

основные составляющие налогообложения труда, факторы, влияющие на спрос и предложение рабочей силы, налоговую нагрузку, проблемы трудоустройства и группы, уязвимые к этим проблемам.

По результатам исследования установлено, что налоги уменьшают как спрос на труд (за счет увеличения затрат на рабочую силу для работодателей), так и предложение (снижая реальную заработную плату работающих). Они создают "налоговый клин" между стоимостью рабочей силы для работодателя и реально полученной заработной платой работником, и таким образом уменьшают как занятость, так и экономический рост.

Ключевые слова: налоги, налоговая система, налогообложение доходов граждан, налоговый клин, налоговые начисления, валовая заработная плата, социальные взносы, налог на доходы физических лиц, эффективная налоговая ставка

УДК 379.85:94(477.51)

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ ЯК СКЛАДОВА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

І. П. КУДІНОВА, кандидат економічних наук, доцент кафедри аграрного консалтингу і туризму*

Т. А. ГОЛОВАНЬОВА, студентка спеціальності «Туризм»
Національний університет біоресурсів і природокористування України
E-mail: ikudinova@nubip.edu.ua

Анотація. Розкрито сутність подієвого туризму під яким розуміється подорож з метою відвідування тієї чи іншої події культурного, спортивного, розважального чи громадського життя суспільства. Виділено тематичні види подієвого туризму. Подано класифікацію подієвого туризму за масштабом події. Виокремлено особливості подієвого туризму, головна з яких полягає в неповторності кожної поїздки, незабутніх враженнях і атмосфери свята. Розглянуто основні суспільні функції подієвого туризму: економічна, пізнавальна, рекреаційна та розважальна.

Зроблено SWOT-аналіз конкурентоспроможності України щодо розвитку подієвого туризму для виявлення найсильніших та найслабших місць. Обґрунтовано доцільність реалізації провідних напрямів щодо успішного розвитку подієвого туризму, які стосуються управлінської, освітньої, економічної, інформаційної сфер діяльності. Надано рекомендації щодо напрямів розвитку подієвого туризму в Україні.

Ключові слова: подієвий туризм, подія, туризм, туристичні ресурси

Актуальність. Розвиток національного туризму в країні створює нові робочі місця, розбудовує інфраструктуру, диверсифікує економіку, підвищує рівень ділової активності та забезпечує залучення інвестицій у різноманітні галузі виробництва. Успішне функціонування туристичної галузі

* © І. П. Кудінова, Т. А. Голованьова, 2018

безпосередньо формує імідж будь-якої держави та є запорукою інтеграції бізнесу у світову фінансову систему.

На сьогодні туристична галузь потребує системного розвитку, тобто, одночасного вдосконалення вже існуючих об'єктів рекреації та створення нових, використання закордонного досвіду управління закладами дозвілля та модифікації законодавства, яке регулює дану сферу. Крім того, треба розвивати ті види туризму, які в іноземних країнах вже стали звичними й популярними, а в Україні досі залишаються на аматорському рівні. Одним із таких є подієвий туризм.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку подієвого туризму досліджуються протягом тривалого часу. Їх вирішенню присвятили свої праці такі вчені, як О. В. Бабкін [1], І. В. Давиденко [2], П. В. Тищенко [3], О. В. Шикіна [5] та інші.

Незважаючи на значну кількість наукових публікацій з питань розвитку подієвого туризму, значна частина проблем, пов'язаних із формуванням механізму активізації його розвитку потребує подальшого дослідження.

Мета дослідження – визначення теоретичних та практичних аспектів поняття «подієвий туризм» та розробка пропозицій щодо його розвитку в Україні як складової індустрії гостинності.

Матеріали і методи дослідження. Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених щодо розвитку подієвого туризму, статистичні дані Державної служби статистики України. В основу реалізації визначеної мети покладено системний підхід до досліджуваних проблем та використано різноманітні загальнонаукові та спеціальні методи дослідження.

Результати дослідження та їх обговорення. На сьогодні туристи потребують не тільки традиційних подорожей, де поєднується відпочинок та оздоровлення з невеликою кількістю екскурсій, а також подорожей з метою участі або споглядання певної події, що передбачає наявність відповідних туристичних ресурсів та спеціальної підготовки.

Подієвий туризм – це порівняно молодий напрям туризму як в Україні, так і у світі, в якому головною мотивацією споживачів є інтерес до відвідування певної спортивної, розважальної, музичної або іншої події та участь у ній. Унікальні події тури поєднують у собі рекреацію, відпочинок та розваги одночасно [6, с. 460].

За оцінкою Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), подієвий туризм нині є одним з найперспективніших видів туризму у світі. Серед інших видів туризму подієвий туризм вражає насиченістю програми, видовищністю, яскравістю та атмосферою. Ще однією особливістю подієвого туризму є невичерпність його ресурсів.

Подієвий туризм також є одним із найдинамічніших видів туризму, тому що кількість туристів, які беруть участь у спортивних змаганнях, міжнародних фестивалях, аукціонах, показах мод з кожним роком зростає.

На нашу думку, визначення подієвого туризму можна подати так: подорож з метою відвідування тієї чи іншої події культурного, спортивного, розважального чи громадського життя суспільства.

Науковці виокремлюють такі тематичні види подієвого туризму (рис. 1):

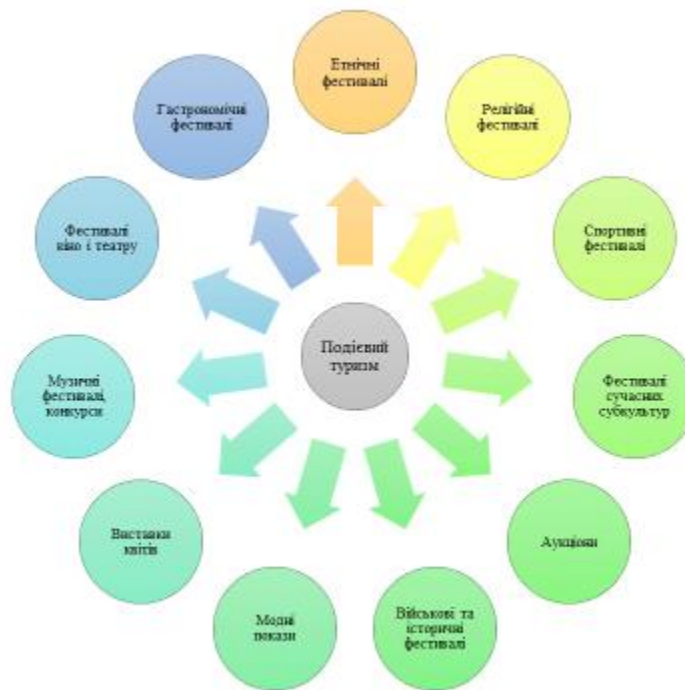


Рис. 1. Види подієвого туризму

Класифікувати подієвий туризм можна також за тематикою та масштабом події. Існує кілька тематичних видів подієвого туризму:

- громадські (гастрономічні фестивалі, фестивалі та виставки квітів);
- мистецькі (музичні й театральні фестивалі і конкурси, кінофестивалі, фольклорні обряди, свята і фестивалі);
- спортивні (спортивні змагання, фестивалі, ралі, перегони і регати);
- культурно-історичні (театралізовані шоу, національні фестивалі і свята, карнавали);
- економічні і політичні (аукціони, покази мод, ярмарки і виставки, автомобільні й авіаційні салони, політичні й економічні форуми);
- релігійні (релігійні свята, і події).

З суспільної точки зору, розвиток подієвого туризму є дуже важливим, оскільки реалізуються такі важливі для соціуму функції, як: економічна, пізнавальна, рекреаційна та розважальна (основні функції туризму). Три останні мають більш суб'єктивний характер, оскільки міра їх ефективності для кожного туриста як відвідувача певних заходів буде різною [7].

SWOT-аналіз конкурентоспроможності України щодо розвитку подієвого туризму для виявлення найсильніших та найслабших місць України як об'єкта туризму наведено в таблиці.

Згідно з останніми дослідженнями, до 2020-го року кількість учасників подієвих турів може перевищити кількість учасників екскурсійних турів та становити понад 35% від загального попиту на різноманітні тури.

Зазначимо, що організація подієвого туризму має свої особливості. Насамперед, це неповторність кожної поїздки, незабутні враження й атмосфера свята. У випадках, коли йдеться про масштабну подію, вона стимулює розвиток інфраструктури регіону та надходження прибутку від туризму, тобто регіон отримує вигоди завдяки певній події.

1. SWOT-аналіз конкурентоспроможності України щодо розвитку подієвого туризму

| S – сильні сторони | W – слабкі сторони |
|---|--|
| Сприятливі природно-кліматичні умови | Низька інноваційна активність |
| Значний транзитний потенціал та розвинена транспортна інфраструктура | Низький рівень впровадження новітніх технологій |
| Велика кількість об'єктів історико-культурної спадщини, рекреаційних зон | Низький рівень якості курортно-туристичних послуг |
| Значний потенціал подієвого туризму України | Неякісні дороги |
| Доброзичливе населення | Відсутність подієвих туристичних заходів світового рівня |
| O – можливості | T – загрози |
| Покращання рівня обслуговування | Політична нестабільність |
| Зростання інвестиційної привабливості та нарощування міжнародної технічної допомоги | Нестабільність курсу національної валюти |
| Створення іміджу країни як стабільної та безпечної | Монополізація ринків та відсутність конкуренції, що обмежує розвиток малого й середнього бізнесу |
| Оновлення існуючих та створення нових подієвих турів | Можливість виникнення епідеміологічних захворювань |
| Висока орієнтація України на івент-туризм | Недостовірність інформації про Україну |

Також даний напрям у туризмі дає змогу вирішувати багато соціально-економічних проблем, властивих не тільки туристській галузі. Події є потужними стимуляторами туристських потоків. Разом з тим, подієвий туризм допомагає вирішити проблему сезонності в туризмі, приваблюючи туристів в період міжсезоння. Розвиток подієвого туризму сприяє створенню нових додаткових робочих місць і забезпечує зайнятість населення. Вважаємо, що подієвий туризм є перспективним видом туристичної галузі регіону з невичерпним ресурсним потенціалом. Вони сприяють соціально-економічному росту України, популяризації потенційних туристських ресурсів серед населення. З кожним роком кількість різного виду заходів у регіонах України зростає, незважаючи на відсутність підтримки на державному рівні та недостатню розробленість належних маркетингових заходів.

Для координації подієвого руху та узагальнення інформації щодо нових заходів в країні необхідно створити туристично-інформаційні центри, основною функцією яких повинно бути формування іміджу регіону та збільшення кількості туристів, що його відвідують.

Для перспективного розвитку подієвого туризму в регіонах необхідно провести детальний аналіз існуючих заходів та систематизувати їх за ознакою цікавості для туристів. Для пропаганди та інформованості туристів доцільно створювати Інтернет-сайти подій, а також програмні додатки для мобільних телефонів.

Висновки і перспективи. Подієвий туризм – це напрям туризму, де основною мотивацією поїздки є відвідання певної події, зокрема економічні, громадські, мистецькі, спортивні заходи, культурно-історичні театралізовані шоу.

Важливою передумовою організації подієвого туру є своєчасне інформування та рекламування події, загальнодоступність до інформації про

неї та організація її систематичного проведення. Це дає можливість туристичним фірмам планувати поїздки заздалегідь. З цією метою на державному рівні потрібно розробити календар подій, які можуть зацікавити туристів та забезпечити фінансування витрат, пов'язаних із маркетинговими заходами та організацією події, а також потрібно не забувати про безпеку туристів під час проведення події.

Список використаних джерел

1. Бабкін О. В. Спеціальні види туризму / О. В. Бабкін. – Ростов-на-Дону : Фенікс, 2008. – 252 с.
2. Давыденко И. В. Доминанты рынка событийного туризма / И. В. Давыденко // Перспективы развития науки в современном мире: мат. междунаучно-практич. конф. – Краков, 2012. – С. 97–103.
3. Тищенко П. В. Науковий вісник Ужгородського університету / П. В. Тищенко. – Серія Економіка. – 2011. – Спецвип. 33, ч. 4. – С. 124–128.
4. Тищенко П. В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону [Електронний ресурс] / П. В. Тищенко. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/tyschenko.htm
5. Шикіна О. В. Аналіз структури туристичних потоків Одеської області / О. В. Шикіна, І. Л. Ліптуга // Глобальні та національні проблеми економіки – 2015. – № 7. – С. 114–127.
6. Шикіна О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України // О. В. Шикіна, В. В. Олійник // Вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського – 2016. – № 12. – С. 460–463.
7. Устименко Л. М. Історія туризму : навч. посіб. / Ю. Л. Афанасьєв, Л. М. Устименко. – К. : Альтерпрес, 2008. – 354 с.
8. Український туристичний портал «УкрТуризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrtourism.com>

References

1. Babkin, O. V. (2008). Spetsialni vydy turyzmu / O. V. Babkin. – Rostov-na-Donu : Feniks, 252.
2. Davydenko, Y. V. (2012). Domynty rynku sobytyinoho turyzma / Y. V. Davydenko // Perspektivy razvytyia nauky v sovremennom myre: mat. mezhdun. nachno-praktych. konf. – Krakov, 97–103.
3. Tyshchenko, P. V. (2011). Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu / P. V. Tyshchenko. – Seriiia Ekonomika, 33, 4, 124–128.
4. Tyshchenko, P. V. Teoretychni aspekty ta rozvytok podiievoho turyzmu rehionu [Elektronnyi resurs] / P. V. Tyshchenko. – Rezhym dostupu : http://tourlib.net/statti_ukr/tyschenko.htm.
5. Shykina, O. V. (2015). Analiz struktury turystychnykh potokiv Odeskoi oblasti / O. V. Shykina, I. L. Liptuha // Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky, 7, 114–127.
6. Shykina, O. V. (2016). Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku podiievoho turyzmu na terytorii Ukrainy // O. V. Shykina, V. V. Oliinyk // Visnyk Mykolaivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. O. Sukhomlynskoho, 12, 460–463.
7. Ustyenko, L. M. (2008). Istoriia turyzmu : navchalnyi posibnyk / Yu. L. Afanasiev, L. M. Ustyenko. – K. : Alterpres, 354.

8. Ukrainskyi turystychnyi portal «UkrTuryzm» [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.ukrtourism.com>.

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ В УКРАИНЕ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

И. П. Кудинова, Т. А. Голованева

Аннотация. Раскрыта сущность событийного туризма, под которым понимается путешествие с целью посещения того или иного события культурной, спортивной, развлекательной или общественной жизни общества. Выделены тематические виды событийного туризма. Приведенная классификация событийного туризма по масштабу события. Выделены особенности событийного туризма, главная из которых заключается в неповторимости каждой поездки, незабываемых впечатлениях и атмосфере праздника. Рассмотрены основные общественные функции событийного туризма: экономическая, познавательная, рекреационная и развлекательная.

Сделан SWOT-анализ конкурентоспособности Украины по развитию событийного туризма для выявления сильнейших и самых слабых мест. Обоснована целесообразность реализации ведущих направлений успешного развития событийного туризма, касающегося управленческой, образовательной, экономической, информационной сфер деятельности. Даны рекомендации по направлениям развития событийного туризма в Украине.

Ключевые слова: событийный туризм, событие, туризм, туристические ресурсы

EVENT TOURISM IN UKRAINE AS PART OF THE HOSPITALITY INDUSTRY

I. Kudinova, T. Golovanova

Abstract. The essence of the event tourism is described, which means traveling in order to visit a particular event of cultural, sports, entertainment or social life of a society. The thematic types of event tourism are highlighted. The classification of event tourism according to the scale of the event is given. The features of event tourism are highlighted, the main of which is the uniqueness of each trip, unforgettable impressions and atmosphere of the holiday. The main social functions of event tourism are considered: economic, cognitive, recreational and entertaining.

A SWOT analysis of Ukraine's competitiveness on the development of event tourism has been done to identify the strongest and the weakest places. The expediency of realization of leading directions concerning successful development of event tourism, which are related to administrative, educational, economic, informational spheres of activity, is substantiated. Recommendations on the development of event tourism in Ukraine are given.

Keywords: event tourism, event, tourism, tourist resources