

decisions then with regard to selection of desired information (information sets) without keeping an appropriate economic account, including also the calculation of cost.

We can identify at least a few groups of such costs appearing at the stage of obtaining information. They include for example the following ones:

- the accounting costs of the acquisition of information, the amount of which mainly depends on the size and quality of the purchased information sets;

- the transaction costs connected with the process of searching and obtaining information within the information systems, databases or *data mining* the cyberspace;

- the cost of verification of the credibility of the piece of information found in different sets; such costs would not appear if the information and IT systems were less open and the people creating information more credible and if the practices of disinformation and purposeful manipulation with information were not common;

- the cost of lost possibilities resulting from the time and other resources allocated to the acquisition or verification of information, not on other activities bringing financial benefits or

- seemingly financial ones; purposefully and/or accidentally browsing the information space do not treat the time spent on such activities in terms lost opportunity costs.

The above groups of costs should find the appropriate reflexion in the applied calculation of cost. As it is fairly easy to accomplish for the accounting costs of the acquisition of information, other groups of costs create more serious problems connected with the identification, quantification in valorization and registration. It is a serious challenge for the future systems of the registration of costs and the making use of them in the decision making process. These costs need to be identified, quantified and adjusted in a appropriate way, and also finally resister and make use of in the selection (decision making). The role of the challenges and problems will grow along with the development of information society and the economy based on knowledge. They concern not only the registration systems and economic micro-account (at the level of enterprises or households), but also macroeconomic systems of statistic records.

**Близнюк Г.О.**

**Сідуняк О.В.**

Чернівецький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

## **ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ ЯК НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Економічна діяльність людей формує передумови розвитку туристично-рекреаційної галузі. Особливий інтерес сьогодні представляє унікальний вид туризму – подієвий, оскільки для його організації не потрібна значна кількість ресурсів. Цей вид туризму є одним із перспективних напрямів сфери обслуговування за оцінками Всесвітньої туристичної організації і включає в себе фестивалі, карнавали, паради, святкування; конференції, форуми, симпозіуми, круглі столи; освітні заходи: семінари, тренінги, курси підвищення кваліфікації; спортивні змагання; концерти, покази фільму, театральні постановки; ділові події: виставки, ярмарки, торговельні шоу, презентації, прийоми, заходи, пов'язані з просуванням торговельної марки і т.д. [1].

Подієвий туризм зумовлює збільшення дохідної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників спричинює збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет). Крім цього, даний вид туризму має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій. Не менш важливою економічною функцією туризму являється диверсифікація економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації [2].

Подія, як туристичний ресурс, має яскраво виражений мультиплікаційний ефект – вона «змушує» розвиватися різні сектори туристичної індустрії для ефективнішого використання власного потенціалу. У 2017 році в Україні буде проведено пісенний конкурс Євробачення-2017, що створить позитивні умови для розвитку не тільки туристичної індустрії, а й економіки країни. Проведемо SWOT-аналіз галузі з метою визначення стримуючих факторів розвитку та формування стимулів ефективного соціально-економічного розвитку країни, а також зовнішні можливості та загрози.

### SWOT-аналіз проведення Євробачення 2017 в Україні

Сильні сторони	<ul style="list-style-type: none"> <li>- вигідне транспортно-логістичне розташування;</li> <li>- унікальна історична і культурна спадщина загальноукраїнського та міжнародного значення;</li> <li>- відносно низькі ціни у закладах розміщення, харчування;</li> </ul>
Слабкі сторони	<ul style="list-style-type: none"> <li>- низький рівень обслуговування порівняно з європейським;</li> <li>- низька якість комерційних та окремих муніципальних послуг (транспорт, громадські туалети, прибирання вулиць);</li> <li>- невелика кількість засобів розміщення туристів;</li> <li>- недостатньо коштів бюджету для забезпечення досконалої інфраструктури.</li> </ul>
Можливості	<ul style="list-style-type: none"> <li>- збільшення попиту на туристичний продукт;</li> <li>- покращення іміджу України на світовому ринку послуг;</li> <li>- залучення іноземних інвестицій;</li> <li>- співпраця з міжнародними організаціями;</li> <li>- зростання національного доходу;</li> <li>- розвиток місцевої інфраструктури;</li> <li>- зростання зайнятості населення.</li> </ul>
Загрози	<ul style="list-style-type: none"> <li>- небезпека для туристів у випадку неякісної туристичної інфраструктури;</li> <li>- дефіцит бюджету;</li> <li>- низька якість послуг у сфері обслуговування.</li> </ul>

\*розроблено автором самостійно

Європейський досвід говорить, що "Євробачення" як спосіб запустити механізм роботи туризму має неоднозначний вплив. Ефективний приклад - проведення "Євробачення" в 2013 році в шведському Мальме. Тоді на організацію витратили близько 26 млн євро, а заробили 32 млн, з яких 24 принесли туристи. На наступний рік після конкурсу, згідно з даними Світового банку, Швецію відвідало на 431 тисячу осіб більше, а зростання туристичного сектора склало 5%. Отож і в Україні є всі шанси отримати максимальну вигоду від проведення пісенного конкурсу.

Отже, за оцінкою Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) подієвий туризм є одним з найперспективніших видів туризму у контексті міжнародного співробітництва. В Україні є всі необхідні передумови для розвитку та впровадження інновацій у цьому напрямі. Наприклад, можна організувати події на рівні Карпатського євро регіону або на основі ознайомлення з культурою корінного населення – русинів, які проживають у Закарпатті та чотирьох сусідніх державах, що створить попит для іноземних туристів та, відповідно, зумовить зростання національного доходу, зайнятості та розвитку місцевої інфраструктури і зростання рівня життя місцевого населення.

1. Алексєєва О. В. Подієвий туризм та івент-менеджмент / О. В. Алексєєва., 2011. – С.167-172.

2. Бондаренко М. П. Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи / М. П. Бондаренко., 2011. – С. 104-118.