УДК 338.486
JEL: F63

Наумік-Гладка Катерина Георгіївна
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри туризму ХНЕУ ім. С. Кузнеця,
Харків, Україна
ORCID ID: 0000-0002-7113-1839
e-mail: naumik@ukr.net

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ ЯК СПОСІБ ЕФЕКТИВНОГО ПРОСУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ПРОДУКТУ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ (на прикладі виставкової діяльності)

Анотація. В статті розглянуто спосіб диверсифікації економічної діяльності для підприємств меблевої промисловості шляхом реалізації подієвих заходів. Акцентовано увагу на екологічну ситуацію в країні з-за масової вирубки лісів. Звернено увагу на факт недотримання норм природоохоронної діяльності, посилення навантаження на рекреаційний потенціал та неефективне використання лісових ресурсів України. Проведено аналіз законодавства з регулювання підприємницької діяльності, пов'язаної з реалізацією та експортом лісоматеріалів. Акцентовано увагу, що дієвість положень даних нормативних актів обмежується внаслідок дії зовнішніх чинників. З урахуванням негативного впливу вирубки лісів на екологію країни, зростаючі експортні обмеження продуктів деревообробної промисловості, скорочення внутрішнього споживчого попиту, запропоновано напрями диверсифікації економічної діяльності для підприємств даного сектору економіки шляхом організації туристичних подієвих заходів. Світовий досвід показує, що туризм має значний вплив на економіку країни. В процесі створення та реалізації туристичного продукту залучаються суміжні економічні галузі, що сприяє соціально-економічному розвитку країни. Вагомий вплив на розвиток туристичної галузі чинить подієвий туризм. З позиції розвитку туристичної галузі однією з вагомих переваг даного виду туризму є вирішення проблем міжсезоння і можливість реалізації туристичного подієвого продукту з незначним залученням туристично-рекреаційних ресурсів території проведення заходу. Одним з напрямів розвитку подієвого туризму є виставкова діяльність. Проведення виставкових заходів сприяє створенню позитивного іміджу регіону шляхом демонстрації власних досягнень. Постійна організація виставок слугує платформою для розвитку міжнародного співробітництва в різних економічних сферах. У той же час організація виставок сприяє залученню відвідувачів до регіону їх проведення, що дозволяє реалізовувати додаткові послуги. Результати аналізу світового досвіду проведення виставок показали необхідність державного регулювання даного виду діяльності. Проведено аналіз чинного законодавства з виставкової діяльності в Україні, який показав недостатню узгодженість механізмів регулювання даного виду діяльності. Запропоновано організацію віртуальних виставок, розроблено рекомендації щодо реалізації запропонованих проєктів.

Ключові слова: подієвий туризм; виставкова діяльність; диверсифікація економічної діяльності.

DOI: <http://doi.org/10.32750/2020-0223>

ВСТУП

В умовах глобалізації та інформатизації суспільства все більшого значення набуває сфера послуг, значним сектором якої є туристичний. За даними Всесвітньої туристичної організації на початок 2020 року на туризм припадало близько 30 відсотків світового експорту послуг та 300 мільйонів робочих місць у всьому світі [1]. Сфера туризму шляхом залучення інших галузей для реалізації туристичного продукту, забезпечує значний внесок у створення нових робочих місць та підвищення якості життя населення. За даними проведених досліджень, туристична галузь може стимулювати розвиток майже 50 суміжних галузей, один турист дає роботу 10 особам, а створення одного робочого місця в туризмі в 20 раз дешевше, ніж у промисловості. Ваговою складовою туристичної галузі є подієвий туризм. Подієві заходи є факторами, що стимулюють розвиток туристичної галузі. Як зазначає Д. Гетц (2008), подієвий туризм – це процес

використання можливостей події для розвитку інших видів туризму [2]. В період проведення туристичних подієвих заходів активізується діяльність всіх об'єктів туристичної індустрії. Так, у Великобританії за даними BVER (Партнерство Ділових візитів і Подій), люди, які відвідують заходи, разом з організаторами зборів, конференцій, фестивалів, концертів, виставок, спортивних ігор, витрачають 39,1 млрд. фунтів стерлінгів [3]. Прямі надходження до світового ВВП від проведення тільки ділових заходів складають щорічно близько 1,07 трлн. доларів.

Одним з перспективних напрямів розвитку подієвого туризму є виставкова діяльність, яка має тісний зв'язок практично з усіма видами економічної діяльності у сфері послуг. Організація виставкового заходу є рушійною силою нового бізнесу. Так, всесвітньо відома виставка DOMOTEX 2015 (Ганновер, Німеччина) привернула увагу 40000 відвідувачів з 100 країн (63% іноземні), в ній брало участь 1323 компанії з 63 країн (80% закордонні). У 2019 році цей захід зібрав 1400 експонентів з 60 країн [4]. Результати досліджень новітніх виставкових трендів MesseTrend 2019, проведених асоціацією виставкової індустрії AUMA, показали, що частка виставок серед всіх маркетингових каналів просування промислових товарів, послуг і технологій, зростає, а 83% респондентів називають промислові виставки найважливішим способом представлення себе на ринках. Організація виставок є важливою складовою маркетингових комунікацій та зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Таким чином, можна зробити висновок, що багатфункціональність виставкової діяльності робить можливим використання її як інструменту диверсифікації економічної діяльності підприємств.

Особливо важливим використання такого інструменту стає для тих вітчизняних підприємств, яким треба завойовувати нові ринки, особливо закордонні. Слід зазначити, що на сьогоднішній день ВВП у промисловості формується переважно в низькотехнологічних галузях. Такий стан речей обумовлює зростання експорту сировини за кордон. Це призводить до виснаження природних ресурсів території, зниження рівня конкурентоспроможності країни на світовому ринку. Для економічного розвитку країни важливим є поступова реалізація політики обмеження сировинного експорту, розвиток високотехнологічних переробних виробництв. Поряд з цим вкрай необхідним є розвиток креативних галузей економіки та сфери послуг. Все це потребує розробки і реалізації відповідної державної стратегічної програми розвитку. Однією з вагомих складових такої програми має бути туристична галузь. Реалізація туристичного продукту передбачає включення до цього процесу інших галузей, що в свою чергу створює позитивний економічний ефект. Зокрема, актуальним є активізація розвитку туристичних подієвих заходів, а саме виставкової діяльності, як способу поживлення економічної діяльності вітчизняних підприємств та їх виходу на міжнародні ринки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз впливу подієвого туризму на розвиток економіки досліджено в роботах таких вчених, як В. Азар, І. Балабанова, М. Биржаков, А. Парфінєнко, Д. Гетц, С. Пейдж, Д. Рітс, Ян М. Донел. та ін. У дослідженнях закордонних авторів акцентована увага на роль подієвого туризму як чинника впливу на туристичну дестинацію, як складової стратегії регіонального та державного розвитку. У дослідженнях вітчизняних вчених приділено увагу ролі даного виду туризму у розвитку туристичної галузі в цілому. Однак, в існуючих роботах недостатньо висвітлено питання використання подієвого туризму як інструменту просування національного продукту шляхом організації виставкової діяльності.

Мета статті. Дослідження особливостей подієвого туризму як способу ефективного просування національного продукту на міжнародні ринки та розробка підходу щодо розвитку подієвого туризму шляхом організації виставкової діяльності.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕНЬ

За останні роки темп вирубки лісів в Україні збільшився. Збільшення спустошення територій призводить до паводків, зсувів, забруднення повітря. Масова вирубка лісів призводить до зменшення тенденції їх відновлення, що негативно впливає на екологічну ситуацію. Разом з цим спостерігається зменшення об'єму сировини для вітчизняних підприємств деревообробної промисловості. Іншим негативним фактором є скорочення внутрішнього споживчого попиту на продукцію даного сектору економіки. Проведений аналіз показав тенденцію до збільшення об'єму експорту деревини. Так, у 2014 році за даними Державної фіскальної служби експорт необроблених лісоматеріалів становив 2,9 млн. тонн на суму майже 255 млн доларів [7]. З метою запобігання подальшого розвитку таких подій, Верховна Рада України внесла зміни до Закону України «Про особливості державного регулювання діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, пов'язаної з реалізацією та експортом лісоматеріалів». Закон встановлює [8] тимчасову, строком на 10 років, заборону вивезення за межі митної території України у митному режимі експорту необроблених лісоматеріалів. Варто зазначити, що заборона на експорт деревних порід, крім сосни, діє з 1 листопада 2015 року. Але, за підсумками 2016 року, після впровадження мораторію Україна продала 1,7 млн. лісу на 106 млн. доларів. Разом з цим Європейський союз вимагав скасування цього мораторію. Свого часу через це Єврокомісія відмовилася надавати Україні гранш на суму 600 мільйонів євро. При цьому, слід зазначити, що в країнах Європейського союзу діє низка нормативно-правових актів щодо питань використання деревини і управління лісами. 20 вересня 2013 року була ухвалена Лісова стратегія ЄС та прийнято низку документів щодо забезпечення дотримання лісового законодавства ЄС (The EU Forest Law Enforcement), План дій ЄС «Правозастосування, управління і торгівля в лісовому секторі» (the EU Forest Law Enforcement, Governance and Trade (FLEGT) Action Plan), процедури належної обачності на предмет їх відповідності Закону Лейсі США (due-diligence procedures for conformance with the US Lacey Act) та Європейські Правила заготівлі деревини (the EU Timber Regulation (EUTR)).

З 1 січня 2017 року в Україні запроваджена заборона на експорт деревних порід сосни. Відповідно до ЗУ «Про особливості державного регулювання діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, пов'язаної з реалізацією та експортом лісоматеріалів» заборонено вивіз за межі митної території України лісоматеріалів та пиломатеріалів цінних і рідкісних порід дерев, до яких відноситься акація, берека, вишня, груша, горіх, каштан, тис ягідний, черешня, явір та ялівець, крім того, цей перелік доповнено дубом. За даними Державної фіскальної служби України у 2017 році з України вивезли лише 10 тис. 658 тонн необробленого лісу на 880 тис. доларів. У 2018 року показник експорту становив 2 тис. 844 тонн лісу на 197 тис. грн. У цьому ж році Верховна рада України зняла мораторій на експорт лісоматеріалів, ухваливши закон № 2531-VIII «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо збереження українських лісів та запобігання незаконному вивезенню необроблених лісоматеріалів». Закон встановлює жорстку криміналізацію лісу-кругляка і обмежує використання необробного лісоматеріалу до 25 млн. м³ на рік.

Обмеження експорту деревини викликає низку суперечностей між Україною та ЄС. З метою врегулювання цього питання експерти пропонують наступне: по-перше, скасувати імпорتنі (ввізні) мита та податок на додану вартість на обладнання для деревообробних підприємств, аналоги яких не виробляються в Україні, що створить передумови для розвитку глибокої обробки деревини; по-друге, експортувати деревину за «залишковим» принципом, адже запровадивши цей підхід першочергово забезпечуватимуться сировиною вітчизняні підприємства, а її надлишок буде

експортуватися; по-третє, на основі формування тарифної ескалації митно-тарифних бар'єрів доцільно встановити оптимальні ставки адвалерних та специфічних експортних мит [9].

Згідно статистичних даних за підсумками 2016 року, коли вже частково діяли обмеження на експорт окремих видів необробленої деревини, спостерігалось зменшення кількості підприємств цих галузей. Зокрема, кількість деревообробних підприємств зменшилася на 14,8%, у тому числі кількість лісопильних підприємств зменшилася на 13,6%, а підприємств із виготовлення виробів із деревини – на 16,1%. У меблевій галузі кількість підприємств у 2016 році також зменшувалася – на 16,3% [6]. Необхідно зазначити, що з 2015 року спостерігається зростання виробництва основних видів продукції меблевої галузі. Зокрема, у 2017 році виробництво дерев'яних меблів для спальні, їдальні та вітальні зросло на 45% порівняно з 2016 роком (2 млн. 100 тис. штук), що майже на чверть перевищує показник 2013 року. Окрім цього, у 2017 році на 18,2% зросло виробництво кухонь, на 13,1% – офісних меблів. Необхідно зазначити, що кількість вироблених меблів вказаних категорій у 2017 році (3 млн. 800 тис. штук) сумарно перевищила показник 2013 року (3 млн. 600 тис. штук) [10]. У меблевій галузі впродовж 2014 – 2017 років на експорт припадає близько половини реалізованої продукції. Зокрема, у 2017 році меблеві підприємства реалізували за межі країни промислової продукції на суму 7,2 млрд. грн., що становила 50,6% від загального обсягу реалізації.

В умовах глобалізації, введення стандартів на експорт групи товарів може призвести до виснаження сировинних ресурсів України. Обсяг продукції меблевих підприємств за даними 2017 року зріс, але можна прогнозувати падіння в даному секторі економіки. Мораторій на сьогоднішній день не дав суттєвих результатів, більш того зростає імпорт сировини для деревообробної промисловості. На фоні нестабільної економіки зменшується загальний обсяг споживачів даної продукції в Україні. За таких умов, актуальним є розвиток меблевої промисловості через створення спільних підприємств, що дасть змогу встановлювати гнучку ціну на кінцеву продукцію і забезпечить вихід на міжнародні ринки.

Для реалізації даної стратегії ефективним є використання ресурсів подієвого туризму із застосуванням ІТ-технологій. У 2019 році було проведено дослідження в рамках зазначеної проблеми. Основною метою дослідження було визначення напрямів розвитку підприємств з виготовлення меблів та можливість диверсифікації діяльності із застосуванням ресурсів подієвого туризму для організації тематичних виставок з використанням ІТ-технологій. Аналіз був проведений з урахуванням інфраструктурного та туристичного потенціалу Харківщини, а також стану правового регулювання на регіональному та державному рівні даних видів діяльності. Державне регулювання у сфері виставкової діяльності здійснюють:

- Рада з питань виставково-ярмаркової діяльності;
- Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України;
- Міністерство закордонних справ;
- Антимонопольний комітет України;
- інші органи центральної та регіональної влади.

Попередній аналіз нормативно-правового забезпечення та функцій державних органів у сфері регулювання (виставково-ярмаркової діяльності) далі ВЯД показав, що в Україні законодавчо не закріплено напрямки державної політики у даній сфері, наявні законодавчі акти мають здебільшого декларативний характер, відсутність єдиного закону призводить до низького рівня координації дій між центральними та регіональними органами влади у сфері ВЯД. В Україні розроблено нормативно-правову

базу щодо регулювання виставково-ярмаркової діяльності, але Закон «Про виставкову діяльність» не прийнято [11]. В Концепції розвитку виставково-ярмаркової діяльності, яка була схвалена розпорядженням КМУ від 28.07.2003р. № 459 р., говориться наступне: рішення про надання виставці статусу міжнародної, національної або міжрегіональної приймає Рада з питань виставково-ярмаркової діяльності в Україні на основі документів, поданих організатором (організаторами) заходу, після проведення аудиту статистичних даних та результатів сертифікації [12]. Але в нашій країні відсутня система сертифікації та аудиту статистичних даних про виставки-ярмарки, як в країнах Європи. Рада з питань виставкової діяльності не розглядає питання стосовно роботи виставок і ярмарків, що не включені до щорічних планів.

Вивчення питань з ефективності користування глобальною мережею та ростом споживацької аудиторії показало пряму кореляцію. Використання соціальних мереж у веденні бізнесу є звичною практикою. Охоплення споживацької аудиторії відбувається за рахунок постійної реклами. Оптимальним є організація не просто рекламної кампанії в глобальних та соціальних мережах, створення сайту, чи ведення блогу, а створення на базі вже існуючих технологій електронну виставку на рівні регіону. Такий підхід дасть змогу не тільки представити продукти місцевих виробників, а й показати промислову потужність регіону та його унікальність. Відповідно до Паризької конвенції 1928 року міжнародна виставка визначається як захід, головною метою якого є виявлення успіхів, які досягли країн-учасники заходу. Як зазначає визнаний фахівець світового значення виставкової бізнес-діяльності Б. Сискінд (B. Siskind), впливовий аспект та актуальність виставки в умовах «face-to-face marketing» зростає [13]. Для учасників і організаторів заходу чинить вплив інформаційна складова даної події, тим самим формуючи майбутню споживацьку аудиторію та базу для бізнес-контактів [14]. Більш того створення виставки із застосуванням інформаційних технологій сформує постійний інформаційний ресурс регіону проведення. Віртуальна виставка це багатогалузевий інформаційний ресурс. Віртуальна виставка – це логічне згруповані віртуальні стенди, частина веб-ресурсу, що дозволяє швидко ознайомитись з експонатами виставки. Для цього створюють зручну інформаційну площадку з інтуїтивно зрозумілим інтерфейсом, інформацією, яка оновлюється в режимі реального часу і може бути адаптована до ноутбуків, планшетів, смартфонів, тощо. Віртуально-виставковий стенд – це інтернет сторінка, де розміщують інформацію про компанію, послуги, пропозиції. Перевагами такої виставки є:

1. Попереднє ознайомлення з контентом виставки для розуміння її формату.
2. Отримання онлайн-консультації.
3. Економія часу.
4. Потенційні учасники виставки можуть формувати свої виставкові стенди дистанційно.
5. Укладання попередніх угод в режимі реального часу.
6. Відвідування аналогічних віртуальних виставок в інших регіонах.
7. Створення електронної візитки регіону проведення.

Реалізація даного проекту надасть можливість розробити пропозицію, що не має аналогів на туристичному ринку України.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Розвиток глобальних інформаційних процесів поставив суспільство перед необхідністю швидкого технологічного переозброєння, традиційні формати ведення бізнесу у будь-якій сфері є неконкурентоспроможними [15]. В умовах глобальної інформатизації та цифровізації економіки та бізнес-середовища дедалі актуальнішими

стають диверсифікація форм та методів економічної діяльності, орієнтація на інноваційні формати ведення бізнесу [16].

За цих умов вважаємо за доцільним використовувати комплексний підхід, який поєднує традиційну організацію подібних заходів, 3-D – зйомку виставкової локації, онлайн трансляція заходу через мережу Інтернет. Реалізація даної програми потребує регіональної підтримки.

З цією метою було розроблено такі рекомендації (табл. 1):

Таблиця 1

Рекомендації щодо реалізації проекту віртуальної виставки

№ з/п	Рекомендації	Переваги
1	2	3
1.	Розробка регіональної бази потенційних учасників віртуальної виставки, з можливістю самостійного оновлення інформації кожним учасником виставки	<ul style="list-style-type: none"> - актуальність інформації, розміщеної в базі; - відповідальність за контекст повністю несе учасник виставки; - можливість відвідування виставки у будь-який час; - постійна реклама в мережі Інтернет.
2.	Розробка програми взаємодії регіонів	<ul style="list-style-type: none"> - створення «портфелів» унікальних пропозицій за регіональною ознакою; - створення бренду територій
3.	Використання потенціалу регіону	<ul style="list-style-type: none"> - залучення існуючих ІТ розробок на вирішення внутрішніх завдань регіону; - використання подієвої інфраструктури для щорічної організації тематичних Мега-Виставок; - мультиплікативний ефект, що стимулює розвиток інших галузей регіону; - бізнес-партнерство з приватними структурами; - створення мережі міні-виставок по районах міста у термін проведення заходу
4.	Удосконалення бази правового регулювання на регіональному рівні	<ul style="list-style-type: none"> - можливість укласти угоди про співробітництво з партнерами з інших країн на рівні регіону без присвоєння виставці статусу «міжнародна»; - можливість залучати нових учасників виставки на будь-якому етапі (без включення у щорічний план)

Всі вищезазначені заходи спрямовано на економічний розвиток регіону, оскільки в процесі реалізації вирішуються такі завдання:

- створення віртуальної комунікативної платформи;
- створення віртуальної бізнес-візитівки регіону;
- розвиток інноваційних форм виставково-ярмаркової діяльності;
- активізація розвитку внутрішнього туризму;
- збільшення туристичних потоків з інших регіонів;
- створення нових робочих місць;
- розробка нових спеціальностей на базі вищих навчальних закладів.

Ефективність використання інформаційних технологій у веденні бізнесу нівелюється занадто низькою швидкістю розробки адаптивної системи правового регулювання. Оновлення нормативно-правової бази усіх сфер діяльності в умовах глобалізації є одним з найважливіших завдань. Більш того, невідповідність регіональних та державних програм розвитку також ускладнює процес реалізації багатьох інноваційних проектів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. World Travel and Tourism Council. Retrieved from: <https://wtcc.org>
2. Getz, D. (2008) Event Tourism: Definition, Evolution, and Research. *Tourism Management*, № 29 (3), p. 403-428. Retrieved from: <https://www.coris.uniroma1.it/sites/default/files/Event%20tourism%20Definition%20evolutionand%20research.pdf>
3. BVEP (2019). Retrieved from: <https://www.businessvisitsandeventspartnership.com/news/tourismalliancenes>
4. DOMOTEX (2020) <https://expoclub.ru/db/exhibition/view/6710/>
- 5.Звіт Earthsite (2019) . Retrieved from: https://docs.wixstatic.com/ugd/624187_0d15e932377e4251898be6aaa71edf2e.pdf
6. Державна служба статистики України. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Як Україна торгувала лісом-кругляком у 2014-2019 роках Retrieved from: <https://www.slovoidilo.ua/2019/06/07/infografika/suspilstvo/yak-ukrayina-torhuvala-lisom-kruhlyakom-2014-2019-rokax>
8. Закон України «Про особливості державного регулювання діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, пов'язаної з реалізацією та експортом лісоматеріалів» від 08.09.2005 № 2860-IV Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2860-15>
9. Розвиток експортної політики торгівлі деревини в Україні в умовах євроінтеграції Retrieved from: http://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/konkurs_stud/ES/2019/8.pdf
10. Результати запровадженого в Україні тимчасового мораторію на експорт лісоматеріалів у необробленому виді (аналітична консультативна робота) Retrieved from: http://www.ier.com.ua/files/publications/Policy_papers/IER/2018/
11. Нормативно-правова база у сфері виставково-ярмаркової діяльності Retrieved from: <http://www.me.gov.ua/Documents>
12. Розпорядження КМУ про схвалення «Концепції розвитку виставково-ярмаркової діяльності» від 28 липня 2003 р. № 459-р. Retrieved from: <https://www.kmu.gov.ua/npas/2596762>
13. Siskind B.(2005) *Powerful Exhibit Marketing* / Barry Siskind. John Wiley & Sons. Canada, Ltd Mississauga, Ontario, 2005
- 14.Вовк К.М. (2019) Теоретична сутність поняття "подієвий туризм" та прикладні аспекти його використання// Науковий журнал «Проблеми і перспективи економіки та управління».№3 (19) С. 184-191.
15. Yermachenko, V., & Sushchenko, O. (2020). Resource potential for the development of nostalgic and ethnographic tourism as a factor of increasing the tourist attractiveness of the region. *Economy and Society*, (22). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-33>.
16. Sushchenko O. & Ekouaghe M. (2019). Trends in the development of marketing technologies in the tourism market. *Economics of Development*, 18(1), 9-22. doi:10.21511/ed.18(1).2019.02

УДК 338.486

JEL: F63

Наумик-Гладкая Екатерина Георгиевна

доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры туризма ХНЕУ им. С. Кузнеця,
Харьков, Украина
ORCID ID: 0000-0002-7113-1839
e-mail: naumik@ukr.net

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК СПОСОБ ЭФФЕКТИВНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ РЫНКИ (на примере выставочной деятельности)

Аннотация. В статье рассмотрены способ диверсификации экономической деятельности для предприятий мебельной промышленности путем реализации событийных мероприятий. Акцентируется внимание на экологическую ситуацию в стране из-за массовой вырубке лесов. Обращено внимание на факт несоблюдения норм природоохранной деятельности, усиление нагрузки на рекреационный потенциал и неэффективное использование лесных ресурсов Украины. Проведен анализ законодательства по регулированию предпринимательской деятельности, связанной с реализацией и экспортом лесоматериалов. Акцентируется внимание, что действенность положений данных нормативных актов ограничивается вследствие действия внешних факторов. С учетом негативного влияния вырубки лесов на экологию страны, растущие экспортные ограничения продуктов деревообрабатывающей промышленности, сокращение внутреннего потребительского спроса, предложена диверсификация экономической деятельности для предприятий данного сектора экономики путем организации туристических событийных мероприятий. Мировой опыт показывает, что туризм имеет значительное влияние на экономику страны. В процессе создания и реализации туристического продукта привлекаются смежные экономические отрасли, что способствует социально-экономическому развитию страны. Существенное влияние на развитие туристической отрасли оказывает событийный туризм. С позиции развития туристической отрасли одной из весомых преимуществ данного вида туризма является решение проблем межсезонья и возможность реализации туристического событийного продукта с незначительным привлечением туристско-рекреационных ресурсов территории проведения мероприятия. Одним из направлений развития событийного туризма является выставочная деятельность. Реализация выставочных мероприятий способствует созданию положительного имиджа региона проведения путем демонстрации собственных достижений. Постоянная организация выставок служит платформой для развития международного сотрудничества в различных экономических сферах. В то же время организация выставок способствует привлечению посетителей в регион проведения мероприятия, позволяет реализовывать дополнительные услуги. Результаты анализа мирового опыта проведения выставок показали необходимость государственного регулирования данного вида деятельности. Проведен анализ действующего законодательства по выставочной деятельности в Украине, который показал недостаточную согласованность механизмов регулирования данного вида деятельности. Предложено организацию виртуальных выставок, разработаны рекомендации по реализации предложенных проектов.

Ключевые слова: событийный туризм; выставочная деятельность; диверсификация экономической деятельности.

UDC 338.486

JEL: F63

Naumik-Gladka Kateryna

Doctor of Economics, Professor,
Professor of the Department of Tourism,
Simon Kuznets KhNUE,
Kharkov, Ukraine
ORCID ID: 0000-0002-7113-1839
e-mail: naumik@ukr.net

EVENT TOURISM AS A METHOD FOR EFFECTIVE PROMOTION OF NATIONAL PRODUCT ON INTERNATIONAL MARKETS (on the example of exhibition activities)

Annotation. The article discusses a way to diversify economic activity for furniture industry enterprises through the implementation of event events. Attention on the ecological situation in the country due to the massive deforestation is focused. Attention to the fact of non-observance of environmental protection standards, increased pressure on the recreational potential and ineffective use of forest resources in Ukraine is drawn. The analysis of legislation on the regulation of entrepreneurial activities related to the sale and export of timber has been carried out. Attention is focused on the fact that the effectiveness of the provisions of these regulations is limited due to the action of external factors. Taking into account the negative impact of deforestation on the country's ecology, growing export restrictions on wood products, reduction in domestic consumer demand, it is proposed to diversify economic activities for enterprises in this sector of the economy by organizing tourist events. World experience shows that tourism has a significant impact on the country's economy. In the process of creating and selling a tourist product, related economic sectors are involved, which contributes to the socio-economic development of the country. Event tourism has a significant impact on the development of the tourism industry. From the standpoint of the development of the tourism industry, one of the significant advantages of this type of tourism is the solution to the problems of the off-season and the possibility of implementing a tourist event product with a slight attraction of tourist and recreational resources of the event territory. Exhibition activity is one of the directions of development of event tourism. The implementation of exhibition events contributes to the creation of a positive image of the host region by demonstrating their own achievements. The permanent organization of exhibitions serves as a platform for the development of international cooperation in various economic fields. At the same time, the organization of exhibitions helps to attract visitors to the region where the event is held and allows the implementation of additional services. The results of the analysis of the world experience of holding exhibitions showed the need for state regulation of this type of activity. An analysis of the current legislation on exhibition activities in Ukraine has been carried out, which has shown the lack of consistency of mechanisms for regulating this type of activity. The organization of virtual exhibitions was proposed, recommendations for the implementation of the proposed projects were developed.

Key words: event tourism; exhibition activities; diversification of economic activities.

REFERENCES

1. World Travel and Tourism Council. Retrieved from: <https://wtcc.org> [in English].
2. Getz, D. (2008) Event Tourism: Definition, Evolution, and Research. *Tourism Management*, № 29 (3), p. 403-428. Retrieved from: <https://www.coris.uniroma1.it/sites/default/files/Event%20tourism%20Definition%20evolutionand%20research.pdf> [in English].
3. BVEP (2019). Retrieved from: <https://www.businessvisitsandeventspartnership.com/news/tourismalliancenes> [in English].
4. DOMOTEX (2020) <https://expoclub.ru/db/exhibition/view/6710/> [in English].
5. Zvit Earthsite (2019). Retrieved from: https://docs.wixstatic.com/ugd/624187_0d15e932377e4251898be6aaa71edf2e.pdf [in Ukrainian].
6. Derzhavna sluzhba statystyka Ukrainy. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].
7. Yak Ukraina torhuvala lisom-kruhliakom u 2014-2019 rokakh Retrieved from: <https://www.slovovidilo.ua/2019/06/07/infografika/suspilstvo/yak-ukrayina-torhuvala-lisom-kruhlyakom-2014-2019-rokax> [in Ukrainian].

8. Zakon Ukrainy «Pro osoblyvosti derzhavnoho rehuliuвання diialnosti subiektiv pidpriemnytskoi diialnosti, poviazanoi z realizatsiieiu ta eksportom lisomaterialiv» vid 08.09.2005 № 2860-IV Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2860-15> [in Ukrainian].
9. Rozvytok eksportnoi polityky torhivli derevyny v Ukraini v umovakh yevrointehratsii Retrieved from: http://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/konkysr_stud/ES/2019/8.pdf [in Ukrainian].
10. Rezultaty zaprovadzhenooho v Ukraini tymchasovoho moratorii na eksport lisomaterialiv u neobroblenomu vydi (analychna konsultativna robota) Retrieved from: http://www.ier.com.ua/files/publications/Policy_papers/IER/2018/ [in Ukrainian].
11. Normatyvno-pravova baza u sferi vystavkovo-yarmarkovoi diialnosti Retrieved from: <http://www.me.gov.ua/Documents> [in Ukrainian].
12. Rozporiadzhennia KMU pro skhvalennia «Kontseptsii rozvytku vystavkovo-yarmarkovoi diialnosti» vid 28 lypnia 2003 r. № 459-r. Retrieved from: <https://www.kmu.gov.ua/npas/2596762> [in Ukrainian].
13. Siskind B. (2005) Powerful Exhibit Marketing / Barry Siskind. John Wiley & Sons. Canada, Ltd Mississauga, Ontario [in English].
14. Vovk K.M. (2019) Teoretychna sutnist poniattia "podiiievyi turyzm" ta prykladni aspekty yoho vykorystannia// Naukovyi zhurnal «Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia». №3 (19) [in Ukrainian].
15. Yermachenko, V., & Sushchenko, O. (2020). Resource potential for the development of nostalgic and ethnographic tourism as a factor of increasing the tourist attractiveness of the region. Economy and Society, (22). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-33>. [in English].
16. Sushchenko O. & Ekouaghe M. (2019). Trends in the development of marketing technologies in the tourism market. Economics of Development, 18(1), 9-22. doi:10.21511/ed.18(1).2019.02 [in English].

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.