

*Милян Р.М.,
аспірант,
Львівська комерційна академія*

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ РОЗВИТКОМ ІНДУСТРІЇ МАСОВИХ ЗАХОДІВ ТА ПОСИЛЕННЯМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇНИ

Анотація. У статті окреслено теоретичні підходи до визначення взаємозв'язків між розвитком індустрії масових заходів та посиленням конкурентоспроможності країни; узагальнено соціально-економічні ефекти, які виникають у результаті проведення міжнародних масових заходів; наведено приклади конкурентних переваг країн у проведенні масових заходів.

Ключові слова: міжнародний масовий захід, конкурентоспроможність, економічний механізм, теоретичний підхід, соціально-економічний ефект.

Постановка проблеми. Особливістю сьогодення є глобальне розширення сфери туризму, де особлива роль належить міжнародним масовим заходам. Під міжнародними масовими заходами, або мега-заходами, ми розуміємо масштабні суспільно значимі події культурного, спортивного, релігійного чи іншого характеру, обмеженого терміну проведення, що відбуваються регулярно у визначений час і відповідному місці або кількох місцях у межах однієї чи двох країн, обов'язково залучаючи у свою діяльність учасників із інших країн, приваблюють значне медіа-покриття та мають значні соціально-економічні ефекти для приймаючого міста, регіону чи країни. Наявність специфічних ресурсів, використання яких за відповідних обставин забезпечує додатковий ефект, створює конкурентні переваги для тієї чи іншої країни, що не є постійними, а змінюються залежно від особливостей економік, галузей, сегментів ринку, що обслуговуються. У зв'язку із цим країни базують свою політику на обмежених ресурсах у середовищі, яке постійно змінюється.

Формування основних елементів ринкової економіки і поглиблення процесу глобалізації об'єктивно супроводжується створенням і розвитком конкурентного середовища в усіх галузях та секторах економіки. Збільшення обсягів міжнародних туристичних потоків у світі та Європі, інтенсифікація розвитку та забезпечення максимальної ефективності туристичної діяльності актуалізують дослідження проблем зміцнення конкурентоспроможності туристичної сфери України, окремих туристичних підприємств чи видів послуг на міжнародному, національному, регіональному та транскордонному туристичних ринках, у тому числі через механізми розвитку індустрії масових заходів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Існує низка наукових праць, в яких аналізуються економічні ефекти від проведення спортивних мега-заходів. Окремі науковці підкреслюють наявність значних прибутків від підготовки і проведення масових спортивних заходів. Так, наприклад, Б. Хамфрейс та Ш. Пламмер оцінюють короткостроковий економічний ефект від проведення літніх Олімпійських ігор в Атланті у 1996 р. у розмірі 5,1 млрд. дол. США [1]. Подібну прогнозу оцінку економічним наслідкам проведення літніх Олімпійських ігор

2012 р. дали С. Фуллер та Р. Клінч [2]. Разом з тим деякі науковці скептично відносяться до можливості отримання надприбутків країною, що організовує масштабний міжнародний захід спортивного чи культурного характеру, як, наприклад, Р. Бааде та В. Матесон [3].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Наявність специфічних ресурсів, використання яких під час мега-заходів за відповідних обставин забезпечує додатковий ефект, створює конкурентні переваги для тієї чи іншої країни, що не є постійними, а змінюються залежно від особливостей економік, галузей, сегментів ринку, що обслуговуються. У зв'язку із цим країни базують свою політику на обмежених ресурсах у середовищі, яке постійно змінюється. Це обумовлює потребу в науковому осмисленні існуючих взаємозв'язків між підготовкою та проведенням масових заходів і конкурентоспроможністю країни.

Мета статті полягає у розвитку теоретичних основ до обґрунтування стратегічних пріоритетів і сукупності заходів зміцнення конкурентних позицій економіки на основі використання індустрії масових заходів.

Досягнення означеної мети передбачало постановку та вирішення таких завдань: узагальнити теоретичні підходи до оцінювання соціально-економічних ефектів міжнародних масових заходів, щоб визначити найоптимальніший з них для використання в управлінні національними економіками; окреслити соціально-економічні ефекти, які виникають у результаті проведення міжнародних масових заходів, з метою здійснення їх систематизації; навести приклади конкурентних переваг країн у проведенні міжнародних масових заходів для виявлення їх можливого впливу з позицій розвитку процесів глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сутність поняття «конкуренція» (лат. *conspicentia* – змагання, суперництво) трактується як економічне суперництво і боротьбу між приватними й колективними товаровиробниками та продавцями товарів (послуг) за найвигідніші умови їх виробництва і збуту, за привласнення найбільших прибутків, у процесі яких стихійно регулюються пропорції суспільного виробництва [4, с. 227]. Економічна наука включає три концептуальних підходи до розуміння конкуренції залежно від природи взаємодії ринку та фірми: поведінковий, структурний та функціональний (табл. 1).

Згідно з трактуванням А. Юданова, під ринковою конкуренцією слід розуміти боротьбу за обмежений обсяг платоспроможного попиту покупців, що ведеться фірмами на доступних їм сегментах ринку [7, с. 43]. І. Спиридонов визначає конкуренцію як економічний процес взаємодії, взаємозв'язку і боротьби між функціонуючими на ринку підприємствами з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції, задоволення різних потреб покупців і одержання найбільшого прибутку [8, с. 15]. Н. Тарнавська розглядає конкуренцію

Існуючі підходи до розуміння концепції конкуренції

Підхід	Суть підходу	Науковці та дослідники
1. Поведінковий	Виявлення особливостей стратегії поведінки суб'єктів господарювання у боротьбі за платоспроможний попит; мотивація суб'єктів господарювання щодо забезпечення конкурентоспроможності на ринку полягає у оволодінні ресурсами споживача через максимальне задоволення їх потреб; нехтування фактом, що конкурентна боротьба ведеться не лише за платоспроможний попит, але й за монополізацію ринків збуту, джерел сировини, результатів науково-технічного прогресу, кваліфікованої робочої сили тощо	А. Сміт, М. Портер, А. Радігіна
2. Структурний	Ринковий механізм знеособлений, не залежить від дій окремих осіб та суб'єктів господарювання. Важливим є лише структура ринку та умови функціонування на ньому; конкуренція розглядається як механізм регулювання пропорцій суспільного виробництва, в результаті дії якої відбувається міжгалузева міграція факторів виробництва; конкурентний ринок характеризується наявністю значної кількості продавців однорідної продукції, в межах якого частка обсягу продажу окремого підприємства настільки мала, що не може істотно вплинути на ціну продукції	Ф. Еджоурт, А. Курно, Дж. Робінсон, Е. Чемберлін
3. Функціональний	Конкуренція розглядається як чинник економічного зростання внаслідок орієнтації суб'єктів господарювання на впровадження інноваційної стратегії розвитку; для досягнення конкуренції на ринку суб'єктам господарювання необхідно постійно знижувати витрати на виробництво існуючої продукції та пропонувати споживачам на ринку нову продукцію для задоволення зростаючих потреб	Й. Шумпетер, Ф. фон Хаєк

Складено за: [5, с. 26–37; 6, с. 9–19]

з позицій сприйняття суб'єкта господарювання як економічної системи, що прагне утриматися на ринку і успішно функціонувати як єдине ціле, протидіючи небажаним зовнішнім впливам і реалізуючи при цьому свої економічні інтереси. Співпраця з іншими суб'єктами господарювання з метою покращення власної конкурентної позиції трактується як варіант суперництва [6, с. 19].

Наведені підходи до визначення сутності конкуренції більшою мірою базуються на дефініціях суперництва та боротьби. Водночас сучасні дослідники все частіше керуються не визначенням конкуренції як винятково процесу боротьби та суперництва, а як процесу економічної взаємодії суб'єктів господарювання в певних умовах та ситуаціях за різними сценаріями (кооперування, конкурування, співробітництва, змагання, суперництва, конфлікту та співіснування). З таким підходом погоджуємося і ми, зокрема, для туристичної сфери, індустрії масових заходів конкуренція не виключає можливостей кооперування та співробітництва на різних рівнях управління та етапах процесу створення продуктів, їх маркетингу і реалізації.

Індустрія масових заходів є модифікацією індустрії фестивального туризму, спортивного туризму, подієвого туризму, оскільки може будуватися на основі підготовки і проведення культурного, спортивного, релігійного чи іншого заходу, що залучає значну кількість учасників та туристів. Прикладом масового спортивного заходу є проведення міжнародного чемпіонату (світовий чемпіонат з футболу, європейський чемпіонат з футболу), масового культурного заходу – організація пісенних конкурсів («Свробачення», «Нова хвиля»), релігійного – візит Папи Римського до іншої країни для зустрічі з віруючими. У світі найбільшого поширення набули саме масові культурні та спортивні заходи.

Масові заходи (культурні, спортивні тощо) виконують значущі функції в суспільстві. Отже, можна виділити чотири основні функції, які виконують масові культурно-видовищні заходи: соціальна, економічна, політична і культурна. Соціальна функція полягає в зближенні людей, де яскраво виражаються комунікації та спілкування. Культурна функція при проведенні масових заходів відповідає за просвітництво суспільства, його духовний розвиток, задовольняє потреби в зміні вражень, місця перебування. Політична функція масових заходів дозволяє об'єднувати людей під одним гаслом, вирішувати насущні проблеми в галузі політики. Прикладами такої функції можуть служити заходи, спрямовані на боротьбу з курінням тютюну, вживанням наркотиків, протидію націоналізму і так далі. Виконуючи політичну функцію, масові культурно-видовищні функції можуть нести і зворотний, негативний ефект для суспільства і людини, тому дана функція повинна строго контролюватися владою.

Економічна функція включає в себе надання економічних благ і послуг відповідно до вимог туриста, забезпечує дохід для окремих компаній і для всієї держави. Розвиток туризму з економічної точки зору сприяє розвитку транспортної інфраструктури, будівництву автомобільних і залізних доріг, портів, готелів. В результаті розвитку масових культурно-видовищних заходів зростає і кількість зайнятих у сфері туризму, з'являються робочі місця, посилюється конкурентоспроможність регіонів і держави. Саме ця функція та її прояви будуть більш детально розглянуті у подальших розділах роботи.

Вивчення різних підходів вітчизняних та зарубіжних науковців до дослідження суті індустрії туризму дозволило нам глибше поглянути на проблематику поняття і сформувати власне бачення структури індустрії масових заходів. Схема-

тичне зображення узагальненої структури індустрії масових заходів наведено на рис. 1.

Як видно зі схематичного зображення на рис. 1, індустрія туризму абсорбує в себе здобутки інших індустрій. Інтегральна взаємодія індустрії туризму із соціальними та виробничими сферами робить туризм каталізатором суспільно-економічних процесів.

Теорія конкурентних переваг, відповідно до якої конкурентні переваги забезпечуються чотирма основними детермінантами: рушійними силами, умовами попиту, супутніми та допоміжними галузями, а також структурою, стратегією і суперництвом, що утворюють так званий ромб, або «діамант» Майкла Портера, дає можливість оцінити конкурентні переваги кожної з країн у проведенні міжнародних мега-заходів. У контексті організації й проведення міжнародних мега-заходів вважаємо за доцільне дещо модифікувати «діамант» Майкла Портера, включивши у нього п'яту детермінанту неекономічних переваг (рис. 2). Адже переваги можуть мати не лише соціально-економічний характер (наявність спортивної, культурної і

загальної інфраструктури, захист навколишнього середовища, забезпечення безпеки, застосування міжнародного досвіду), а й неекономічний (політичні настрої, лобювання, відновлення значущості культури, спорту, асоціація мега-заходу з національною ідентичністю).

Механізми впливу економічного потенціалу, нагромадженого під час підготовки масових заходів (культурних, спортивних), на конкурентоспроможність країни можна умовно поділити на три групи: використання туристичного потенціалу (готельної мережі, центрів туристичної інформації); використання потенціалу спеціалізованих об'єктів (стадіонів, виставкових і концертних залів); використання об'єктів дорожньо-транспортної інфраструктури (аеропортів, залізничних вокзалів, залізничного сполучення, автодоріг) (рис. 3).

Ефективна державна політика розвитку індустрії масових заходів стимулюватиме додатковий попит на товари і послуги, зумовить розвиток й інших видів економічної діяльності та принесе користь всім економічним агентам, зокрема: організатори, туристичні агентства та туроператори регіону отримують

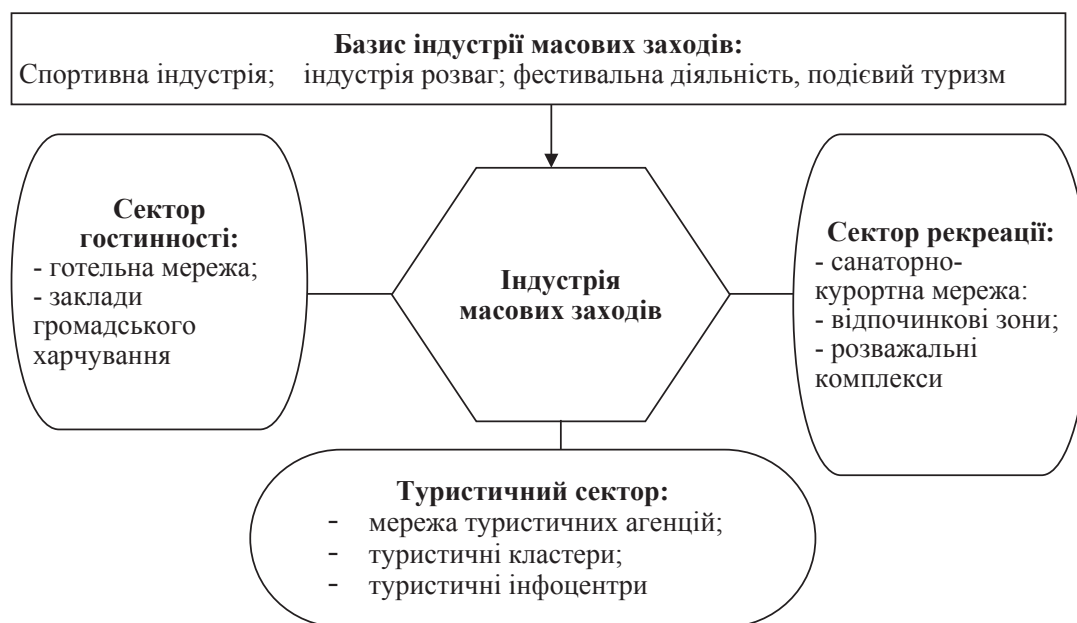


Рис. 1. Компонентна структура індустрії масових заходів

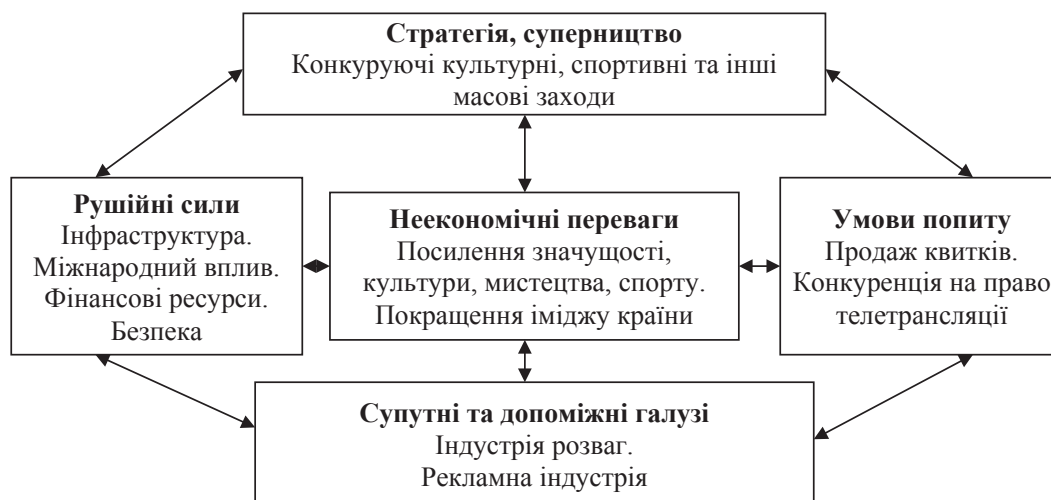


Рис. 2. «Діамант» Майкла Портера для країн проведення міжнародних масових заходів

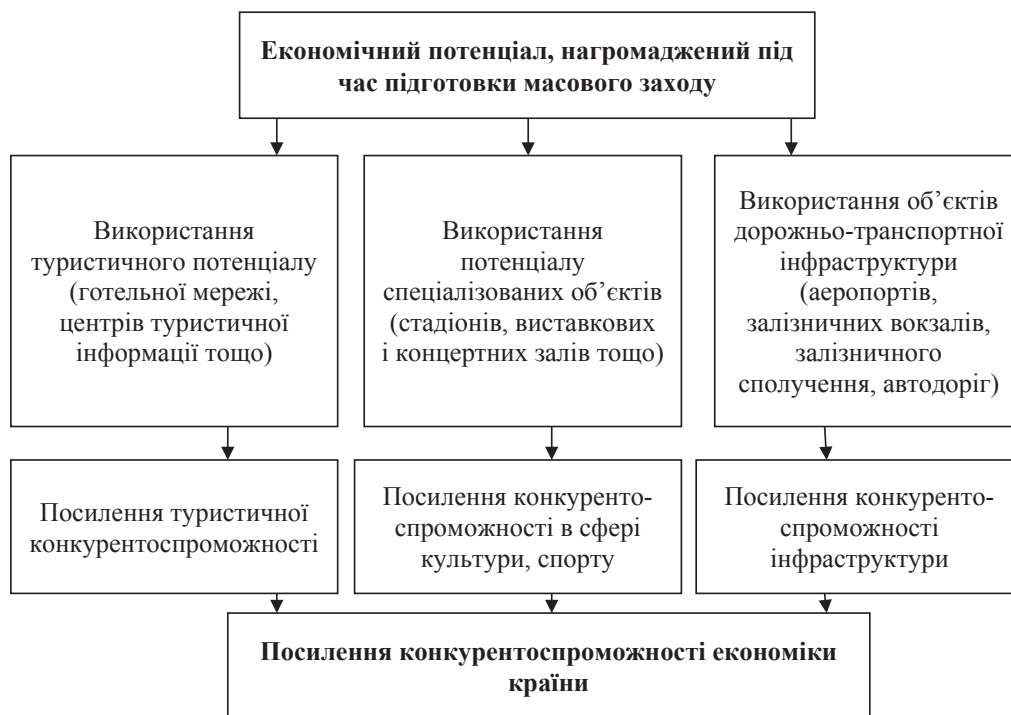


Рис. 3. Механізми впливу економічного потенціалу, нагромадженого під час підготовки масових заходів, на конкурентоспроможність країни

прибутки, стабільність функціонування, довготривалі відносини з іншими суб'єктами господарювання; працівники туристичних агентств та туроператорів регіону забезпечать платоспроможний попит; населення регіону отримує робочі місця та заробіток у різних видах економічної діяльності, пов'язаної із обслуговуванням та задоволенням потреб туристів; підприємства готельного і ресторанного господарства, заклади відпочинку і дозвілля, транспорт і зв'язок як елементи туристичної інфраструктури отримують прибутки; споживачі (туристи) здобудуть бажаний подієвий туристичний продукт відповідно до їхніх потреб.

Висновки. Оцінка соціально-економічних ефектів на етапі підготовки до масового заходу (культурного, спортивного) дозволяє зробити висновок про те, що міжнародні масові заходи прискорюють перетворення у сфері обслуговування населення і бізнесу, стійкий розвиток. Варто відзначити, що необхідна інфраструктура доводить свою максимальну ефективність лише у тому разі, коли її створення є частиною довгострокового плану розвитку регіону, країни. Міжнародні масові заходи, підготовка до яких проводиться відповідно до раніше прийнятих планів місцевого, регіонального і загальнонаціонального розвитку, здатні прискорити будівництво інфраструктури, а також підвищити якість життя місцевого населення, поліпшити конкурентоспроможність країни на світовій арені і в довгостроковій перспективі забезпечити їй економічну вигоду.

Незважаючи на низку потенційних позитивних ефектів від проведення масових заходів, необхідним здійснення подальших теоретико-прикладних досліджень з аналізу негативних

ефектів, зумовлених упущеннями та недоліками у підготовці заходів такого типу, пов'язаних із значними витратами на їх проведення та невикористанням у майбутньому споруджених інфраструктурних об'єктів (явищем, яке у міжнародній практиці отримало назву «ефекту білих слонів»).

Література:

1. Humphreys J. M., Plummer M. K. The Economic Impact of Hosting the 1996 Summer Olympics [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.selig.uga.edu/forecast/olympics/OLYMTEXT.HTM>.
2. Fuller S. S., Clinch R. The Economic and Fiscal Impacts of Hosting the 2012 Olympic Games on the Washington-Baltimore Metropolitan Area [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ubalt.edu/jfi/jfi/reports/Olympics2012.PDF>.
3. Baade R. A., Matheson V. A. The Quest for the Cup: Assessing the Economic Impact of the World Cup / Regional Studies. – Vol. 38(4). – 2005. – P. 343–354.
4. Загородній А.Г., Вознюк Т.С., Смовженко Т.С. Фінансовий словник / [А.Г. Загородній, Т.С. Вознюк, Т.С. Смовженко] ; 4-те вид., випр. та доп. – К. :
5. Знання, КОО; Л. : Вид-во Львів. банк. ін-ту НБУ, 2002. – 566 с.
6. Конкурентоспроможність національної економіки / За ред. Б.С. Кваснюка. – К. : Фенікс, 2005. – 582 с.
7. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика : [монографія] / Н.П. Тарнавська. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 570 с.
8. Юданов А.Ю. Конкуренція: теорія і практика : [учеб. пособ.] / А.Ю. Юданов. – М. : ТАНДЕМ, 1996. – 272 с.
9. Спиридонов А.И. Международная конкуренция и пути повышения конкурентоспособности экономики России : [учеб. пособ.] / А.И. Спиридонов. – М., 1997. – 170 с.

Мылян Р.Ю. Взаимосвязь между развитием индустрии массовых мероприятий и усилением конкурентоспособности страны

Аннотация. В статье обозначены теоретические подходы к оценке взаимосвязи между развитием индустрии массовых мероприятий и усилением конкурентоспособности страны; обобщены социально-экономические эффекты, которые возникают в результате проведения международных массовых мероприятий; приведены примеры конкурентных преимуществ стран в проведении международных массовых мероприятий.

Ключевые слова: международное массовое событие, конкурентоспособность, экономический механизм, теоретический подход, социально-экономический эффект.

Mylyan R.U. Relationship between development of mega-events industry and country competitiveness

Summary. The article outlines the theoretical approaches to the evaluation of relationship between development of mega-events industry and country competitiveness. The paper includes the overview of socio-economic effects arising after hosting international events on national and regional levels. Examples of competitive advantages within international events are shown.

Keywords: international mega-event, competitiveness, economic mechanism, theoretical approach, socio-economic impact.