

ПРОБЛЕМИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

УДК 658.5.0111

АНАЛІЗ ПЕРЕВАГ ВІД ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В EVENT-ТУРИЗМІ

DOI 10.30838/ P.ES.2224.230419.69.475

Маслиган О. О., к.е.н.,**Машіка Г. В., д.г.н.***Мукачівський державний університет*

На даний момент event-заходи один з найважливіших мотивуючих факторів розвитку event-туризму, поїздки при якому приурочені до запланованих подій (це наприклад саміти; вечірки; спортивні змагання для глядачів та учасників; карнавали; спорт та ігри для розваг). Відтак, метою цієї статті є виявлення і визначення основних переваг від використання інформаційних технологій в event-туризмі. Постанова мети визначила необхідність вирішення наступних завдань дослідження: ідентифікація інформаційних технологій як основи підтримки event-заходів; визначення елементів процесу використання інформаційних технологій, що безпосередньо призводять до прояву позитивного ефекту. Модель дослідження заснована на використанні порівняльного, структурного, історичного, логічного, системного аналізу, аналізу вторинних даних, узагальнення, інтерпретації, методу аналогій. Науковий підхід полягає у розгляді перспектив трансформаційного розвитку event-туризму в умовах застосування сучасних інформаційних технологій. За результатами дослідження зроблено висновки щодо переваг нестандартних локацій з використанням інформаційних технологій. Констатовано, що в даному випадку вартість пропозиції event на порядок нижча, ніж у звичних платформ. Виходячи з аналізу тенденцій, можна зробити висновок, що процес використання інформаційних технологій безпосередньо призводить до прояву ефекту (як економічної реакції на зміну специфіки виробничого процесу, виражену позитивними змінами приросту / зниження показників собівартості і рентабельності event-заходів). Перспективи подальших наукових розробок в даному напрямі спрямовані на дослідження впливу сучасних інформаційних технологій на метрики ефективності event-заходів. Практичне значення дослідження полягає в тому, що як особливості розвитку event-туризму виділена активізація використання інформаційних технологій, а відповідно, можливість на всіх стадіях життєвого циклу event забезпечувати комплексне адміністрування декількома каналами соціальних мереж (для їх просування; зниження кошторисної вартості більшості процесів, які супроводжують стадії життєвого циклу event-заходів; мінімізація впливу бюджетного фактору в event-індустрії).

Ключові слова: event-заходи; туризм; інформаційні технології; прояв ефекту; адміністрування каналів

UDC 658.5.0111

THE ANALYSIS OF THE ADVANTAGES FROM USING INFORMATION TECHNOLOGIES IN EVENT- TOURISM

DOI 10.30838/ P.ES.2224.230419.69.475

**Maslihan O., PhD in Economics,
Mashika H., Dr. of His. Sc.***Mukachevo State University*

At the moment event is one of the most critical motivational determinants of event-tourism development., in which travel proposals are related to contradictory planned (such as, summits; party; sports competitions for spectators or participants; carnival; sport and games for fun). Thus, the purpose of this article is the identification and definition of main advantages of usage of information technology in event-tourism. Setting a target determined need to address these objectives of the study: identification of information technology as the basis for support event-activities; clearly identification of the elements use of information technology, that lead to creation of synergies. As a research methods the comparative, structural, historical, logical, systematic analysis, secondary data analysis, synthesis, interpretation, analogues have been used. A scientific approach lies for considering prospects of transformative development of event-tourism, under use of modern information technology. The conclusions of the research have been made by the author concluding on the benefits non-standard secure based on information technology. It has been stated that in this case a costed proposal of event substantially lower, than in regular platform. Based on trend analysis, it can be concluded, that the process of use of information technology has led to effect (which is seen as economic responses on changing nature of production process, expressed by positive developments (such as growth or declining in rate of costs and in rate of cost-effectiveness of event-activities). The prospects for further scientific development lie in the study of the impact of modern information technology on metric effectiveness of event-activities. The practical significance is that developmental characteristics of event-tourism helps to accelerate use of information technology, and therefore, the possibility of integrated administration through social media at all stages of event life span (for their advancement; loss in estimated cost by most processes, accompany life span; to minimize the effect of budget factors in the event-industry).

Keywords: event-activities; tourism; information technology; manifestation of effect; administration communication channels

Актуальність проблеми. На даний момент event-заходи один з найважливіших мотивуючих факторів розвитку event-туризму, поїздки при якому приурочені до запланованих подій (це наприклад: саміти; вечірки; спортивні змагання для глядачів та учасників; карнавали; спорт та ігри для розваг [6]).

В Україні це новий вид туризму, який активно розвивається, і вже в недалекому майбутньому перевищить число звичайних екскурсійних

турів. Це пов'язане із специфікою використання інформаційних технологій в event-туризмі, яка має ряд переваг при збиранні, зберіганні, обробці і поширенні інформації. Основна перевага - можливість забезпечувати комплексне он-лайн адміністрування event-заходів на всіх стадіях їх життєвого циклу. Ще в 2015 р. у 90% випадків за кожною туристичною подією закріплювався окремий event-менеджер, що заздалегідь займався замовленням поштових розсилок та налагоджуванням комунікацій з клієнтами [7]. При цьому витрати на такі операції становили 9-12% в загальній кошторисній вартості [7;8].

Активізація процесу використання інформаційних технологій (в т.ч. Social Jukebox, Socedo і т.д.), дозволила не тільки максимально автоматизувати онлайн комунікації, а й знизити загальну кошторисну вартість операції.

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій. Первинний аналіз джерел у визначеній науковій площині дозволив виділити різні публікації, що відносяться до тематики розвитку event-індустрії в Україні та за кордоном. Останні роки дослідженню event-туризму присвятили свої праці: О.В. Бабкін, П.В. Тищенко, І.В. Давиденко, О.В. Шикіна. У публікаціях висвітлено багато питань, стосовно створення та просування event-турів, підвищення якості послуг. До найбільш цитованих робіт, щодо аналізу сучасного стану event-туризму в світі та перспектив розвитку event-туризму в Україні, віднесено наступних вітчизняних та зарубіжних авторів: Єрмакова С. Г., Макаренко Ю. А., Соколова Н. Е., А. Парабелума, В. Морозова, А. Шумовіча, Д. Румянцева, С. Лемера, У. Хальцбаура, Е. Йеттінгера, Б. Кнауца, Р. Мозера, М. Целлера, С. Лемера.

Разом з тим виділені роботи досить фрагментно розглядають інформаційні технології event-індустрії, поділяючи їх на універсальні (застосовні до будь-якої події), а також специфічні (застосовні тільки до певних типів заходів). При цьому, саме сучасні інформаційні технології event та перспективи їх використання окремо не виділяються. Таким чином, на даний момент багато питань у цій площині залишилися відкритими.

Таким чином **метою статті** є виявлення і визначення основних переваг від використання інформаційних технологій в **event-туризмі**. Постановка мети визначила необхідність вирішення наступних завдань дослідження: 1) ідентифікація інформаційних технологій як основи

підтримки event-заходів; 2) визначення елементів процес використання інформаційних технологій, що безпосередньо призводить до прояву ефекту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Заплановані події (або event-заходи) розглянуто нами як просторово-часовий феномен, кожен з яких унікальний у зв'язку із множинністю взаємодії навколишнього оточення, публіки, систем управління, та інформаційних технологій [2; 4]. При цьому останні поступово трансформуються у основний засіб підтримки event, у зв'язку із можливостями зниження вартості адміністрування каналів соціальних мереж, яку можна простежити на прикладі зміни частки даної операції в кошторисній вартості event-заходів туристичного агентства АМСІ Київ (табл. 1).

Таблиця 1 – Динаміка зміни вартості адміністрування каналів соціальних мереж АМСІ Київ

Суб'єкти індустрії, за сферами діяльності	Частка операції в кошторисній вартості event-заходів, %							Темп зміни показника, % (+;-)				
	2010	2012	2014	2016	2017	05. 2018	2021*	2010/ 2012	2014/ 2016	2016/ 2017	2014/ 2011	2017/ 2018
адміністрування каналами соціальних мереж	14	13,7	13,4	12,1	4	0,9	0,1	-2,14	-2,1	-9,70	-66,9	-77,5

Джерело: розроблено авторами на основі [7]

Дані виявляють експоненціальне зниження вартості адміністрування каналами соціальних мереж АМСІ Київ з 14% у 2010 році до 0,9% на 05.2018 р. Найбільший дигресивний тренд характерний для 2014-2017 рр. (в цей період зниження склало 9,4%). При цьому, перспективи подальшого розширення використання інформаційних технологій (як основи підтримки event), виходячи з даних АМСІ Київ, можуть привести до зниження кошторисної вартості операції до 0,1% (рис. 1).

Цьому сприятиме заплановане корпорацією-розробником Social Jukebox покращення, принцип дії якого заснований на технології музичного автомата, який наповнюється записами, а у випадку АМСІ Київ постами, які потім випадковим чином і багаторазово «трансляються» серед соціальних медіа каналів [3; 1]. Ідея полягає в тому, щоб оптимізувати процес планування повідомлень, оскільки це в даний момент відволікає до 25% від бюджету робочого часу event.

При цьому фахівцеві слід лише запрограмувати періодичність транслявання постів (від 1 до 100 щодня).

Динаміка зниження кошторисної вартості, при використанні інформаційних технологій, характерна для більшості інших процесів, які супроводжують стадії життєвого циклу сучасних суб'єктів event-туризму, в т.ч. за рахунок підтримки в сферах [7; 3]: 1) обліку зареєстрованих гостей; 2) процесів оплати за заходи; 3) процесів видачі бейджів на заході; 4) процесів реєстрації на великих подіях; 5) процесів голосувань; 6) процесів збору статистики та інтерактивних консультантів (віртуального промоутера і віртуального ведучого); 7) спрямованого звуку; 8) презентації (презентації PromoBot і промо акції, віртуальна і доповнена реальність; технології доповненої реальності ARV); 9) креативних інсталяцій і декору (живі картини) і ін.

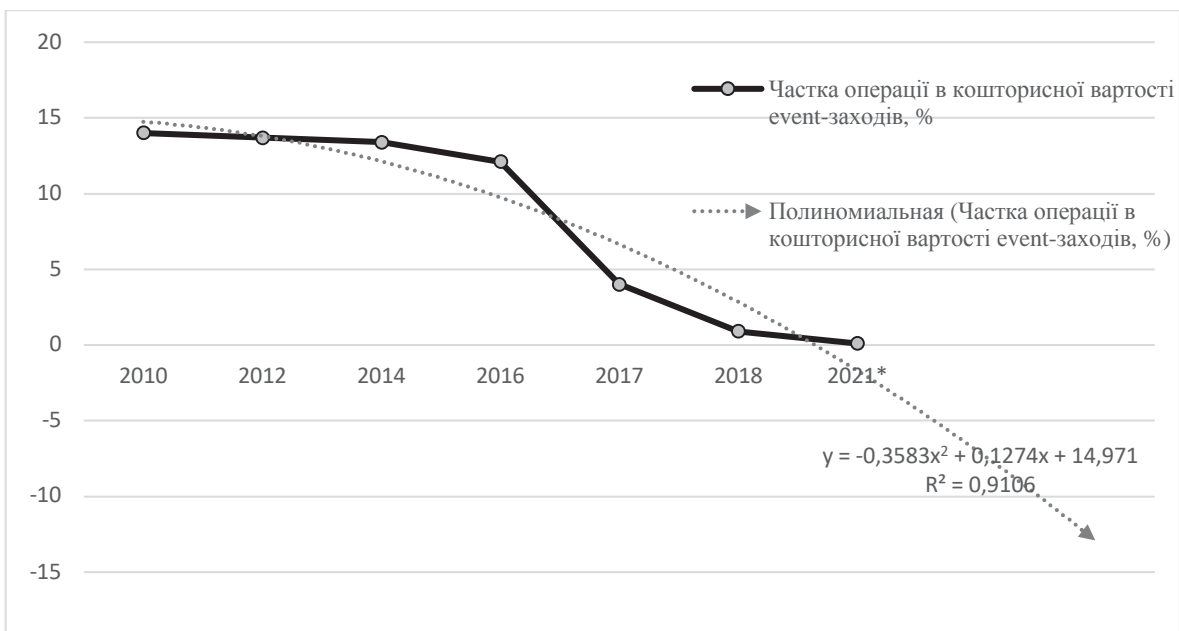


Рис. 1 Прогнозування тенденцій зміни вартості адміністрування каналів соціальних мереж АМСІ Київ

Джерело: розроблено за даними АМСІ Київ

В результаті спостерігається загальне зниження витрат (в 2017 р в середньому на 37%) за типовими суб'єктам event-туризму, при паралельному зростанні рентабельності бізнесу приблизно на 32% (табл. 2). Найбільш позитивна динаміка щодо показників собівартості і рентабельності туристичних event характерна для: Jack Morton Worldwide (-45%; + 30%); VA Entertainment Corporation (-33%; + 33%); Hartmann Studios (-42,8 ; +33); Filmmaster Group (-31%; + 35%). Крім того, з огляду на специфіку трендів на 2019-2020 рр., дана тенденція простежується в загальносвітовому масштабі і в Україні.

По країнах пострадянського простору значення показників відхиляються від загальносвітових (табл. 3), що пов'язано з рядом факторів, т.ч: в організації корпоративів event-агентствам почали створювати конкуренцію ресторани; знизився попит на корпоративи (зокрема, наприклад, в Білорусі кількість заходів в 2017-2018 рр. знизилося на 60-70% [7]). Таким чином ефект приросту / зниження показників собівартості і рентабельності event-туризму в Україні мінімальний.

Таблиця 2 – Динаміка приросту /зниження показників собівартості і рентабельності event-туризму, за 2010-2018 рр.

Суб'єкти туризму, за сферами діяльності	Місце реєстрації або локалізації головного офісу	зміни собівартості event-заходів по відношенню до базисного 2009 р. (+;-), %						зміни показника рентабельності по проектам event-заходів, , % (+;-)					
		2010	2012	2014	2016	2017	2018	2010	2012	2014	2016	2017	2018
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
АМСІ Київ	Україна	-1	-2	-1,1	-14	-22	-35	10	10,4	11,2	26,1	28,1	32
Jack Morton Worldwide	США	0	0,1	-1	-12	-19	-45	8	8,2	7	18	21	30
Index Creative Village	Тайланд	0	0	-2	-23	-29	-38,9	10	10,1	11	20,2	26	31
Hartmann Studios	США	-1	-1,4	-3	-10,2	-27	-42,8	9	9,1	12,8	22	29	33
Hargrove	США	0	-2	-6	-15	-25	-47	11	10	14	22	32	38
BA Entertainment Corporation	США	-0,3	-1	-7	-20	-22	-33	11	12	13,7	22	23	33
InVision Communications	США	-0,2	-1,2	-8	-17	-20	-37	13	13,8	15	19	20	34
Filmmaster Group	Італія	1	-2	-6	-15	-26	-31	20	20	22	26	27	35
Party Planners West	США	1	-3	-7,7	-10	-18	-44	10,7	11	12	15	21,1	30,6
Barkley Kalpak Agency	Англія	0,4	-1	-4,7	-11	-16	-32	15	15,1	16,7	17	20,7	26,7
MGM Resorts Events	США	0,1	-1,2	-5,1	-17	-21	-29	13	13,2	14,8	18,9	22	29,9
POP Kollaborative	Китай	-2	-3,8	-4	-18	-28	-30	22	23	25	28	33	37
Середнє значення показників		-0,17	-1,54	-4,63	-15,1	-22,8	-37,1	12,73	13	14,6	21,18	25	32,5

Джерело: розроблено авторами на основі [7]

У той же час, в США показники співвідношення собівартість / рентабельність, а також прогнози їх зміни найбільш привабливі (рис. 2).

Таблиця 3 – Динаміка приросту / зниження показників собівартості і рентабельності event-заходів в загальносвітовому масштабі, за 2010-2018 рр., %

Країни	зміни собівартості event-заходів по відношенню до базисного 2009 р., % (+;-)					зміни показника рентабельності за проектами туристичних event-заходів по відношенню до базисного 2009 р., % (+;-)				
	2010	2012	2014	2016	2017	2010	2012	2014	2016	2017
Розвинуті	-0,1	-2,77	-12	-21	-29	10	12	17	27	39
США	2	-6	-18	-41	-56	-2	12	22	31	67
що розвиваються і з ринком, що формується	-0,4	-1	-9	-17	-23	22	22,6	24	27	31
пострадянського простору	-0,1	-0,5	-0,9	-1	-2	0	2	4	4,4	3
Україна	0,1	-0,6	-1	-16	-17	1	4	12	8	1

Джерело: [7]

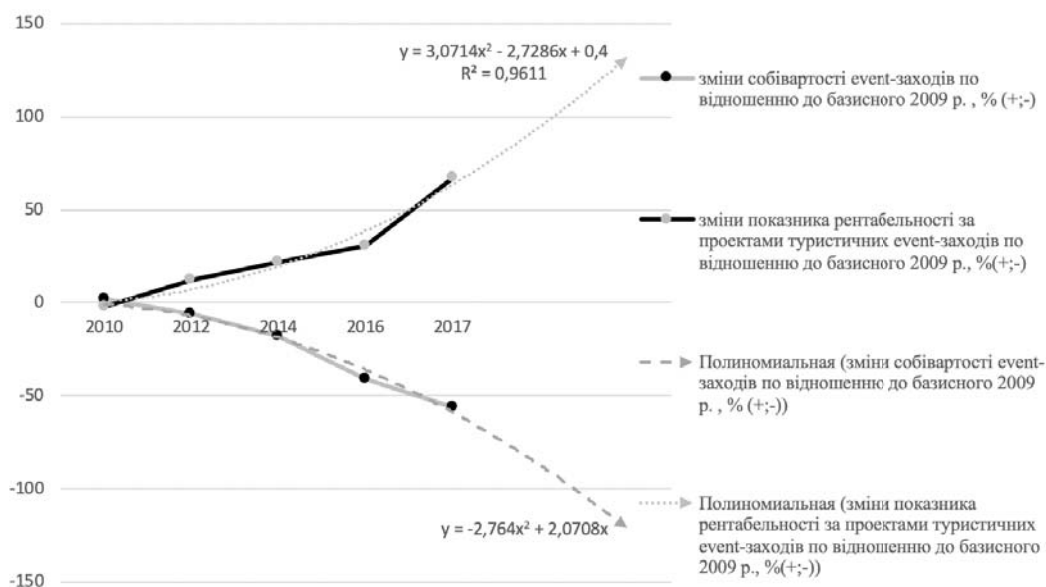


Рис. 2 Тенденції співвідношення собівартість / рентабельність в США, а також прогнози їх зміни, 2010-2017 рр.

Джерело: розроблено авторами на основі [7]

Так, на тлі виділених прогнозів, додатково констатовано, що обсяг виторгу від event-туризму в Україні становить значні суми. У 2017 року загальний дохід від event-заходів - \$ 1 млн. (що перевищує доходи автомобільної промисловості та IT-індустрії [7]). Більше того, згідно з прогнозом *Ernst&Young Global Limited*, в період з 2018 по 2020 рр. зростання event-індустрії складе 44%, а це перевищує показники зростання інших галузей) [7]. Додатковою перевагою від використання інформаційних технологій є мінімізація впливу бюджетного фактору в event-туризмі. Так, до 2014 р специфікою роботи було дотримання

класичного ланцюжку технологічних операцій. Фактично, кожна компанія формувала бюджет однаково, і, ознайомлюючись з пропозиціями з ідентичним наповненням, клієнт частіше обирає найбільш бюджетне. Використання інформаційних технологій забезпечило перехід до нестандартної локації (положень пропозиції). При цьому спостерігається кардинальна трансформація бюджету, з'являється більше артикулів. Закономірно, що порівняти проекти event-агентств, на основі бюджетного фактору, стає недоцільно. Клієнт здійснює вибір з урахуванням індивідуального наповнення (табл. 4).

Таблиця 4 – Ілюстрація специфіки мінімізації впливу бюджетного фактору в event-туризмі, 2015-2017 рр.

Специфіка роботи event-агентства	Пропозиції з ідентичним наповненням (подієвий туризм), дол. США									Пропозиції
	Driver Productions			EventWorks			Feats INC			
	бюджет	кількість статей бюджету	креативність за шкалою від 1 до 5	бюджет	кількість статей бюджету	креативність за шкалою від 1 до 5	бюджет	кількість статей бюджету	креативність за шкалою від 1 до 5	
слідують класичному ланцюгу	230 000	12	2	219 000	12	2	217 690	13	2	Feats INC
інформаційні	164 900	43	5	190 000	57	3	117 900	28	2	Driver Productions

Джерело: складено за даними [17]

Висновки. Перевага нестандартних локацій (або змісту пропозиції event з використання інформаційних технологій), в тому, що їх вартість на порядок нижче, ніж у звичних. Виходячи їх аналізу тенденцій, можна зробити висновок, про те, що процес використання інформаційних технологій призводить до прояву позитивного ефекту, що розглядається як економічна реакція на зміну специфіки виробничого процесу, виражену позитивними змінами приросту / зниження показників собівартості і рентабельності event-заходу.

Перспективи подальших наукових розробок в даному напрямі полягають у дослідженні впливу сучасних інформаційних технологій на основі метрик ефективності event-заходів. Як особливість розвитку event-туризму виділена активізація процесів використання інформаційних технологій, а відповідно, можливість на всіх стадіях життєвого циклу event забезпечувати комплексне адміністрування декількома каналами

соціальних мереж (для їх просування; зниження кошторисної вартості більшості процесів, які супроводжують стадії життєвого циклу event-заходів; мінімізація впливу бюджетного фактору в event-індустрії).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Event-менеджмент – организация мероприятий на высшем уровне [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pr2b.net/index.php/articles/91-listprevent>. – [Электронный ресурс]. – Загл. экрана. – Дата обращения 14 февраля 2017
2. Академічний тлумачний словник української мови. В 11 т. Т. 4. / ред. А. А. Бурячок, П. П. Доценко [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://sum.in.ua/> – Назва з екрану. – Дата звернення 17 січня 2017.
3. Пашкевич М. Ю. Івент-технології у сфері дозвілля / Ю. М. Пашкевич // Культурно-дозвіллева діяльність у сучасному світі: кол. монографія. – Київ: Вид-во: Ліра-К, 2017. – 328 с/
4. Поплавський М.М. Event-менеджмент у індустрії дозвілля / М.М.Поплавський // Питання культурології, 2017. -№ 33. - С.186-197.
5. Getz D. Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events / D. Getz. – Butterworth-Heinemann, 2007. – P. 18.
6. Tassiopoulos D. Event Management: A Professional and Developmental Approach / D. Tassiopoulos ed. – Juta Pty Ltd, 2013. – 510 p.
7. Thomas O. Reference model-based event management Сайт «Ernst & Young» [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.ey.com>
8. Tum J. Management of Event Operations / J. Tum, P. Norton, J. Nevan Wright. – Oxford: Elsevier/Butterworth-Heinemann, 2006. – 280 p.

REFERENCES:

1. Event-management – organization of events at the highest level, [online], Available at: [Accessed 14 February 2017].
2. Buriachok, A.A., and Dotsenko, P.P. (2017). Academic Explanatory Dictionary of the Ukrainian Language, [online] Available at: <<http://sum.in.ua/>> [Accessed 17 January 2016].
3. Pashkevich, M.Yu. (2017). ‘Event technology in the field of leisure’. Kulturno-dozvillieva diialnist u suchasnomu sviti [Cultural and leisure activities in the modern world]. Kyev: Lyra-K.
4. Poplavskiy M.M. (2017). Event-menedzhment u industrii dozvillia [Event- management in the tourism industry] Pytannia kulturolohii - Cultural research, 33, 186-197.
5. Getz, D. (2007). Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events. Butterworth-Heinemann.
6. Tassiopoulos, D. ed. (2013). Event Management: A Professional and Developmental Approach. Juta Pty Ltd.
7. Thomas O. Reference model-based event management Сайт «Ernst & Young» [online], Available at: <<http://www.ey.com>> [Accessed 14 February 2017].
8. Tum J., Norton P., and J. Nevan Wright (2006). Management of Event Operations. Oxford: Elsevier/Butterworth-Heinemann.