

Вовк К.М.
VOVK K.M.

РОЗВИТОК ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

DEVELOPMENT OF EVENT-TOURISM IN UKRAINE

Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

Аспірант I року навчання кафедри Туризму

науковий керівник: д.е.н., професор Наумік-Гладка К.Г.

м. Харків, Україна

Доля подієвого туризму в секторі туристичних послуг щорічно збільшується. Так, розвитку даного ринку сприяють зниження попиту на групові поїздки і активізація індивідуального туризму, зростання популярності турів вихідного дня, зниження загальної тривалості туристичних днів, перевага віддається активній формі відпочинку. Зарубіжний досвід розвитку подієвого туризму дуже різноманітний. За перше півріччя 2017 року міжнародні туристичні надходження по всьому світу зросли на 6% в порівнянні з аналогічним періодом минулого року [1]. Організація будь-яких подій (в т. ч. ділових) веде до зростання зайнятості населення за рахунок створення додаткових робочих місць, розширення ділових, культурних і торгових зв'язків регіонів, а також до підвищення інвестиційної привабливості. Так, лише у Відені, індустрія подієвого туризму приносить в бюджет тільки у вигляді податків 36 млн. євро в рік, створюючи і зберігаючи приблизно 20 тис. робочих місць [2]. В США, які є світовим лідером до цієї галузі, івент-індустрія «вкладає» в ВВП країни \$ 115 млрд і створює близько 1,8 млн робочих місць [2].

Події, які стимулюють міжнародний туризм, можна згрупувати за трьома основними категоріями:

1. Нішеві події – тісно пов'язані з місцем призначення туристичної подорожі, такі події передбачають поєднання літературних, кулінарних видів спорту, а також різноманітних музичної фестивалів. Наприклад, музичний фестиваль Гластонбері, або North Atlantic Fiddle [3]. Події, до яких може бути

залучено тільки до 1 000 відвідувачів, є відносно недорогими заходами, але їх організація сприяє значним доходам від витрат міжнародних учасників. Наприклад, індустрія ділових зустрічей приносить доходів у 4 рази більше, ніж організація інших масових заходів, оскільки кожен учасник конгресу витрачає втричі більше, ніж звичайний турист (в середньому \$ 736 в день) [1].

2. Культурні події – події, які набувають міжнародну репутацію як «всі повинні це бачити» і включати, наприклад, South by South West (SXSW) в Остіні, Техас, фестиваль Sonar в Барселоні, Білий Ночі в Мельбурні, або Единбурзький фехтувальний фестиваль і Хогманей в Шотландії [4].

3. Спортивні заходи - наприклад, світові ігри майстрів, світові поліцейські і вогневі гри, події за участю Ironman і юніорські спортивні заходи. Це події «призначення», які приваблюють тисячі людей - учасників з-за меж країни, що приймає. Наприклад, Чемпіонат світу з орієнтування в Шотландії у 2015 році залучив 6 000 відвідувачів, які додатково витратили понад 9 мільйонів фунтів стерлінгів [5]. Найбільшими подіями цього типу є Літні Олімпійські ігри і Кубок світу з футболу. Однак, невеликі міжнародні спортивні заходи можуть мати аналогічний ефект в менших масштабах, часто з меншим фінансовим ризиком.

Особливий інтерес представляє недавнє дослідження Брюкнера і Паппа [6] Про економічні наслідки Олімпійських ігор за даними з 1950 по 2009 рік, які вони використовували для кількісної оцінки впливу проведення Олімпійських ігор на реальний ВВП. За результатами дослідження було виявлено значний рост доходів до державного бюджету.

В якості однієї з причин того, що проведення Олімпійських ігор зробило стійкий позитивний вплив на рівень ВВП, в ряді інших досліджень відзначається, що приймаючі країни, як правило, проводять політику, спрямовану на стимулювання економічного зростання, коли вони були обрані для проведення Ігор. Наприклад, Роуз і Шпігель [7] дають емпіричні результати, які свідчать про те, що реальний експорт приймаючих країн значно збільшився і стверджують, що це може бути пов'язано з тим, що країни, як

правило, проводять політику, спрямовану на підвищення їх відкритості в той час, коли вони були обрані для проведення Ігор.

За даними Держстату України [8] у 2016 році нашу країну відвідало більш ніж 13 млн. іноземців. З них майже 173 тис. з туристичною метою, та майже стільки ж (168 тис.) з метою прийняття участі у подієвих заходах (культурні, спортивні, релігійні заходи). Таким чином, більше близько 20% загальних відвідувань нашої країни відбуваються з туристичною метою і лише 10% з них є подієвим туризмом.

Зважаючи на перспективність подієвого туризму, пропонуємо комплекс заходів щодо розвитку даної туристичної галузі в Україні:

1. Розробка регіональної автоматизованої системи планування подієвих заходів. Метою створення такої системи є складання календарного та галузевого графіку проведення подієвих заходів, з метою забезпечення стабільного туристичного потоку. Такий потік повинен забезпечити повне навантаження створеної туристичної інфраструктури.

2. Розвиток нових для Українського регіону напрямів (наприклад, туризму за професійними спрямуваннями).

3. Розвиток та оптимізація інфраструктури щодо обслуговування туристичних потоків (отелей, хостелів, системи харчування, автобусних, залізничних та авіа- маршрутні).

Вищезазначені заходи повинні забезпечити стабільний розвиток національної економіки, а також укріплення міжнародних зв'язків з метою найскорішої інтеграції України до Європейської спільноти.

Література: 1. www.unwto.org/ru; 2. www.tourbus.ru; 3. www.abdn.ac.uk; 4. swann74.livejournal.com; 5. www.countrysportscotland.com; 6. Brückner, M., and E. Pappa, 2015-20, "News Shocks in the Data: Olympic Games and Their Macroeconomic Effects," *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol. 47, pp. 1339-1367.; 7. Rose, A., and M. Spiegel, 2011, "The Olympic Effect," *Economic Journal*, Vol. 121, pp. 652-67; 8. <http://www.ukrstat.gov.ua>

