти доступності, аналіз пасажиро- та вантажопотоків, щільність мереж
	Супутня інфраструктура	Послуги кейтерингу, безпеки, ІТ, охорони здоров'я, івент-агентства	Аналіз ринку, опитування, експертна оцінка якості сервісів
2. Історико-культурний і природно-рекреаційний потенціал	Історико-культурна спадщина	Музеї, пам'ятки, архітектура як атракції або локації для подій	Інвентаризація, культурне картографування, статистика відвідуваності
	Природно-рекреаційні ресурси	Парки, водойми, природні ландшафти для еко- або outdoor-подій	Екологічна оцінка, інвентаризація, картографування
	Нематеріальна спадщина	Традиції, ремесла, фольклор, креативні індустрії	Картографування культурних активів, якісні дослідження, інтерв'ю
3. Людський та інституційний потенціал	Людський капітал	Кваліфікація кадрів у сфері подій, туризму, обслуговування, міжкультурної комунікації	Аналіз ринку праці, освітніх програм, сертифікацій
	Інституційна підтримка	Ефективність органів управління туризмом, державно-приватне партнерство, регуляторна база	Аналіз політик, інтерв'ю зі стейкхолдерами, порівняння з іншими дестинаціями

Складено автором за матеріалами: [14]

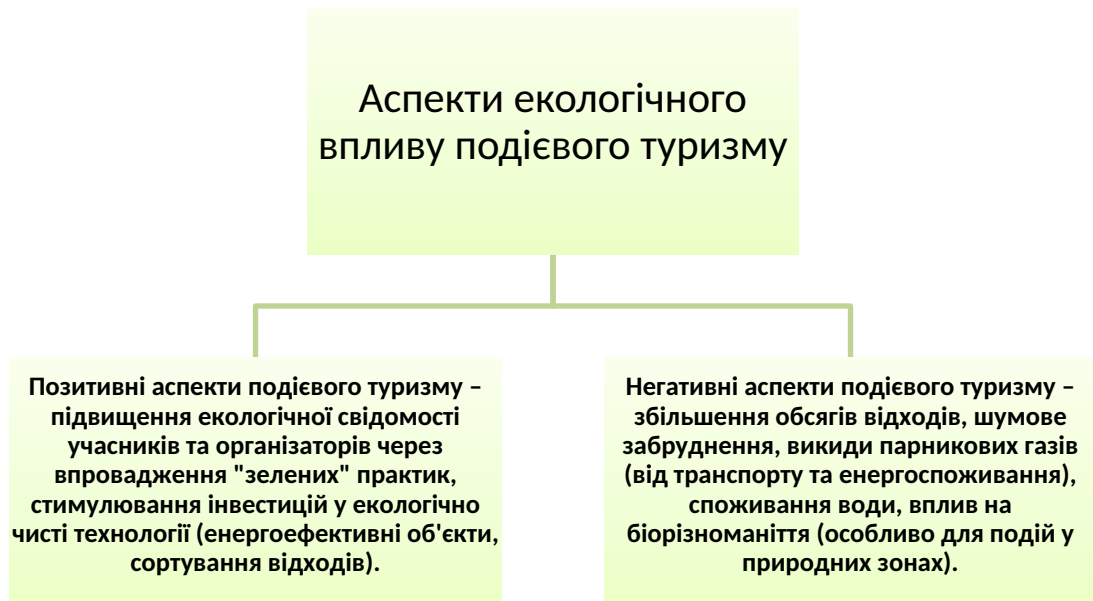


Рис. 1.2. Аспекти екологічного впливу подієвого туризму

Розроблено автором за матеріалами: [14]

Використання таких методів, як оцінка економічного, соціального та екологічного впливу, дозволяє визначити реальні вигоди для місцевої економіки, громади та довкілля, а також виявити потенційні ризики та негативні наслідки.

Ефективність подієвого туризму слід розглядати як ступінь досягнення бажаних результатів (як позитивних, так і мінімізацію негативних впливів) щодо залучених ресурсів. Оцінка екологічного впливу подієвого туризму є критично важливою для забезпечення його сталості. Методи оцінки соціально-економічної ефективності подій зазначено в Таблиця 1.7.

Методичні підходи до оцінки потенціалу та ефективності подієвого туризму є не просто інструментарієм, а наріжним каменем для його раціонального та сталого розвитку. Всебічна оцінка ресурсного потенціалу дестинації, що охоплює інфраструктурні, історико-культурні, природні, людські та інституційні ресурси, дозволяє визначити реальні можливості міста чи регіону для проведення подій та його конкурентні переваги.

Таблиця 1.7

Методи оцінки соціально-економічної ефективності подій

Метод оцінки	Опис	Позитивні аспекти	Негативні аспекти	Методи збору даних
Оцінка економічного впливу (EIA)	Цей метод вимірює грошовий потік, генерований подією, включаючи прямий, непрямий, стимульований/індукований вплив та фіскальний вплив на місцеву економіку.	Вимірювання прямого, непрямого та стимульованого впливу події на економіку. Залучення інвестицій, зростання зайнятості, підвищення доходів місцевих підприємств.	Перевантаження інфраструктури, зростання цін, шумове забруднення, соціальна напруга між туристами та місцевими жителями.	Моделі витрат-випуску, обчислювальні моделі загальної рівноваги, аналіз витрат-вигод, опитування відвідувачів та організаторів.
Оцінка соціального впливу (SIA)	Метод фокусується на змінах у соціальному середовищі та якості життя місцевих жителів, оцінюючи як позитивні, так і негативні соціальні аспекти події.	Зміцнення іміджу та бренду дестинації, підвищення якості життя місцевих мешканців, розвиток культурного обміну, зростання волонтерської активності.	Перевантаження інфраструктури, зростання цін, шумове забруднення, соціальна напруга між туристами та місцевими жителями.	Публічні опитування, фокус-групи, інтерв'ю зі стейкхолдерами, контент-аналіз медіа.
Оцінка культурного впливу (CIA)	Цей метод вимірює вплив подій на культурну спадщину та її динаміку, оцінюючи як позитивні, так і негативні аспекти культурного впливу.	Сприяння збереженню та популяризації культурної спадщини, відродження традицій, розвиток креативних індустрій, сприяння міжкультурному діалогу.	Ризик комерціалізації та деградації автентичності культури, місцевих традицій.	Експертні культурні аудити, аналіз відгуків відвідувачів, дослідження динаміки розвитку місцевих мистецьких шкіл, контент-аналіз медіа.

Складено автором за матеріалами: [26]

Таблиця 1.8

Індикатори для моніторингу соціально-економічного впливу подієвого
туризму

Категорія індикаторів	Показники	Опис
Економічні індикатори	Кількість відвідувачів	Загальна кількість учасників, зокрема зовнішніх туристів.
	Середні витрати на відвідувача	Витрати на проживання, харчування, транспорт та розваги.
	Обсяг економічних надходжень	Прямі та непрямі економічні надходження для дестинації.
	Кількість робочих місць	Постійні та тимчасові робочі місця, створені подією.
	Податкові надходження	Обсяг податків, пов'язаних із подією.
Соціальні індикатори	Рівень задоволеності відвідувачів	Опитування та аналіз відгуків.
	Рівень задоволеності місцевих жителів	Опитування щодо впливу події на громаду.
	Рівень волонтерської участі	Кількість волонтерів та їхні години праці.
	Зміни в злочинності та скаргах	Оцінка зміни рівня правопорушень під час подій.
	Рівень культурної інтеграції	Вплив на збереження місцевих традицій.
Екологічні індикатори	Обсяг утворених відходів	Генерація сміття та ефективність його переробки.
	Споживання енергії та води	Обсяги ресурсів, використаних на подію.
	Викиди парникових газів	Вуглецевий слід події.
	Використання екологічних транспортних засобів	Кількість екологічних транспортних засобів.
Індикатори управління розвитку та	Кількість стратегічних документів	Наявність планів та політик розвитку подієвого туризму.
	Співпраця стейкхолдерів	Кількість та ефективність партнерств.
	Якість маркетингових кампаній	Охоплення та впізнаваність дестинації.

Складено автором за матеріалами: [26]

Моніторинг є невід'ємною частиною ефективного управління подієвим туризмом. Він дозволяє відстежувати прогрес, виявляти відхилення від

запланованих цілей, вчасно коригувати стратегії, демонструвати підзвітність стейкхолдерам та забезпечувати процес безперервного вдосконалення. Вибір релевантних та вимірюваних індикаторів є ключовим завданням.

Система моніторингу повинна бути комплексною, відображати всі аспекти впливу подій та дозволяти порівняльний аналіз. Викликами є доступність достовірних даних, необхідність стандартизації методик збору інформації та можливість порівняння показників у часі та між різними дестинаціями.

Систематичний моніторинг розвитку подієвого туризму через систему релевантних та вимірюваних індикаторів є невід'ємною частиною успішного управління. Він забезпечує безперервне відстеження прогресу, дозволяє вчасно виявляти відхилення від цілей та оперативно коригувати стратегії.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ, ПРОБЛЕМ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ М. КИЄВА)

2.1. Природно-культурний та інфраструктурний потенціал м. Києва як передумова розвитку подієвого туризму

Київ, як столиця України та одне з найдавніших міст Східної Європи, володіє унікальним поєднанням природних ландшафтів, багатовікової історії, глибоких культурних традицій та розвиненої сучасної інфраструктури. Ці складові формують потужний ресурсний потенціал, що є фундаментальною передумовою для розвитку різноманітних секторів економіки, зокрема туризму. В умовах зростаючої конкуренції між містами за залучення туристичних потоків, подієвий туризм виступає як один із найбільш дієвих інструментів підвищення впізнаваності, формування позитивного іміджу та стимулювання економічного зростання дестинації. Успіх у цій сфері значною мірою залежить від спроможності міста використовувати свої природні, історико-культурні та інфраструктурні ресурси для створення та проведення привабливих та масштабних подій.

Природний та історико-культурний потенціал міста є його неповторним "обличчям", що відрізняє його від інших дестинацій та створює унікальну атмосферу для проведення подій. Київ у цьому аспекті володіє винятковими характеристиками.

Ландшафтні особливості Києва є однією з його найвиразніших природних рис. Місто розташоване на мальовничих пагорбах правого берега Дніпра, що чергуються з більш рівнинними територіями лівого берега. Ця топографічна диференціація створює неповторні панорамні види та різноманітні простори, які можуть бути використані як природні декорації або безпосередні локації для проведення подій. Круті схили правого берега з

їхньою зеленню та архітектурними домінантами (такими як Києво-Печерська Лавра, пам'ятник Володимирі Великому) є ідеальним тлом для урочистих церемоній, фестивалів просто неба, концертів або спостережних майданчиків під час масових заходів на Подолі чи набережній. Пагорби також можуть слугувати природними амфітеатрами для деяких видів подій [22].



Рис.2.1. Мапа районного поділу Києва [9]

Гідрологічні ресурси відіграють центральну роль у формуванні природного обличчя Києва. Річка Дніпро з її широкою акваторією, численними затоками, старицями та островами (найбільший – Труханів острів) надає унікальні можливості для розвитку водних видів подієвого туризму. На Дніпрі можуть проводитися регати, водні шоу, фестивалі на воді. Набережні Дніпра є популярними місцями для проведення масових міських святкувань, концертів, спортивних забігів (марафонські траси часто пролягають вздовж річки). Труханів острів, як велика зелена зона практично в центрі міста, є ідеальним місцем для масштабних open-air фестивалів,

спортивних заходів на природі, корпоративів великих компаній, що потребують значного відкритого простору [22].

Таблиця 2.1

Характеристика зеленого простору м.Києва як ресурсу для подієвого туризму

Тип зеленої зони	Можливості для розвитку подієвого туризму	Об'єкти
Великі парки	Просторі території для фестивалів, спортивних змагань, масових заходів.	Гідропарк, Голосіївський парк, парк «Феофанія», парк Партизанської слави
Сквери та малі парки	Локації для камерних подій, локальних фестивалів, міні-концертів.	Сквер Небесної Сотні, Маріїнський парк, Пейзажна алея
Ботанічні сади	Вишукане природне середовище для весіль, квіткових виставок, культурних презентацій.	Національний ботанічний сад ім. М. М. Гришка, Ботанічний сад ім. О. В. Фоміна
Лісопаркові зони та заказники	Простір для екофестивалів, майстер-класів, прогулянок з елементами пізнавального або оздоровчого туризму.	Пуща-Водиця, Лісники, урочище Теремки, Сирецький гай

Складено автором за матеріалами: [27]

Зелені зони Києва – парки, сквери, ботанічні сади, лісопаркові зони – становлять значну частину території міста, формуючи його імідж як одного з найзеленіших столиць Європи. Ці простори є не лише місцями відпочинку, але й цінними локаціями для подій. Великі парки (наприклад, Гідропарк, Голосіївський парк, парк Феофанія) можуть приймати фестивалі, спортивні змагання (кроси, велоперегони), екологічні події. Ботанічні сади (Національний ботанічний сад ім. М. М. Гришка, Ботанічний сад ім. О. В. Фоміна) можуть використовуватися для тематичних виставок квітів, весільних церемоній, корпоративних заходів у вишуканій атмосфері природи. Ці зелені легені міста створюють сприятливе мікрокліматичні умови та надають різноманіття локацій для організації заходів різного формату.

Кліматичні умови Києва, що належать до помірно континентального типу, з чітко вираженими порами року, загалом сприятливі для проведення різноманітних подій протягом року. Теплі весна та літо ідеальні для заходів

на відкритому повітрі. Золота осінь створює мальовничі пейзажі для культурних та гастрономічних фестивалів. М'яка зима, зазвичай зі сніговим покривом, дозволяє проводити різдвяні та новорічні свята, іноді зимові види спорту. Це дозволяє формувати насичений подієвий календар, що охоплює всі сезони, хоча планування відкритих заходів потребує врахування погодних ризиків.

Історико-культурний потенціал Києва є надзвичайно багатим та різноманітним, що робить його одним із найцінніших ресурсів для розвитку подієвого туризму. Багатовікова історія міста, починаючи від легендарного заснування, через період розквіту Київської Русі, Литовсько-польську добу, Гетьманщину, імперський період і аж до сучасності, залишила глибокий слід у його архітектурі, традиціях та культурному ландшафті.

Таблиця 2.2

Основні елементи історико-культурного потенціалу Києва для розвитку подієвого туризму

Сфера історико-культурного потенціалу	Характеристика можливостей для розвитку подієвого туризму
Історична спадщина	Багатовікова історія міста забезпечує унікальний культурний ландшафт для тематичних подій, реконструкцій, екскурсій (Золоті ворота, Андріївський узвіз, Старокиївська гора).
Об'єкти ЮНЕСКО	Потенційні локації для урочистих подій за умови дотримання охоронних вимог (Києво-Печерська лавра, Софійський собор).
Релігійна та сакральна архітектура	Місця для камерних концертів, весіль, виставок, офіційних заходів (Андріївська церква, Михайлівський Золотоверхий собор, Володимирський собор).
Історичні райони (Поділ)	Популярні місця для міських фестивалів, ярмарків, історичних реконструкцій (Контрактова площа, Флорівський монастир, вулиця Сагайдачного).
Музеї та галереї	Платформи для проведення виставок, презентацій, культурних вечорів (Національний художній музей України, Музей історії України, Музей Ханенків, PinchukArtCentre, Мистецький Арсенал).
Театри та концертні зали	Бази для театральних та музичних фестивалів, прем'єр, церемоній нагородження (Національна опера України, Національна філармонія, Театр ім. І. Франка, Палац «Україна»).
Нематеріальна культурна спадщина	Можливості для створення фестивалів, майстер-класів, інтерактивних подій (Фестиваль вишиванки, свято Івана Купала на Співочому полі, ярмарки народних майстрів у Пирогові).

Складено автором за матеріалами: [27]

Багатство історії та архітектури надає унікальні декорації та навіть готові локації для проведення подій. Ансамблі об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО – Києво-Печерська Лавра та Софійський собор – є не лише духовними центрами та туристичними магнітами, але й можуть слугувати тлом для урочистих державних чи міжнародних заходів (з дотриманням суворих обмежень щодо охорони пам'яток). Стародавні церкви, монастирі, унікальні зразки архітектури різних епох (Київське бароко, модерн, класицизм) створюють неповторну атмосферу для камерних концертів, виставок, весільних церемоній, корпоративних прийомів. Район Подолу з його старовинною забудовою, площами та вуличками є ідеальною локацією для міських фестивалів, ярмарків, історичних реконструкцій.

Музеї та галереї Києва становлять розгалужену мережу, що охоплює широкий спектр тематик – від національної історії та мистецтва до сучасних арт-просторів. Національний художній музей України, Музей історії України, Музей Ханенків, Мистецький Арсенал, PinchukArtCentre – це лише частина закладів, які можуть виступати як місця проведення ексклюзивних виставок, презентацій, корпоративних заходів, благодійних вечорів у вишуканому культурному середовищі. Їхні колекції можуть надихати на створення тематичних подій [8].

Театри та концертні зали Києва відображають високий рівень розвитку сценічного мистецтва. Національна опера України, Національна філармонія, численні драматичні та камерні театри, а також Палац "Україна" як головний концертний майданчик країни, надають можливості для проведення театральних та музичних фестивалів, оперних та балетних прем'єр, гала-концертів, церемоній нагородження та масштабних корпоративних заходів.

Нематеріальна культурна спадщина Києва та України – це живі традиції, народні свята, ремесла, кулінарні особливості, фольклор. Ці елементи можуть бути інтегровані у подієвий туризм через організацію тематичних фестивалів (свята української кухні, фестивалі вишиванки, ярмарки народних майстрів), майстер-класів для туристів. Це сприяє

збереженню традицій та надає подіям автентичного характеру, що є дуже цінним для сучасного туриста [9].

Синергія природної краси, що створює мальовничі пейзажі та простори, та багатого історико-культурного надбання, що надає глибину, автентичність та різноманіття локацій, робить Київ унікальною дестинацією, здатною прийняти та створити широкий спектр подій – від масштабних open-air фестивалів на берегах Дніпра до камерних культурних заходів у старовинних інтер'єрах.

Наявна інфраструктура є матеріальною основою для реалізації потенціалу та проведення подій. Київ, як мегаполіс та столиця, має досить розвинену інфраструктуру, хоча її відповідність сучасним вимогам подієвого туризму потребує детального аналізу.

Таблиця 2.3

Інфраструктурний потенціал Києва для проведення подій

Тип інфраструктури	Характеристика функціональності	Приклади об'єктів
Конгресно-виставкові центри	Призначені для проведення виставок, форумів, конгресів, фестивалів, ярмарків; наявність великих павільйонів, конференц-залів, відкритих майданчиків.	Міжнародний виставковий центр (МВЦ), Національний комплекс «Експоцентр України» (ВДНГ), Парковий конгресно-виставковий центр
Спортивні ацени	Універсальні простори для проведення спортивних заходів, концертів, масових шоу, фан-зон; відповідають міжнародним стандартам.	НСК «Олімпійський», Палац Спорту, стадіон «Локомотив», спортивний комплекс «Меридіан»
Концертні зали та театри	Культурні майданчики високого рівня для проведення концертів, театральних постановок, церемоній, прем'єр, гала-подій.	Національна опера України, Театр ім. І. Франка, Театр Лесі Українки, Палац «Україна», Національна філармонія, Жовтневий палац
Унікальні локації	Оригінальні місця з історичною, мистецькою або природною цінністю, що додають автентичності подіям; відкритий простір або спеціалізовані заклади.	Софійська площа, Майдан Незалежності, Pinchuk Art Centre, Мистецький Арсенал, музей Ханенків, Пейзажна алея, Маріїнський парк

Складено автором за матеріалами: [9]

Київ володіє значною кількістю об'єктів, придатних для проведення різноманітних подій [9]:

- Конгресно-виставкові центри. Міжнародний виставковий центр (МВЦ) – найбільший в Україні, здатний приймати міжнародні виставки, форуми, конгреси. ВДНГ пропонує виставкові павільйони та відкриті майданчики для масових заходів. Парковий конгресно-виставковий центр – сучасний майданчик для конференцій та корпоративних подій. Об'єкти потребують модернізації, але вже мають базу для розвитку MICE-туризму.
- Спортивні арени. НСК «Олімпійський» і Палац Спорту придатні для проведення як спортивних, так і концертних подій. Крім них, у місті є інші арени, що дозволяють приймати міжнародні змагання та великі шоу.
- Концертні зали та театри. Театри (Національна опера, ім. І. Франка, Лесі Українки) та зали (Палац «Україна», Нац. філармонія, Жовтневий палац) забезпечують простір для культурних подій, фестивалів і церемоній високого рівня.
- Унікальні локації. Музеї, галереї, історичні будівлі, площі (Майдан Незалежності, Софійська площа) й парки активно використовуються як креативні простори для заходів, додаючи подіям атмосфери та автентики.

Київський готельний ринок є найбільш розвиненим в Україні, пропонуючи значну кількість об'єктів розміщення різної категорії та цінового діапазону – від розкішних п'ятизіркових готелів міжнародних мереж до бюджетних хостелів та апартаментів. Ця диверсифікація дозволяє задовольнити потреби різних сегментів подієвих туристів – від учасників високобюджетних ділових заходів до молодіжних груп, що прибувають на фестивалі. Загальна кількість ліжко-місць та номерного фонду є достатньою для прийняття значних туристичних потоків, хоча під час мега-подій може

виникати пікове навантаження. Географічний розподіл готелів переважно зосереджений у центральних районах міста та поблизу основних транспортних вузлів та бізнес-центрів, що є зручним для більшості видів подій. Якість сервісу в готелях варіюється, але наявність міжнародних брендів задає високі стандарти.

Таблиця 2.4

Характеристика інфраструктури розміщення м. Києва

Категорія / Тип	Приклади об'єктів розміщення	Характеристика / Призначення
5★ Розкішні готелі (міжнародні мережі)	Fairmont Grand Hotel Kyiv, Hyatt Regency Kyiv, InterContinental Kyiv	Готелі преміум-класу для бізнес-туризму, офіційних делегацій, VIP-подій
4★ Готелі середнього-вищого класу	Aloft Kyiv, Radisson Blu Hotel, City Holiday Resort & SPA	Комфорт для бізнесу та подій, конференц-зали, ресторани зони
3★ Туристичні готелі	ibis Kyiv City Center, Premier Hotel Lybid, Tourist Hotel Complex	Оптимальний баланс ціни та якості, популярні серед туристів і організаторів подій
Бутик-готелі	11 Mirrors Design Hotel, Bursa Hotel, MaNNa Boutique Hotel	Стильні інтер'єри, персоналізований сервіс, привабливі для приватних заходів і весіль
Апарт-готелі / житло на короткий термін	Senator Apartments, Partner Guest House, на Airbnb	Зручні для тривалих подорожей або MICE-гостей, що цінують самостійність
Хостели / бюджетне житло	DREAM House Hostel, ZigZag Hostel, Gar'is Hostel	Орієнтовані на молодь, тревел-блогерів, учасників масових заходів і фестивалів
Готелі з конференц-послугами (MICE)	Mercure Kyiv Congress, Ramada Encore Kyiv, Park Inn by Radisson	Пропонують зали, технічне обладнання, кейтеринг – для конференцій, семінарів, корпоративів

Складено автором за матеріалами [8]

Транспортна доступність є критично важливою для подієвого туризму. Київ має розвинену систему зовнішніх та внутрішніх транспортних комунікацій (аналізується потенціал мирного часу):

Місто обслуговується двома міжнародними аеропортами – "Бориспіль" та "Київ" (Жуляни), які до початку повномасштабного вторгнення забезпечували значний пасажиропотік та зв'язок з багатьма країнами світу. Розвинена мережа залізничних та автомобільних доріг з'єднує Київ з усіма

регіонами України та сусідніми країнами. Ці фактори створюють базу для прибуття значної кількості національних та міжнародних відвідувачів.

Київ має розвинену мережу громадського транспорту, що включає метрополітен (три лінії, що охоплюють значну частину міста), автобуси, тролейбуси, трамваї, міську електричку. Доступні також послуги таксі та райд-шерингові сервіси. Система метро є ефективним інструментом для перевезення великої кількості пасажирів, що є критичним під час масових подій. Проте, проблеми з транспортною інфраструктурою, такі як затори на дорогах, особливо в години пік, можуть створювати логістичні виклики під час проведення масштабних заходів.

Окрім основних компонентів, розвиток подієвого туризму спирається на наявність якісної супутньої інфраструктури та сервісів. У Києві представлені професійні кейтерингові компанії, служби безпеки, IT-компанії, що надають послуги зі зв'язку та технічного забезпечення заходів. Розгалужена мережа банківських установ, пунктів обміну валют, закладів роздрібною торгівлі та різноманітних розважальних закладів (ресторани, бари, нічні клуби, кінотеатри) доповнює інфраструктурний потенціал, забезпечуючи комфортне перебування туристів та учасників подій, а також надаючи можливості для організації неформальних заходів та дозвілля. Наявність в місті професійних компаній з організації подій (event-агенцій) та туристичних операторів, що спеціалізуються на діловому та подієвому туризмі, свідчить про сформований ринок послуг.

Аналіз природно-ресурсного, історико-культурного та інфраструктурного потенціалу м. Києва свідчить про наявність потужної та багатогранної бази для розвитку подієвого туризму. Унікальне поєднання мальовничих природних ландшафтів, багатства історії та культури, а також наявність сучасної, хоч і такої, що потребує постійної модернізації, інфраструктури для проведення подій, розміщення та транспорту, робить Київ привабливою дестинацією для організації широкого спектру заходів –

від міжнародних конгресів та спортивних чемпіонатів до культурних фестивалів та корпоративних заходів.

Таким чином, потенціал м. Києва для розвитку подієвого туризму є надзвичайно високим. Реалізація цього потенціалу потребує подальших цілеспрямованих зусиль зі стратегічного планування, модернізації інфраструктури, активного маркетингу та подолання існуючих проблем, що будуть розглянуті у наступних розділах роботи. Наявні ресурси створюють міцний фундамент для позиціонування Києва як одного з провідних центрів подієвого туризму у Східній Європі.

2.2. Аналіз сучасного стану та проблем розвитку подієвого туризму в м. Києві

Повномасштабне вторгнення та запровадження воєнного стану кардинально змінили ситуацію щодо розвитку подієвого туризму. З міркувань безпеки та відповідно до обмежень, встановлених законодавством про воєнний стан, проведення більшості масових публічних заходів було призупинено або суттєво обмежено.

У 2023–2024 роках Київ демонстрував поступове відновлення туристичної галузі, незважаючи на виклики, пов'язані з воєнним станом. Зростання туристичних потоків підтверджується фінансовими показниками: у першому півріччі 2024 року податкові надходження від туристичної галузі столиці склали 389,9 млн грн, що на 70% більше порівняно з аналогічним періодом 2023 року (229,8 млн грн) та на 16% перевищує довоєнний рівень 2021 року (336,6 млн грн). Київ також став лідером за туристичним збором в Україні, зібравши 21,96 млн грн у першому півріччі 2024 року, що значно перевищує показники інших регіонів [17].

У 2023 році серед іноземних туристів, які відвідували Київ, переважали громадяни Ізраїлю, США, Німеччини, Туреччини та Великої

Британії. Середні витрати іноземного туриста на добу становили близько 440 євро, тоді як українські туристи витрачали приблизно 140 євро на добу .

У 2024 році Київ продовжив активну участь у міжнародних туристичних заходах, зокрема представив місто на виставці World Travel Market у Лондоні, що сприяло популяризації столиці на світовій арені . Крім того, відновлення роботи туристичних об'єктів, таких як парк "Межигір'я", який за два тижні приніс до бюджету понад 2 млн грн, свідчить про зростання інтересу до столиці серед туристів [17] .

Очікується, що у 2025 році Київ продовжить нарощувати туристичний потенціал, зокрема через проведення міжнародних конференцій, культурних фестивалів та розвиток інфраструктури, спрямованої на покращення туристичного досвіду.

Починаючи з другої половини 2022 року та протягом 2023-2025 років, подієве життя почало поступово відроджуватися, набуваючи нових форм та змістів. Переважають невеликі та середні за масштабом події. Значна частина культурних та освітніх заходів перемістилася у безпечніші простори – підвальні приміщення, обладнані укриттями локації, або ж перейшла в онлайн та гібридний формати (для конференцій, вебінарів).

Обов'язковою вимогою є наявність поблизу локації події обладнаного укриття та чіткий план дій у разі повітряної тривоги. Це суттєво обмежує вибір майданчиків та складність логістики.

Значна частина подій набула соціального, волонтерського, благодійного або патріотичного спрямування. Організуються збори коштів на підтримку ЗСУ, виставки та концерти на підтримку постраждалих, заходи, що оспівують українську культуру та стійкість нації.

Комендантська година накладає суттєві обмеження на час проведення вечірніх заходів. Обмеження щодо максимальної кількості учасників масових зібрань також впливають на масштаб подій.

Ділові та освітні події, які раніше збирали сотні учасників оффлайн, тепер часто проводяться повністю онлайн або у гібридному форматі, що

дозволяє брати участь фахівцям з різних регіонів України та з-за кордону, попри обмеження на подорожі.

Попри все, продовжують працювати театри, музеї, галереї, організовуються камерні концерти, виставки, лекції, які підтримують культурне життя міста та є важливим елементом психологічної підтримки населення.

Таблиця 2.5

Динаміка туристичних потоків та розвитку туризму в місті Києві

Показник / Подія	2023 рік	2024 рік	Прогноз на 2025 рік
Податкові надходження від туризму	229,8 млн грн (1 півріччя)	389,9 млн грн (1 півріччя), на 70% більше, ніж у 2023	Прогнозується подальше зростання завдяки активізації подієвого туризму та відновленню інфраструктури
Туристичний збір	Н/д	21,96 млн грн –Київ став лідером за збором в Україні	Очікується зростання завдяки розширенню подієвих заходів та міжнародному маркетингу
Середні витрати іноземного туриста	≈ 440 євро/доба	≈ 440 євро/доба	Зберігається стабільний рівень або незначне зростання
Середні витрати внутрішнього туриста	≈ 140 євро/доба	≈ 140 євро/доба	Можливе зростання за рахунок зростання якості туристичних послуг
Основні країни походження туристів	Ізраїль, США, Німеччина, Туреччина, Велика Британія	Ті самі тенденції	Розширення географії за рахунок Азії, Балкан, країн Балтії
Популярні туристичні об'єкти	Софія Київська, Андріївський узвіз, музеї	Парк «Межигір'я» –понад 2 млн грн доходу за 2 тижні	Розвиток нових тематичних маршрутів, інклюзивного туризму, об'єктів сучасної культури
Участь у міжнародних туристичних виставках	Обмежена	Презентація на World Travel Market (Лондон)	Розширення участі в міжнародних подіях: Berlin ITB, WTM, IMEX
Ключові туристичні події / фестивалі	Обмежено	Atlas Weekend (відновлено), Kyiv Art Week, Книжковий Арсенал	Міжнародні наукові форуми, Київська бієнале сучасного мистецтва

Складено автором за матеріалами: [27]

Таблиця 2.6

Суб'єкти, які беруть участь у подієвому туризмі в Києві в умовах війни

Сегмент	Роль до війни	Роль в умовах війни
Муніципальні органи влади (Київська міська державна адміністрація та її структурні підрозділи)	Відігравали ключову роль у стратегічному плануванні, підтримці великих міських подій, формуванні сприятливого середовища для інвесторів та організаторів.	Переорієнтовані на забезпечення безпеки, життєдіяльності міста, підтримку критичної інфраструктури. Роль у формуванні туристичного календаря зведена до мінімуму. Основний фокус – регулювання заходів з міркувань безпеки та підтримка культурних ініціатив. Планування розвитку подієвого туризму зосереджено на відновленні після війни.
Організатори подій (Event-агенції, продюсерські центри)	Створення масштабних, туристично привабливих подій, координація великих заходів.	Значні втрати, частина компаній призупинила діяльність або переорієнтувалася на онлайн-заходи та благодійні проекти. Роль у створенні подій обмежена через відсутність попиту та високі ризики. Вони працюють на локальну аудиторію, адаптуючи формати до вимог безпеки.
Власники та менеджери локацій (Конгрес-центри, готелі, спортивні арени, концертні зали, ресторани)	Високий попит на місця для великих подій, обслуговування міжнародних гостей, організація заходів.	Переважно обслуговують тих, хто прибуває з нетуристичними цілями. Конгрес-центри та арени мають низьке завантаження, часто використовуються для інших потреб. Роль зводиться до надання фізичного простору для подій, що відповідають вимогам безпеки.
Туроператори (особливо ті, що спеціалізувалися на в'їзному та подієвому туризмі)	Залучення іноземних туристів на події, організація групових турів та подорожей.	Практично не функціонує в своєму первинному форматі. Неможливість залучення іноземних туристів призвела до переорієнтації або тимчасового призупинення діяльності.
Громадські організації, волонтерські рухи, культурні інституції	Організація культурних та соціальних заходів, участь у формуванні подієвого туризму через благодійні та культурні ініціативи.	Вийшли на передній план у формуванні подієвого календаря, організовуючи благодійні концерти, виставки, освітні заходи, присвячені війні та національній культурі. Їх діяльність гнучка та адаптована до умов війни, але з низьким туристичним потенціалом.
Наукові та освітні установи	Організація конференцій, семінарів, симпозіумів для міжнародної аудиторії.	Продовжують проводити конференції в онлайн чи гібридних форматах, що зберігає наукову діяльність, але обмежує фізичний туристичний потік.

Ландшафт суб'єктів, задіяних у сфері подієвого туризму Києва в умовах воєнного стану, зазнав суттєвих трансформацій. Їхня роль у

формуванні подієвого календаря є обмеженою та адаптованою до викликів. Сучасний ландшафт суб'єктів подієвого туризму в Києві характеризується значним зниженням активності традиційних гравців, переорієнтацією на внутрішню аудиторію та нетуристичні формати, а також зростанням ролі громадських ініціатив у підтримці культурного та соціального життя міста в умовах кризи.

У сучасних умовах подієвий календар Києва відображає стійкість і адаптивність міста та його мешканців. Він орієнтований переважно на внутрішню аудиторію, підтримку життєдіяльності міста, а не на залучення зовнішніх туристів. Туристичний потенціал подій реалізується здебільшого для тих, хто вже перебуває в Києві – у відрядженні, як ВПО чи іноземні представники.

Попри воєнний час, у 2024 році Київ залишався важливим центром подієвого туризму. Організовано низку заходів, що сприяли культурному відродженню та міжнародній підтримці. У вересні пройшов 46-й сезон Ukrainian Fashion Week, що став символом стійкості української модної індустрії. Зокрема, Іван Фролов презентував патріотичну колекцію "Dirty as an Angel", а Ігор Сидлецький – одяг для ветеранів, який демонстрував Захар Бірюков [27].

Того ж місяця відбулися фестивалі Gogolfest – із сучасним мистецтвом у нестандартних локаціях – та Kyiv Music Fest, який популяризував українську академічну музику у світі.

У травні Київ приймав велоперегони категорії UCI 1.2 «Race Horizon Park» до Дня міста, включно з парадом аматорів, що популяризував велоспорт.

11–12 червня в Берліні відбулася конференція Ukraine Recovery Conference, присвячена повоєнному відновленню України, що сприяло залученню інвестицій та міжнародної підтримки. У 2025 році Київ продовжує активно розвивати подієвий туризм (Таблиця 2.7.).

Календар подій м. Києва на 2025 р.

Категорія	Події
Фестивалі	Kyiv Music Fest 2025 (травень), Atlas Weekend (липень, очікується анонс), Фестиваль сучасної української музики
Концерти	Виступи гуртів Океан Ельзи, The Hardkiss, Kalush Orchestra; міжнародні артисти в Палаці Спорту та Stereo Plaza
Євробачення	Національний відбір на Євробачення 2025 завершено; переможець представлятиме Україну в травні
Кінофестивалі	Київський міжнародний кінофестиваль "Молодість" (червень), Фестиваль короткометражного кіно "Відкрита Ніч" (липень)
Театри	Вистави в Національній опері України: "Лускунчик", "Жизель", "Кармен"; Театр ім. Франка: "Конотопська відьма", "Кайдашева сім'я"; Театр на Подолі: "Сто тисяч", "За двома зайцями"
Музеї та галереї	Національний художній музей України: виставка "Українське мистецтво: у пошуках себе", "Передчуття Перемоги"; Пінчук Арт Центр: "Я з тобою", "Олександр Ройтбурд. Теорема влади"; Мистецький Арсенал: "Співіснування з темрявою", "Серце землі"
Літературні фестивалі	Книжковий Арсенал (травень), Книжкова Країна (червень)
Фольклорні фестивалі	Етнофестиваль "Країна Мрій", Граждаfest (червень), Великодня Галявина, Шевченківські дні
Квіткові виставки	Виставка квітів на Співочому Полі (травень), Національний ботанічний сад ім. М.М. Гришка: весняні експозиції
Національні святкування	День Києва (травень), Івана Купала (липень) в музеї "Пирогів", Марш рівності (червень)
Ярмарки та фестивалі	Kyiv Food Market, Kyiv Food and Wine Festival (червень), Ярмарки народного мистецтва
Економічні форуми	Київський міжнародний економічний форум (жовтень)
Політичні події	Саміт перших леді та джентльменів (вересень), Форум "Креативна Україна" (листопад)
Мода	Ukrainian Fashion Week (вересень)
Благодійні події	Кураж Базар, Івент "Дорога до перемоги", Female Freedom Forum
Виставки	Агропромислова виставка AgroExpo (вересень), ProBeautyExpo (жовтень), AutoTechService (листопад)
Марафони та пробіги	Київський марафон незламності (жовтень), Пробіг під каштанами (травень)
Футбол	Матчі ФК "Динамо" Київ, Національної збірної України на НСК "Олімпійський"
Інші види спорту	Чемпіонати України з хокею (клуб "Сокіл"), баскетболу (клуби "Будівельник", "Київ") в Палаці спорту
Християнські об'єкти	Києво-Печерська Лавра, Софійський Собор, Михайлівський Золотоверхий Собор, Андріївська церква, Костел Святого Олександра, Костел Святого Миколая
Інші релігії	Мечеть "Ар-Рахма", Синагога Бродського

Складено автором за матеріалами: [9; 27]

Подієвий туризм у Києві –це важливий компонент туристичної інфраструктури міста, що включає організацію та проведення різноманітних заходів, таких як фестивалі, конференції, виставки, спортивні змагання, культурні та музичні події. Однак для максимізації ефективності цього напрямку розвитку туризму важливо враховувати як сильні, так і слабкі сторони, а також можливості і загрози, що можуть вплинути на розвиток цього сегменту.

Таблиця 2.8

SWOT-аналіз розвитку подієвого туризму в м. Києві

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
1. Київ – столиця з багатою історією та культурною спадщиною.	1. Обмежена інфраструктура для деяких типів подій (місця для великих заходів, готелі для спеціалізованих груп).
2. Великі та різноманітні події (музичні фестивалі, конференції, спортивні змагання).	2. Сезонність проведення подій, що може обмежувати привабливість міста для туристів протягом року.
3. Розвинута транспортна інфраструктура (міжнародний аеропорт, залізниця, автобуси).	3. Нестабільність політичної ситуації може впливати на безпеку та привітність для іноземних туристів.
4. Стратегічне розташування на перехресті торговельних та культурних шляхів.	4. Недостатня кількість організованих турів для міжнародних відвідувачів.
5. Велика кількість історичних та культурних об'єктів, які можуть бути використані як локації для подій.	5. Низька поінформованість про події серед потенційних туристів.
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
1. Залучення міжнародних подій, таких як музичні фестивалі, спортивні турніри, виставки.	1. Конкуренція з іншими містами Європи та світу, які також активно розвивають подієвий туризм.
2. Розширення маркетингових кампаній для залучення туристів з інших країн.	2. Можливе погіршення економічної ситуації в країні, що може призвести до зниження попиту на туризм.
3. Розвиток нових форматів подій (онлайн та гібридні заходи).	3. Зміни клімату, що можуть вплинути на сезонні фестивалі чи відкриті заходи.
4. Співпраця з міжнародними організаціями для проведення великих заходів.	4. Політичні та соціальні кризи в Україні можуть негативно позначитися на іміджі міста.
5. Використання подієвого туризму для розвитку бізнесу та економіки через конгреси, виставки та бізнес-форуми.	5. Погіршення екологічної ситуації, яке може знизити привабливість Києва як туристичного напрямку.

Складено автором

Згідно з опитуванням Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) та UNICEF U-Report Ukraine, проведеним у серпні 2024 року серед 5 525 респондентів [18]:

- 45,3% українців подорожували країною з туристичною метою з початку повномасштабного вторгнення.
- 26% здійснили 1–2 поїздки, 12% –3–5 поїздок, 7,3% –понад 5 поїздок.



Рис. 2.2. Популярні види туризму серед українців
Розроблено за матеріалами: [18]

За результатами дослідження «Культурні практики населення міста Києва та Київської області», проведеного ГО «Демократичні ініціативи молоді» у 2024 році, виявлено такі тенденції, що популярні форми дозвілля серед киян: активний відпочинок, читання книг, перегляд фільмів удома та зустрічам з друзями [43].



Рис. 2.3. Популярні форми дозвілля за результатами дослідження
«Культурні практики населення міста Києва та Київської області»

Розроблено автором за матеріалами: [43]

Більшість опитаних відвідували кінотеатри від одного до п'яти разів на рік; молодь – понад 20 разів. 57% респондентів відвідували музеї та виставки щонайменше двічі на рік. Половина опитаних не відвідували театри протягом року; найактивніші відвідувачі – жінки віком 40–59 років. 62% не були на концертах за останній рік; серед відвідувачів переважає молодь 18–29 років.

Масові вуличні заходи: 62% не брали участі в таких подіях; активні учасники – молодь та особи віком 40–49 років. За даними соціологічної групи «Рейтинг», Київ залишається найпривабливішим містом України для туристів: дві третини опитаних громадян визнали Київ найбільш привабливим для туристів, половина – Львів, більше третини – Одесу [18].

Розвиток подієвого туризму в м. Києві в сучасних реаліях стикається з безпрецедентними та багатогранними проблемами, які зумовлені, перш за все, фактором воєнного стану. Ці виклики охоплюють всі аспекти – від безпеки до стратегічного планування.

Першочерговим та найбільш критичним викликом є постійна загроза ракетних ударів та атак БПЛА. Це створює пряму небезпеку для життя та

здоров'я учасників та організаторів будь-яких масових зібрань. Наслідки цієї загрози є руйнівними для подієвої індустрії.

Таблиця 2.9

Проблеми розвитку подієвого туризму в м. Києві

Категорія	Проблеми
Безпекові виклики	- Постійна загроза ракетних ударів та БПЛА, що створює небезпеку для учасників.
	- Ризик скасування подій: Повітряні тривоги переривають заходи, що створює фінансові ризики.
	- Обмеження на масові заходи: Обмеження кількості учасників та типів подій.
	- Необхідність адаптації локацій: Вибір місць обмежений через вимоги укриттів.
Інфраструктурні проблеми	- Пошкодження об'єктів: Руйнування концертних залів, готелів, транспортних мереж.
	- Обмежені можливості розвитку: Відновлення критичної інфраструктури, а не нових об'єктів для туризму.
	- Навантаження на інфраструктуру: Перепрофілювання об'єктів для оборонних потреб знижує їх доступність для туризму.
Маркетингові проблеми	- Негативний імідж через війну: Київ сприймається як небезпечне місто для туристів.
	- Обмежені бюджети на промоцію: Фінансування спрямоване на оборону, а не на маркетинг туризму.
	- Відсутність стабільного календаря: Неможливість гарантувати події через безпекові ризики.
Організаційні проблеми	- Невизначеність регуляторної бази: Швидкі зміни законодавства створюють труднощі для організаторів.
	- Відтік кадрів: Дефіцит фахівців у сфері подієвого менеджменту.
	- Фінансові ризики: Високий ризик скасування подій через тривоги, обмежений доступ до фінансування.
Обмеження у формуванні продукту	- Неможливість проведення великих подій: Масштабні відкриті концерти та фестивалі неможливі через безпеку.
	- Зміна змісту подій: Події стають коротшими, що знижує їхню привабливість для туристів.
Відсутність статистики	- Неможливість збору достовірних даних про туристичні потоки та витрати через воєнний стан.

Складено автором

Серед основних викликів розвитку подієвого туризму м. Києва можна виділити:

- Повітряна тривога вимагає переривання заходів, що створює фінансові ризики для організаторів.

- Масові заходи обмежені законами воєнного стану, що ускладнює проведення великих фестивалів та концертів.
- Необхідність укриттів зменшує вибір локацій та збільшує витрати на безпеку. Постійна загроза війни знижує готовність туристів до участі в заходах.
- Руїнування об'єктів та інфраструктури потребує значних коштів на відновлення, обмежуючи можливості для розвитку туризму.
- Київ має негативний імідж через війну, що ускладнює залучення туристів. Обмежені бюджети не дозволяють проводити ефективні маркетингові кампанії. Швидкі зміни в законодавстві та відтік кваліфікованих кадрів ускладнюють організацію подій.
- Високий ризик скасування заходів через тривоги та обмежений доступ до фінансування.
- Неможливість проведення великих відкритих подій та необхідність скорочення їх тривалості знижує їх привабливість.
- В умовах війни важко збирати точні дані про туристичні потоки, що ускладнює оцінку ефективності та планування відновлення.

Таким чином, аналіз сучасного стану подієвого туризму в м. Києві демонструє різкий контраст між поступальною динамікою розвитку до лютого 2022 року та вкрай обмеженою, але стійкою активністю в умовах воєнного стану. Подієвий календар міста суттєво трансформувався: масштабні міжнародні заходи замінилися на невеликі, соціально та патріотично орієнтовані ініціативи, що проводяться з надзвичайними безпековими застереженнями. Суб'єкти галузі виявляють адаптивність та сфокусовані на виживанні та підтримці життєдіяльності міста, а не на активному залученні туристів.

Ключові проблеми та виклики, з якими стикається подієвий туризм Києва, є безпрецедентними та зумовлені, перш за все, фактором війни. Незважаючи на стійкість, продемонстровану містом та його мешканцями через продовження культурного та громадського життя, реалізація

туристичного потенціалу подій у Києві в умовах воєнного стану є вкрай обмеженою. Поки що головним завданням є збереження існуючих потужностей, адаптація форматів та планування майбутнього відновлення. Повноцінний розвиток подієвого туризму як значущого сектора економіки та інструменту міського розвитку стане можливим лише після завершення активних бойових дій та за умови цілеспрямованої роботи з подолання успадкованих проблем та реалізації амбітних планів відновлення.

2.3. Перспективи розвитку подієвого туризму в м. Київ

Незважаючи на безпрецедентні виклики, спричинені війною, Київ зберігає значний природно-ресурсний, історико-культурний та інфраструктурний потенціал, який за умови стратегічного планування та цілеспрямованих зусиль може стати основою для відродження та подальшого розвитку подієвого туризму. Розуміння перспектив, визначення пріоритетних напрямків та розробка ефективних рекомендацій є критично важливим для перетворення викликів відбудови на можливості для створення більш стійкої, конкурентоспроможної та привабливої подієвої дестинації.

Визначення пріоритетних видів подій у післявоєнний період має базуватися на системному підході, що враховує наявні ресурси, потреби відновлення, безпекову ситуацію (на етапі переходу), потенціал для швидкої реалізації та довгострокову стратегічну привабливість. Пріоритезація дозволить сфокусувати обмежені ресурси на найбільш перспективних напрямках.

Вибір пріоритетних видів подій для Києва у післявоєнний період має спиратися на такі ключові критерії, що зазначені в Таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

Критерії пріоритезації подій для м. Києва у післявоєнний період

№	Критерій	Обґрунтування
1	Відповідність потребам та наративу відновлення	Пріоритет подіям, що сприяють відбудові, підтримують ідентичність та демонструють стійкість України.
2	Потенціал для швидкої реалізації та адаптивність	Вибір гнучких форматів, що не потребують значних інфраструктурних ресурсів (наприклад, гібридні події).
3	Високий потенціал для залучення цільових сегментів	Орієнтація на аудиторії, готові подорожувати в період відновлення – бізнес, діаспора, волонтери, солідарні туристи.
4	Позитивний іміджевий потенціал	Події, що формують образ Києва як міста культури, інновацій та стійкості.
5	Сприяння місцевій економіці та громадам	Підтримка локального бізнесу, створення робочих місць, розвиток місцевих ініціатив.
6	Потенціал для довгострокової сталості	Перевага регулярним подіям, здатним зростати та зберігати конкурентоспроможність у майбутньому.

Складено автором

Пріоритетні види подій на середньострокову перспективу (орієнтовно перші 3-5 років після завершення активної фази війни):

- Діловий туризм (MICE) з акцентом на відновлення та інновації. Конгреси, форуми, конференції, присвячені відбудові України, залученню інвестицій, розвитку ключових галузей (інфраструктура, енергетика, агросектор, ІТ, оборонні технології). Цей сегмент характеризується високими витратами на особу та є критичним для економічного відродження. Можливе використання гібридних форматів на перехідному етапі.
- Культурні та мистецькі події з наративом стійкості та ідентичності. Фестивалі української культури, концерти, виставки, театральні проєкти, що відображають досвід війни, стійкість нації, багату історію та сучасне мистецтво. Це може привабити діаспору, солідарних туристів, дослідників. На початковому етапі – камерні формати, що використовують безпечні локації.

- Спортивні події (національного та регіонального масштабу, благодійні). Національні чемпіонати, спортивні марафони та забіги з благодійною метою на підтримку ЗСУ або постраждалих. Сприяють єднанню суспільства та популяризації здорового способу життя. Проведення великих міжнародних змагань залежатиме від темпів відновлення інфраструктури та безпекової ситуації.
- Фестивалі та заходи, присвячені урбаністичному відновленню та сталому розвитку. Форуми, виставки, воркшопи, що фокусуються на відбудові міст, сучасній архітектурі, "зелених" технологіях, сталому плануванні. Можуть залучити фахівців та інвесторів.
- Гастрономічні та локальні фестивалі. Заходи, що популяризують українську кухню, локальні продукти, ремесла. Сприяють підтримці місцевого бізнесу та демонструють життєздатність та автентичність міста.

На цьому етапі фокус має бути на демонстрації стійкості, сприянні відновленню та поступовому поверненню до нормального життя.

Пріоритетні види подій на довгострокову перспективу (орієнтовно 5+ років після завершення активної фази війни):

- Повернення до проведення мега-подій та великих міжнародних спортивних/культурних заходів. За умови повного відновлення та модернізації інфраструктури, підвищення безпеки та позитивного міжнародного іміджу, Київ може знову претендувати на проведення великих спортивних чемпіонатів, міжнародних фестивалів світового рівня (наприклад, Євробачення, чемпіонати світу/Європи з окремих видів спорту), великих виставок (ЕКСПО).
- Розвиток нішевого та спеціалізованого подієвого туризму. Наприклад, міжнародні конференції з кібербезпеки, новітніх технологій, аграрних інновацій; фестивалі сучасної музики та мистецтва; спортивні події у нішевих сегментах.

- Високоякісний MICE-туризм. Залучення великих міжнародних конгресів та корпоративних заходів, конкуруючи з іншими європейськими столицями завдяки висококласній інфраструктурі та сервісу.

На цьому етапі стратегія має бути спрямована на повернення Києва на глобальну подієву мапу та підвищення його конкурентоспроможності до рівня провідних європейських столиць.

Таблиця 2.11

Пріоритетні види подій у післявоєнний період

Перспектива	Вид подій	Характеристика та очікувані результати
Середньострокова (3–5 років)	Діловий туризм (MICE)	Конгреси, форуми, конференції про відбудову, інвестиції, розвиток ключових галузей (ІТ, енергетика, інфраструктура, оборонні технології); гібридні формати; високі витрати на одного учасника.
	Культурні та мистецькі події	Фестивалі, виставки, концерти про стійкість, національну ідентичність; камерні формати; орієнтація на діаспору, солідарних туристів, дослідників.
	Спортивні події (нац./регіональні)	Чемпіонати, марафони, благодійні забіги на підтримку ЗСУ та постраждалих; згуртування населення; популяризація здоров'я.
	Форуми зі сталого урбанізму	Події про відновлення міст, зелені технології, сучасну архітектуру; орієнтація на фахівців, урбаністів, інвесторів.
	Гастрономічні та локальні фестивалі	Популяризація української кухні, ремесел, підтримка локального бізнесу; демонстрація автентичності та життєздатності міста.
Довгострокова (5+ років)	Мега-події та великі міжнародні заходи	Євробачення, чемпіонати світу/Європи, великі виставки (ЕКСПО); можливі за умови повного відновлення інфраструктури та безпеки.
	Нішевий спеціалізований туризм	Конференції з кібербезпеки, технологій, агроінновацій; сучасне мистецтво, нішеві спортивні події.
	Високоякісний MICE-туризм	Міжнародні конгреси, корпоративні події; конкуренція з європейськими столицями за рахунок високої якості інфраструктури.

Складено автором

Ефективна реалізація визначених пріоритетів потребує впровадження комплексу стратегічних напрямків, які мають бути інтегровані у загальну стратегію відновлення та розвитку міста.

Таблиця 2.12

Стратегічні напрямки розвитку подієвого туризму у Києві

№	Напрямок	Обґрунтування	Стратегічний фокус	Ключові заходи реалізації
1	Маркетинг та ребрендинг	Відновлення іміджу Києва після війни	Створення нарративу міста-героя та інновацій	Цифрова промоція, участь у виставках, амбасадори бренду, фокус на діаспору й бізнес-туризм
2	Інфраструктура	Пошкоджена та застаріла інфраструктура	Відновлення й модернізація з акцентом на сталість	Конгрес-центри, готелі, транспорт, спеціалізовані майданчики
3	Інвестиції	Бюджетних ресурсів недостатньо	Створення сприятливого клімату для приватного капіталу	Податкові пільги, гарантії, прозорі процедури, підтримка міжнародних інвесторів
4	Державна підтримка	Необхідна політична воля та регулювання	Закріплення подієвого туризму як пріоритетного напрямку	Спрощення дозвільних процедур, субсидії, зміни в законодавстві
5	Безпека	Ключовий фактор для відновлення довіри туристів	Впровадження стандартів безпеки та прозора комунікація	Протоколи безпеки, навчання персоналу, координація з поліцією та медслужбами, безпечні маршрути

Складено автором

Усвідомлення масштабів викликів, спричинених війною, та розуміння значного, хоча й тимчасово обмеженого, потенціалу м. Києва для подієвого туризму формують необхідність розробки та впровадження цілісної стратегії його відновлення та розвитку у післявоєнний період. Ця стратегія має базуватися на інтегрованому підході, що охоплює взаємопов'язані напрямки, спрямовані на подолання успадкованих проблем та використання нових можливостей. Ключовими векторами цих трансформацій є переосмислення іміджу міста, відновлення та модернізація його інфраструктури, активізація

інвестиційних процесів, посилення ролі держави та управління критичними безпековими аспектами.

Війна суттєво пошкодила імідж Києва на міжнародній арені, асоціюючи його, насамперед, із небезпекою та руйнуваннями. Відновлення туристичних потоків та позиціонування міста як привабливої подієвої дестинації вимагає цілеспрямованої та багатовекторної маркетингової стратегії, центральним елементом якої має стати розробка нового, релевантного наративу. Цей наратив має трансформувати сприйняття Києва зі "міста війни" на "місто, що вистояло, перемогло та активно відновлюється", підкреслюючи його незламність, стійкість, героїзм, а також багату історію, глибоку культуру, сучасний потенціал та можливості для розвитку. Стратегічний напрямок полягає у створенні та просуванні бренду Києва як динамічної, інноваційної та безпечної (у післявоєнний період) дестинації, що має унікальний досвід та відкрита до світу. Для реалізації цього необхідно активно використовувати сучасні цифрові канали промоції, співпрацювати з міжнародними медіа та лідерами думок, залучати відомих українців та іноземців, які підтримують Україну, як амбасадорів бренду. Участь у міжнародних туристичних та галузевих виставках з оновленим позиціонуванням Києва та фокус на сегментах, які першими будуть готові до подорожей (бізнес, пов'язаний з відбудовою, діаспора, солідарний туризм), стануть ключовими аспектами на початковому етапі.

Наявна інфраструктура подієвого туризму та гостинності в Києві зазнала пошкоджень під час війни, а деякі її сегменти потребували модернізації ще до початку повномасштабного вторгнення. Якість інфраструктури є критичним фактором конкурентоспроможності дестинації на ринку подієвого туризму. Тому стратегічним напрямком є не просто відновлення, а прискорений розвиток та модернізація інфраструктури, інтегровані у загальний план відбудови міста. Пріоритет має надаватися відбудові пошкоджених об'єктів, одночасно інтегруючи принципи сталого розвитку ("зелені" технології, енергоефективність, інклюзивність) у всі

проекти реконструкції та нового будівництва. Ключові аспекти включають цілеспрямовані інвестиції у багатофункціональні конгрес-центри, сучасні спортивні арени, розвиток готельної бази різної категорії з відповідністю міжнародним стандартам якості та безпеки. Необхідно також приділити увагу покращенню транспортної доступності – відновленню та модернізації аеропортів, залізничного сполучення, міського транспорту, а також забезпеченню надійних комунікаційних мереж. Важливим елементом є створення спеціалізованої інфраструктури, адаптованої до пріоритетних видів подій, наприклад, високотехнологічних майданчиків для IT-форумів або арт-просторів для культурних заходів.

Масштабність завдань з відновлення та розвитку подієвого туризму вимагає залучення значних фінансових ресурсів, які не можуть бути забезпечені виключно за рахунок бюджетного фінансування. Тому стратегічним напрямком є створення максимально сприятливого інвестиційного клімату для приватних, зокрема іноземних, інвесторів, готових вкладати кошти у сферу подієвого туризму Києва. Це передбачає надання державних гарантій безпеки інвестицій (після війни), розробку прозорих та зрозумілих процедур залучення капіталу, надання фінансових стимулів у вигляді податкових пільг, грантових програм чи програм співфінансування для інвесторів, що вкладають у пріоритетну подієву інфраструктуру. Ключовими аспектами є також розробка інвестиційно привабливих, добре структурованих проєктів та активна робота з міжнародними фінансовими інституціями та фондами відновлення, які можуть стати джерелом довгострокового фінансування.

Ефективний розвиток подієвого туризму неможливий без активної підтримки з боку держави та наявності чіткої, сприятливої та прогнозованої регуляторної бази. Стратегічним напрямком є розробка та імплементація державної та муніципальної політики, яка визнаватиме подієвий туризм пріоритетною галуззю та створюватиме сприятливі умови для його функціонування. Ключові аспекти включають спрощення бюрократичних

процедур, пов'язаних з організацією подій, мінімізацію адміністративних бар'єрів, надання прямої та опосередкованої фінансової підтримки (гранти, субсидії, програми співфінансування) організаторам соціально та економічно значущих подій, а також розробку податкових стимулів для бізнесу, що інвестує у подієву інфраструктуру або організовує великі заходи. Необхідне також вдосконалення законодавства у сфері подієвого туризму та забезпечення надійного захисту прав інвесторів та організаторів.

Питання безпеки є і залишатиметься критично важливим для Києва протягом тривалого часу після завершення активної фази війни, впливаючи на сприйняття міста потенційними відвідувачами та інвесторами. Стратегічним напрямком є інтеграція безпекових протоколів у всі аспекти планування та проведення подій та формування іміджу Києва як міста, що приділяє максимум уваги безпеці своїх гостей та мешканців. Ключові аспекти охоплюють розробку та постійне вдосконалення стандартів безпеки для різних типів подій, що враховують специфічні ризики (наприклад, пов'язані з мінуванням територій, потенційними загрозами безпеці, евакуацією), навчання персоналу діям у надзвичайних ситуаціях, забезпечення тісної координації з правоохоронними органами та медичними службами. Важливою є прозора та чітка комунікація з відвідувачами щодо вжитих заходів безпеки та правил поведінки, а також створення безпечних маршрутів та локацій, що мінімізують ризики. Формування іміджу "безпечного міста, що навчається та адаптується" є невід'ємною частиною маркетингової стратегії.

Окреслені стратегічні напрямки – цілеспрямований маркетинг та ребрендинг, комплексне відновлення та розвиток інфраструктури, активне залучення інвестицій, ефективна державна підтримка та чітка регуляторна політика, а також перманентне управління безпековими аспектами – є взаємопов'язаними та мають реалізовуватися синхронно. Вони формують основу для перетворення викликів післявоєнної відбудови на унікальну можливість для створення нового, більш стійкого та конкурентоспроможного

подієвого туризму в м. Києві. Успіх у цій справі залежить від політичної волі, здатності до ефективної координації зусиль усіх стейкхолдерів та готовності до впровадження інноваційних підходів, що дозволять столиці України посісти гідне місце на глобальній мапі подієвих дестинацій.

Рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності м. Києва як дестинації подієвого туризму	Розробка Майстер-плану розвитку подієвого туризму
	Стимулювання розвитку спеціалізованої "зеленої" інфраструктури
	Формування конкурентного подієвого календаря
	Розвиток людського капіталу
	Активна маркетингова кампанія
	Спрощення регуляторних процедур
	Сприяння формуванню подієвих кластерів
	Впровадження системи стандартів та сертифікації
	Використання можливостей цифрової трансформації
	Інтеграція принципів сталого розвитку
	Створення інвестиційного портфеля проєктів

Рис. 2.4. Рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності м.

Києва як дестинації подієвого туризму

Розроблено автором

На основі аналізу потенціалу, проблем та стратегічних напрямків, можна сформулювати конкретні рекомендації, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності Києва на ринку подієвого туризму у післявоєнний період:

- Розробка Майстер-плану розвитку подієвого туризму м. Києва. Створення довгострокового, інтегрованого плану, що визначатиме пріоритетні типи подій, необхідні інфраструктурні зміни, маркетингові стратегії, механізми фінансування та ролі всіх зацікавлених сторін.

План має базуватися на глибокому аналізі ринку та враховувати контекст відновлення.

- Стимулювання розвитку спеціалізованої "зеленої" інфраструктури. Надання пільг та грантів для будівництва та модернізації конгрес-центрів, виставкових павільйонів, готелів з використанням екологічних технологій та відповідністю міжнародним стандартам сталого розвитку (наприклад, сертифікація за LEED або BREEAM). Розвиток мережі сучасних багатофункціональних локацій, які можуть швидко адаптуватися до різних форматів подій.
- Формування конкурентного подієвого календаря. Активна робота з міжнародними асоціаціями (у сферах MICE, спорту, культури) для залучення права проведення їхніх заходів у Києві. Розробка власних, унікальних циклічних подій, що стануть візитівкою міста. Сприяння розвитку локальних ініціатив, що мають потенціал зростання.
- Розвиток людського капіталу. Запуск програм навчання та перекваліфікації для фахівців у сфері подієвого менеджменту, гостинності, безпеки, маркетингу з акцентом на міжнародні стандарти та специфіку роботи в умовах відновлення. Залучення міжнародних експертів для проведення тренінгів та обміну досвідом.
- Активна маркетингова кампанія під новим брендом. Розробка та реалізація масштабної міжнародної маркетингової кампанії, що просуватиме Київ як безпечне (після війни), сучасне, інноваційне та культурно багате місто, відкрите для світу. Використання цифрових каналів, співпраця з впливовими медіа та лідерами думок, участь у міжнародних заходах. Позиціонування Києва як міста можливостей для бізнесу та інвестицій.
- Спрощення регуляторних процедур. Проведення аудиту та оптимізація дозвільних процедур для організації подій з метою зменшення бюрократичних бар'єрів та прискорення процесів.

- Сприяння формуванню подієвих кластерів. Підтримка створення об'єднань суб'єктів подієвого ринку за тематичним або територіальним принципом для спільного розвитку продуктів, обміну досвідом та координації зусиль.
- Впровадження системи стандартів та сертифікації. Розробка та імплементація стандартів якості та безпеки для подієвих послуг та інфраструктури, створення системи добровільної сертифікації для підвищення довіри з боку клієнтів та партнерів.
- Використання можливостей цифрової трансформації. Впровадження сучасних цифрових рішень для управління подіями, продажу квитків, навігації, збору даних та взаємодії з учасниками. Розвиток гібридних та віртуальних форматів подій як доповнення до фізичних.
- Інтеграція принципів сталого розвитку. Заохочення та підтримка організаторів подій, що впроваджують "зелені" практики (сортування відходів, енергоефективність, використання локальних ресурсів, інклюзивність). Позиціонування Києва як дестинації, що прагне до сталого подієвого туризму.
- Створення інвестиційного портфеля проєктів. Підготовка чітких, обґрунтованих та привабливих для інвесторів проєктних пропозицій у сфері подієвої інфраструктури та розвитку продуктів.

Перспективи розвитку подієвого туризму в м. Києві у післявоєнний період, попри колосальні виклики сьогодення, є значними та базуються на потужному потенціалі міста. Відбудова надає унікальний шанс не просто відновити, а модернізувати інфраструктуру та вибудувати галузь на нових, більш стійких та конкурентоспроможних засадах.

Визначення пріоритетних видів подій, зокрема ділового туризму, культурних подій з акцентом на українську ідентичність, а також заходів, пов'язаних з відновленням, на середньострокову перспективу, та повернення

до мега-подій та нішевих напрямків у довгостроковій перспективі, є ключовим для сфокусування зусиль.

Реалізація цих пріоритетів потребує впровадження комплексних стратегічних напрямків: розробки інтегрованої стратегії, активного маркетингу та ребрендингу міста, цілеспрямованого відновлення та розвитку інфраструктури з урахуванням "зелених" стандартів, активного залучення інвестицій, ефективної державної підтримки та вдосконалення регуляторної політики, а також постійного управління безпековими аспектами.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного бакалаврського дослідження можна зробити наступні висновки:

1. Подієвий туризм є динамічним та багатофункціональним сегментом сучасної туристичної індустрії. Визначено, що він є подорожами, мотивованими відвідуванням унікальних заходів, які не лише забезпечують емоційно насичений досвід, але й виконують важливі економічні (генерація доходів, створення робочих місць, залучення інвестицій), соціальні (формування іміджу, культурний обмін, підвищення якості життя) та іміджеві функції для дестинацій. Ключовими принципами подієвого туризму є принцип сталості (екологічної, соціальної, економічної).
2. Критерії та підходи до класифікації подій та подієвого туризму дозволяють структурувати його багатоманіття за масштабом, тематикою, мотивацією та регулярністю проведення, виділяючи такі основні види як культурний, спортивний, діловий (MICE), гастрономічний, музичний тощо.
3. Методичні підходи до оцінки ресурсного потенціалу дестинації для проведення подій охоплюють: аналіз інфраструктурних, історико-культурних, природних, людських та інституційних ресурсів, а також методи оцінки соціально-економічної та екологічної ефективності подієвого туризму.
4. Аналіз природно-ресурсного, історико-культурного та інфраструктурного потенціалу м. Києва засвідчує про наявність виняткової бази для розвитку подієвого туризму. Унікальне поєднання мальовничих природних ландшафтів Дніпра, багатой історико-культурної спадщини та наявності розвиненої, хоча й такої, що

потребує модернізації, інфраструктури для проведення подій та розміщення, створюють передумови для організації широкого спектру заходів.

5. Водночас, аналіз сучасного стану розвитку подієвого туризму в м. Києві виявив проблеми, що зумовлені, перш за все, впливом повномасштабного вторгнення та воєнного стану. Подієвий календар зазнав кардинальних змін: масштабні міжнародні заходи замінилися на невеликі, адаптовані до безпекових умов і соціально орієнтовані ініціативи. Традиційні суб'єкти ринку продемонстрували адаптивність, але їхня діяльність, спрямована на туристичні потоки, фактично призупинена.
6. Виявлено ключові проблеми та виклики, серед яких домінують безпекові ризики та обмеження, спричинені війною, що унеможливлюють проведення багатьох форматів подій. Значними є також інфраструктурні проблеми (пошкодження, потреба в модернізації), критичні іміджеві та маркетингові виклики (негативний імідж через війну, обмежені бюджети), а також організаційні труднощі та кадровий дефіцит. Ці чинники сукупно обмежують реалізацію подієвого туристичного потенціалу міста в поточних умовах.
7. Незважаючи на поточні виклики, визначено значні перспективи для розвитку подієвого туризму в м. Києві у післявоєнний період. Обґрунтовано пріоритетні види подій на середньо- та довгострокову перспективу, що відповідають потребам відновлення та потенціалу міста (діловий туризм, культурні події з акцентом на ідентичність, події, пов'язані з відновленням, а згодом – повернення до мега-подій). Для реалізації цих перспектив обґрунтовано ключові стратегічні напрямки: цілеспрямований маркетинг та ребрендинг дестинації з новим наративом стійкості, комплексне відновлення, модернізація та розвиток інфраструктури із застосуванням стандартів сталості, активне залучення інвестицій, посилення державної підтримки та

вдосконалення регуляторної політики, а також інтеграція безпекових аспектів у всі процеси.

8. На основі проведеного аналізу розроблено конкретні рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності міста як дестинації подієвого туризму у післявоєнний період, зокрема:

- Розробка Майстер-плану розвитку подієвого туризму міста.
- Стимулювання розвитку спеціалізованої "зеленої" інфраструктури.
- Формування конкурентного подієвого календаря.
- Розвиток людського капіталу через навчання та перекваліфікацію.
- Проведення активної маркетингової кампанії під новим брендом.
- Спрощення регуляторних процедур.
- Сприяння формуванню подієвих кластерів.
- Впровадження системи стандартів та сертифікації.
- Використання можливостей цифрової трансформації.
- Інтеграція принципів сталого розвитку.
- Створення інвестиційного портфеля проєктів.

Впровадження цих рекомендацій, за умови злагодженої співпраці органів влади, бізнесу та громади, а також залучення необхідних фінансових ресурсів, дозволить ефективно використати наявний потенціал, подолати наслідки війни та перетворити Київ на провідний центр подієвого туризму у регіоні, що сприятиме його економічному відродженню та зміцненню міжнародних позицій України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богдан Н. М. Подієвий туризм як перспективний вид розвитку туризму в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 6 (1). С. 138–142.
2. Божук Т. І., Міхеева А. В. Розвиток подієвого туризму в контексті формування конкурентоспроможності регіону. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2017. Вип. 53. С. 84–90.
3. Венгловська В. О., Поліщук С. О. Подієвий туризм як стратегічний напрям розвитку територій. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*. 2018. № 9 (37). С. 133–139.
4. Всесвітня туристична організація (UNWTO). Офіційний сайт. URL: <https://www.unwto.org/>
5. Гаврилюк С. П., Музиченко-Косик О. В. Подієвий туризм як пріоритетний напрям розвитку туристичної галузі. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Економіка»*. 2017. Вип. 1 (49). С. 165–170.
6. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <https://ukrstat.gov.ua/> (
7. Іванова С. М. Інноваційні підходи до розвитку подієвого туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2017. Вип. 11. С. 268–273. URL: https://economyandsociety.in.ua/journal/11_ukr/44.pdf
8. Київ та Львів – найпривабливіші великі міста України для туристів, – соціопитування. URL: https://zaxid.net/kiyiv_ta_lviv_nayprivablivishi_veliki_mista_ukrayini_dly_a_turistiv_sotsopituvannya_n1084385 (дата звернення: 02.06.2025).
9. Київська міська державна адміністрація. Офіційний портал Києва. Розділ "Туризм". URL: <https://kyivcity.gov.ua/news/tourism/>

- 10.Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : навчальний посібник. Київ : Знання, 2011. 334 с.
- 11.Коваленко В. В., Горох Н. М. Роль подієвого туризму у сталому розвитку територій. *Збірник наукових праць Дніпровського державного технічного університету (економічні науки)*. 2019. Вип. 2 (35). С. 15–20.
- 12.Кузьмук І. В. Подієвий туризм як чинник соціально-економічного розвитку регіонів. *Географія та туризм*. 2014. Вип. 29. С. 177–183.
- 13.Мазур О. В. Механізми державного регулювання розвитку подієвого туризму. *Економіка та держава*. 2021. № 1. С. 83–88. URL: https://www.economy.in.ua/pdf/1_2021/18.pdf (дата звернення: 02.06.2025).
- 14.Мариняк І. М. Подієвий туризм як інструмент формування позитивного іміджу території. *Економіка та регіон*. 2016. № 4 (63). С. 100–104.
- 15.Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (UNESCO). Офіційний сайт. URL: <https://www.unesco.org/>
- 16.Писаревський І. М., Кудріна В. О. Подієвий туризм як пріоритетний напрям розвитку туристичної галузі. *Бізнес Інформ*. 2016. № 9. С. 279–283.
- 17.Подорожі під час війни: понад 50% українців не їздили в інші регіони з туристичною метою — опитування. *Суспільне Новини*. 2023. URL: <https://suspilne.media/culture/570361-podorozi-pid-cas-vijni-ponad-50-ukrainsiv-ne-izdili-v-insi-regioni-z-turistichnou-metou-opituvanna/>
- 18.Понад 45% українців подорожували країною з туристичною метою від початку вторгнення — дослідження. *Громадське*. 2024. URL: <https://hromadske.ua/posts/ponad-45-ukrayinciv-podorozhuvali-krayinoyu-z-turistichnoyu-metoyu-vid-pochatku-vtorgnennya-doslidzhennya>
- 19.Поплавська В. А. Теоретичні основи формування та розвитку подієвого туризму. *Економіка: реалії часу*. 2012. № 3 (4). С. 119–123. URL: <http://economy.fem.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/2012/03/119-123.pdf>

20. Презентація результатів соціологічного дослідження «Культурні практики населення міста Києва та Київської області». *Укрінформ*. 2020. 21 жовтня. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3119706-prezentacia-rezultativ-doslidzenna-kulturni-praktiki-naselenna-mista-kieva-ta-kiiivskoi-oblasti.html>
21. Семко А. В. Подієвий туризм як чинник активізації туристичної діяльності в Україні. *Молодий вчений*. 2017. № 4 (44). С. 89–92.
22. Ситник А. В. Туристичний потенціал міста Києва: сучасний стан та перспективи розвитку. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Географія»*. 2019. Вип. 27. С. 87–93.
23. Соколенко С. І. Сучасні тенденції розвитку подієвого туризму в контексті міжнародного досвіду. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2019. № 1–2. С. 126–132.
24. Сорочан О. В., Кузнецова Т. М. Подієвий туризм як сучасний напрям розвитку міст України. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 4. С. 176–187.
25. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.
26. Топчієв О. Г., Ігнатенко І. І. Туристичний потенціал та його оцінка. *Вісник Одеського національного університету. Серія «Географічні та геологічні науки»*. 2012. Т. 17. Вип. 2 (16). С. 98–105.
27. Українська асоціація подієвого маркетингу. Офіційний сайт. URL: <https://event.org.ua/>
28. Худолій Л. М. Подієвий туризм як елемент формування іміджу дестинації. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 48. С. 119–123. URL: http://www.bses.in.ua/journals/2019/48_2019/21.pdf
29. Чолак А. В. Сучасні тенденції та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні. *Економічний простір*. 2017. № 118. С. 122–130.

- 38.Ye, H. Y., Chen, J. S., & Chou, T. C. (2018). Exploring the antecedents of loyalty to an event tourism destination: The mediating role of tourist satisfaction. *Sustainability*, 10(10), 3649. DOI: 10.3390/su10103649
- 39.Solberg, H. A., & Andersson, T. D. (2018). Event tourism and local development: A review of the state of the art. *Journal of Tourism Planning and Development*, 15(2), 115-132. DOI: 10.1080/21568316.2016.1264353
- 40.Torkildsen, G. (2017). *Leisure and Recreation Management* (5th ed.). Routledge. DOI: 10.4324/9781315668393
- 41.Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.07.017
- 42.Arcan, E., & Özkan, B. (2022). The effects of special interest events on local economy: A case study of gastronomy festivals. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism*, 1(1), 1-13. DOI: 10.59392/jhlst.2022.001
- 43.Welcome to Ukraine! Що цікавить туристів у воєнному Києві? URL: <https://tykyiv.com/city/chi-radi-turistam-u-kiievi-v-2024-rotsi/>

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин
та туристичного бізнесу»
Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА
на кваліфікаційну бакалаврську роботу студентки спеціальності
242 «Туризм»
Квашини Діани Олександрівни
на тему: «Перспективи розвитку подієвого туризму в Україні (на прикладі м.
Києва)»

«2» червня 2025 р.
м. Харків

Дипломна робота студентки Квашини Д.О. присвячена надзвичайно актуальній та перспективній темі – розвитку подієвого туризму в Україні на прикладі міста Києва. Обрана тема має велике практичне значення, особливо в контексті сучасних викликів та можливостей для української туристичної галузі.

Робота має логічну та послідовну структуру, що відповідає вимогам до дипломних досліджень, і складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел.

У першому розділі роботи студентка детально розкрила сутність, принципи та функції подієвого туризму, що дозволило закласти міцну базу для подальшого аналізу. Окрім того, було проведено класифікацію видів подієвого туризму та окреслено їхні особливості, що свідчить про глибоке розуміння студенткою предметної області. Важливим елементом розділу є також розгляд методичних підходів до оцінки потенціалу розвитку подієвого туризму, що демонструє володіння науково-дослідницьким інструментарієм.

У другому розділі Квашина Д.О. здійснила всебічний аналіз природно-культурного та інфраструктурного потенціалу міста Києва як передумови для

розвитку подієвого туризму. Це є ключовим для розуміння сильних сторін та можливостей міста. Важливим аспектом є проведений аналіз сучасного стану та проблем розвитку подієвого туризму в Києві, що дозволило ідентифікувати основні перешкоди та виклики. На основі проведеного аналізу студентка сформулювала обґрунтовані перспективи розвитку подієвого туризму в Києві, що є цінним для практичного застосування.

Загалом, студентка Квашина Д.О. у своїй роботі продемонструвала високий рівень самостійності, ретельність у підборі та аналізі матеріалів, а також здатність до узагальнення та формулювання власних висновків. Результати дослідження мають як теоретичне, так і практичне значення, оскільки вони можуть бути використані для подальших наукових розвідок та в процесі розробки стратегій розвитку подієвого туризму в Україні, зокрема в Києві.

Протягом роботи над дипломною роботою Квашина Д.О. виявила себе як відповідальний, наполегливий та дисциплінований студент, яка здатна глибоко аналізувати поставлені завдання та досягати поставлених цілей.

Науковий керівник:

к.е.н, доцент



Ірина ШАМАРА

Харківський національний
університет імені В.Н Каразіна

Екзаменаційній комісії
із захисту дипломних робіт
спеціальності 242
«Туризм»

ЗОВНІШНЯ РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну бакалаврську роботу студента спеціальності
242 «Туризм»

Квашини Діани Олександрівни

на тему: «Перспективи розвитку подієвого туризму в Україні (на прикладі м.
Києва)»

Дипломна робота присвячена актуальній та своєчасній темі «Перспективи розвитку подієвого туризму в Україні (на прикладі м. Києва)». В умовах сьогодення, коли Україна, і зокрема Київ, прагнуть відновити та розвинути свій туристичний потенціал, дослідження подієвого туризму набуває особливої значущості як потужний інструмент залучення туристів та стимулювання економіки.

Одним із ключових аспектів, що робить подієвий туризм привабливим, є його здатність створювати унікальні враження та емоції, залучаючи як внутрішніх, так і міжнародних відвідувачів. Київ, зі своїм багатим культурним та історичним надбанням, має значний потенціал для організації різноманітних заходів – від фестивалів та концертів до спортивних подій та ділових конференцій, що сприятиме розвитку його як провідної туристичної дестинації.

Дипломна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел. Структура роботи повністю розкриває проблематику дослідження, є логічною та обґрунтованою, а мета та завдання, які ставилися в роботі, досягнуті.

Перший розділ роботи присвячений ґрунтовному дослідженню теоретико-методологічних засад подієвого туризму; детально розкривається сутність, принципи та функції подієвого туризму; класифікації видів

подієвого туризму та їх особливостям; розглядаються методичні підходи до оцінки потенціалу розвитку подієвого туризму, що є важливим для практичного застосування результатів дослідження. Квашина Д.О. демонструє глибоке розуміння теоретичних аспектів теми, спираючись на широкий спектр наукових джерел.

У другому розділі роботи проаналізовано природно-культурний та інфраструктурний потенціал м. Києва; сучасний стан та проблеми розвитку подієвого туризму в м. Києві, що дозволяє виявити основні перешкоди на шляху його становлення; сформульовано перспективи розвитку подієвого туризму в м. Києві.

В цілому, аналіз дипломної роботи свідчить про те, що Квашина Д.О. опрацювала велику кількість теоретичного матеріалу, оволодів достатніми навичками самостійно ставити та вирішувати дослідницькі завдання. Простежується ретельна робота по кожному розділу теми, що розглядається. Наукові положення та висновки, отримані в ході написання роботи, мають важливе значення для визначення стратегічних напрямків розвитку подієвого туризму в Україні, зокрема в м. Києві.

Істотних недоліків бакалаврська робота не містить. Запропонована робота є завершеним, самостійним науковим дослідженням, яке цілком відповідає встановленим вимогам до робіт відповідного кваліфікаційного рівня. За умови успішного захисту в ЕК, робота заслуговує на оцінку «відмінно» (90 балів).

Рецензент
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
менеджменту та
підприємництва
економічного факультету
Харківського національного
Університету імені В.Н.
Каразіна



Марина КУДІНОВА

