

Література.

1. Бутько А. А., Пашинский В. А., Родькин О. И. Техничко-економические аспекты производства щепы при возделывании ивы белой (*Salix alba*). *Журнал Белорусского государственного университета. Экология*. 2017. № 1. С. 100–110.
2. Бутько А. А., Пашинский В. А., Родькин О. И. Оценка энергоёмкости производства щепы при возделывании древесно-кустарниковой породы с коротким периодом роста ивы белой вида *Salix alba*. *Энергоэффективность*. 2016. № 6. С. 24–27.
3. Бутько, А. А., Пашинский, В. А., Родькин, О. И. Оценка жизненного цикла производства щепы при возделывании древесно-кустарниковой породы с коротким периодом роста ивы белой (*Salix alba*). *Экологический вестник*. 2016. № 4 (38). С. 89–97.

ІВЕНТ ТУРИЗМ – СУЧАСНИЙ НАПРЯМ БІЗНЕСУ

*Леонідова Н. В., магістрантка 2 курсу навчання,
natalijaleonidova1107@gmail.com*

*Науковий керівник: Радіонова О. М., к. е. н., доцент
Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова*

Івент туризм, як бізнес почав свій розвиток за кордоном, але в останні роки міцно увійшов в лексикон професіоналів туризму і в Україні, доповнивши список різновидів внутрішнього і в'їзного туризму.

У сучасних умовах одним із чинників збільшення внутрішніх регіональних продуктів, диверсифікації джерел доходів регіональних бюджетів, створення робочих місць і підвищення якості життя населення може стати івент туризм.

Серед науковців проблемами івент туризму займаються Д. Гетц, М. Робинсон, Д. Річард, Д. Хавкінс, Д. Голдблатт, М. Біржаков, О. Алексєєва, А. Парфіненко, П. Тищенко [1-7] та інші. Завдяки їхнім дослідженням цей вид туризму виділився в самостійну галузь науки зі своїм термінологічним апаратом і став розглядатися як окремий вид бізнесу.

Розвиток івент туризму пов'язаний із охопленням великої кількості туристів, провідним мотивом для подорожі у яких є події.

При організації івент туру необхідно враховувати певні особливості:

По-перше, стиснення або компресія туристичного сезону, яка виражається в тривалості заходу – цілі подорожі від одного дня до

декількох тижнів. При цьому, саме час проведення заходу може не збігатися з традиційними загальноприйнятими високими літніми сезонами (з травня по вересень) і зимовими (з листопада по березень);

По-друге, подія, що лежить в основі туру, повинна бути якісною, незаперечною, унікальною та автентичною. Вона повинна безумовно перевершувати всі аналогічні заходи в місці постійного проживання туриста. Тільки в цьому випадку турист отримує достатньо підстав, щоб пожертвувати своїм особистим часом і коштами щоб відвідати унікальну подію;

По-третє, важливо щоб, в організації івент заходу брали участь і місцеві жителі. Це додасть більше автентичності події, дозволить туристам максимально відчувати атмосферу свята, культуру і традиції місцевих жителів. Таким чином, організація івент туризму прямо залежить від доброї волі місцевих жителів, їх бажання, зацікавленості та участі в організації заходу або події;

По-четверте, можливість участі туриста в самому заході – ще одна найважливіша особливість цього виду туризму. Ця особливість дозволяє туристам стати безпосереднім учасником івенту, частиною чогось великого, отримати неоціненний досвід.

Розвиток такого напрямку підприємництва дуже важливий, оскільки через івент туризм реалізуються такі значимі для соціуму функції, як: економічна, соціальна та гуманітарна. Остання носить більш суб'єктивний характер, оскільки міра її ефективності для кожного туриста як відвідувача певних заходів буде різною.

Економічна функція туризму має на увазі під собою відкриття нових туристських підприємств, які формують і надають турпродукт. Компанія отримує прибуток від продажів. При цьому слід зазначити, що створення нової турфірми передбачає найменші витрати і дуже швидко оборотність коштів і окупність. Туристська діяльність надає також істотний вплив на розвиток різних економічних галузей, що випускають товари народного споживання. Це пов'язано з тим, що туризм – це явище комплексне, яке об'єднує кілька послуг і супутніх товарів. Відповідно, зростає прибутковість місцевих підприємств, які виробляють ці товари і послуги. На макроекономічному рівні дана функція зачіпає також валютну сферу, так як в країнах з розвиненим туризмом здійснюється значний приплив іноземної валюти.

Соціальна функція туризму спрямована на відновлення сил людини або групи людей, які були витрачені на вирішенні певних виробничих і побутових завдань. При цьому основне завдання

суспільства полягає в тому, щоб формувати образи позитивних видів дозвілля і залучати до них основну масу туристів. Туризм формує раціональне використання вільного часу з користю для людини і навколишнього його середовища.

Гуманітарна функція туризму полягає в створенні сприятливих умов для розвитку особистості, розширення кругозору та реалізації творчого потенціалу особистості. Основну інтелектуально-пізнавальну навантаження в рамках даної функції бере на себе екскурсійна діяльність. Широкий вибір екскурсій на різну тематику формує у туриста нові знання і багатогранне сприйняття світу. Особливе місце тут займає вивчення культури і традицій країни перебування. Народи вчаться розуміти і приймати один одного, а це прямий шлях до мирного співіснування, налагодженню торгових зв'язків і спільних туристичних проєктів. Добросусідські відносини між країнами – основа міжнародного туризму.

В рамках гуманітарної функції слід також відзначити, що все вищевикладене бере участь у вихованні відношення до суспільства і природи не тільки дорослої людини, але і юного покоління. А це в свою чергу, призводить до поліпшення якості життя в цілому.

Івент туризм – це молодий вид туризму для нашої країни. Втім, особливо велика роль його у створенні доходу, збереженні та популяризації природної та історико-культурної спадщини, ефективному використанні вільного часу і дозвілля людини. Івент туризм відіграє значну роль у формуванні внутрішньої економіки, створенні додаткових робочих місць і сезонної зайнятості населення.

Література.

1. Getz D. Special events: Defining the product. *Tourism Management*. 1989. Vol. 10(2). P. 135–137.
2. Robinson, M., Picard, D., & Long, P. Festival tourism: Producing, translating, and consuming expressions of culture(s). *Event Management*. 2004. Vol. 8(4). P. 187–189.
3. Hawkins, D., & Goldblatt, J. Event management implications for tourism education. *Tourism Recreation Research*. 1995. Vol. 20(2). P. 42–45.
4. Биржаков М.Б. Воронцова И.В., Метелев Н.И. Событийный туризм: карнавалы в истории и современном туризме. *Туристские фирмы*. 2000. № 23. С. 94-111.
5. Алексеева О.В. Событийный туризм и инвент-менеджмент. *Предпринимательство*. 2011. № 6. Вып. 2 (186). С. 167-172.
6. Парфіненко А.Ю. Подієвий туризм як чинник формування туристичної привабливості міста. *Географія та туризм*. 2015. Вип. 34. С. 144-154.

7. Тищенко П.В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2011. С. 124-128.

ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Супрун М. С., магістрантка 1 року навчання, msuprun99@gmail.com

Науковий керівник: Деділова Т. В., к. е. н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

У сучасному світі майже кожне підприємство та кожен бізнес характеризується дуже великим конкурентним рівнем. Для тримання першості своїх позицій на ринку будь-яке підприємство повинне постійно освоювати технології, розширювати сфери своєї діяльності, а також завжди розвиватися. У таких важких умовах іноді настає такий час, коли підприємство розуміє те, що стрімкий розвиток не завжди можливий без залучення нових інвестицій. Ці інвестиції допомагають зростати зі значними перевагами.

Кількість досліджень, публікацій у наукових джерелах, також у ЗМІ, пошук рішень, що будуть підвищувати інвестиційну ефективність та спрямовані на вивчення питання інвестиційної діяльності, невпинно зростає.

У загальному розумінні інвестиції – це капіталовкладення заради прибутку, який очікують одержати або ж одержання іншого корисного ефекту. Інвестиціями можуть стати не тільки кошти, а й майно, права, які мають оцінку грошима, що при необхідності вкладають у будь-яку діяльність і ставлять собі на меті досягнення прибутку.

Інвестиції як термін почали використовуватися в роки ринкових реформ і з початком здійснення процесів приватизації, роздержавлення, коли формувалися зовсім нові структури інститутів. У економіці вітчизняного зразка такий термін майже не використовували, сферою застосування його ставали роботи перекладених авторів інших країн та дослідження в області капіталістичної економіки.

Підприємство, якому дуже необхідне інвестування може проводити заходи для підвищення привабливості, які могли б відповідати всім вимогам інвесторів. Такими заходами можуть стати: розробка стратегії розвитку, яка повинна стати довгостроковою; планування свого бізнесу; створення кредитної історії; заходи з реформування тощо.