

сні послуги, пов'язані з МІСЕ-туризмом постійно зростає. Категорія бізнес туристів обирає для своїх подорожей спеціалізовані бізнес – готелі, обов'язковою складовою яких є диверсифікований бізнес-центр, що має надавати безліч ділових послуг з обов'язковою розважально-ознайомлювальною програмою. Тому вкрай важливо в перспективах розвитку готельних закладів враховувати підвищення ефективності їх діяльності через розвиток сегменту ділових зустрічей.

В Україні індустрія МІСЕ-туризму сформувалась відносно недавно і зараз дуже стрімко розвивається. Високі стандарти сервісу в цій області в нашу країну привезли самі клієнти – зарубіжні компанії, які звикли до якісного обслуговування у себе вдома. В Україні, сьогодні, діє Асоціація ділового туризму України ВТА Ukraine – добровільне громадське неприбуткове об'єднання, яке об'єднує своїх членів (учасників) на підставі спільності інтересів для реалізації місії і цілей Асоціації. Місія асоціації: об'єднати зусилля професіоналів індустрії ділового туризму та МІСЕ для створення умов ефективного розвитку галузі в Україні. Діловий туризм в Україні повинен розвиватися на ґрунті української національної специфіки, ґрунтуватися на відтворення національного середовища, його колориті й атмосфері. За таких умов туристична поїздка перетвориться на свято, здатне підвищити працездатність і творчу активність.

Таким чином, МІСЕ-туризм буде продовжувати відігравати важливу роль у розвитку національної економіки нашої країни, стимулювати її інтеграцію у світовий ринок. Для України важливою є сучасна програма поетапного розвитку та стимулювання МІСЕ-туризму, реалізація якого складе істотну частку прибутку в позасезонний період та забезпечить необхідну зайнятість населення. Найважливішим завданням є реорганізація ділового туризму, розширення спектру готельних послуг та підвищення рівня якості обслуговування бізнес-туристів.

ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ІВЕНТ»

Гомонець Т.В.

Науковий керівник – Радіонова О.М., канд. екон. наук, доцент

Першими в історії людства заходами, ймовірно, слід визнати стародавні громадські та релігійні ритуали: посвята в воїни, вибори вождя, святкування вдалого полювання, жертвопринесення. Згодом заходи ставали все вишуканіше і складніше. З'явилися загальноміські та державні свята, стали проводитися коронації, масштабні релігійні дійства, що охоплюють цілі континенти. Життя простих людей теж не обхо-

диться без заходів: ми святкуємо дні народження та весілля, справляємо річницю та ювілеї.

Для початку слід зазначити, що поняття івент відображає не якусь об'єктивно вимірювану якість, а винятковий характер певного заходу чи події, що сприймається суб'єктивно. Івент виникає в свідомості і почуттях тих, хто його переживає. У перекладі поняття івент означає подію, проте включає в себе також смислові відтінки гарної нагоди, виняткової події, найбільш ймовірного бажаного результату, заходу, спортивного змагання.

Гройхман О. Я. визначає івент – як заздалегідь сплановані і певні по темі, місцю і часу дії заходи, що проводяться для учасників в своїх інтересах.

Алексеева О.В. розуміє під івент – розважальну або рекламну виставу, здійснювану на театральній сцені, кіно або телеекрані, на спортивній або цирковій арені з використанням різного роду сюжетних ходів, образотворчих прийомів, світлової техніки, комп'ютерної графіки.

Шумович О., Берлов О., розкривають івент – як вид людської діяльності, що передбачає зустріч і взаємодію різних людей, обмежений за часом і пов'язаний з реалізацією якихось певних спільних цілей.

Під заходом ми маємо на увазі пряме залучення цільової аудиторії в ряд дій, об'єднаних ідеєю і режисерської задумкою, з метою досягнення контрольованого ефекту з боку аудиторії. Захід – ідеальна форма для того, щоб здивувати споживача, наочно продемонструвати нові можливості і динаміку компанії. Це форма піклування компанії та бренду про споживача.

Андрианова Н. А. характеризує івент – як захід (сукупність маркетингових дій), який прагне стати подією, значним явищем, фактом громадського та приватного життя представників цільової аудиторії, при цьому виконати завдання івент-менеджменту за допомогою технологій івент-маркетингу, активно використовуючи інструменти PR. До того ж «івент» – це завжди унікальне переживання, ексклюзивний, єдиний в своєму роді захід, з яким не можна сплутати ніяку іншу подію.

Мартишенко Н.С. розуміє під івентом – просторово-часові феномени, кожен з них унікальний внаслідок взаємодії навколишньої обстановки, публіки, систем управління, включаючи розробку окремих елементів і програми.

Авторське визначення поняття «івент» – це унікальна подія, яка має ідею та режисерський задум, передбачає зустріч та взаємодію різних людей і має на меті реалізацію цілей організатора.

СОЦІАЛЬНО-РЕКРЕАЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ КІННОГО ТУРИЗМУ

Зьома М.В.

Науковий керівник – Радіонова О.М., канд. екон. наук, доцент

До числа найбільш перспективних напрямків світової економіки, що забезпечує соціальний добробут і якість життя людей, розвиток солідарності держав і регіонів відноситься туризм.

Величезними соціально-рекреаційними можливостями володіє кінний туризм, який представляє вид активного відпочинку та спортивного туризму з використанням коней – верхи або в упряжі як засіб пересування.

Вже давно відомо, що кінь оздоровче впливає на організм людини, зцілюючи його. При спокійній їзді верхи людина відчуває невелике навантаження, так як кінь передає вершнику до ста різноспрямованих рухових імпульсів у хвилину, спонукаючи наїзника здійснювати коливання вправо-вліво, вгору-вниз. При їзді рессю навантаження помітно збільшується, а при їзді навчальною або манежною рессю вершник відчуває майже тисячу ритмічних поштовхів. Такий «струс» може виявитися дуже корисним, так як стимулює вестибулярний апарат, зміцнює м'язи, поліпшує роботу серцево-судинної системи.

На розвиток кінного туризму позитивно впливає наявність природних ресурсів: протяжні території, кліматичне різноманіття, велика кількість природних та історико-культурних пам'яток. Унікальні природні та рекреаційні ресурси мають вплив на утворення туристсько-рекреаційного потенціалу в різних країнах світу.

Наприклад, в міжнародному контексті одні країни за допомогою кінних турів дозволяють побачити, вивчити природну різноманітність, пропонуючи тури в національні парки, по мальовничим і унікальним за красою місцях. До числа таких країн належать: Канада, Коста-Ріка, Ісландія, Монголія, Туреччина та інші країни.

Окремі країни організують кінні тури, орієнтуючись на культурні пам'ятки, пропонуючи кінні маршрути до історичних об'єктів. Такий напрям характерний для Франції, Іспанії, Італії, Великобританії, Португалії та Німеччини.

У ряді країн кінні тури поєднують в собі природні та історичні пам'ятки. До таких країн належить Мексика, США, Таїланд, Греція та