

УДК 338.485:332.146.2

## ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

А.П. Зарічняк

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

*У статті виокремлено та проаналізовано основні підходи до визначення впливу подієвого туризму на економіку регіону. Зроблено акцент на тому, що економічний вплив подієвого туризму – це оцінка зміни економічної активності регіону, спричинена туристами, які відвідали регіон з метою участі у певних івентах. Масштабний характер івентів передбачає значний туристичний потік, що, в свою чергу, вимагає коректної оцінки впливу зростання витрат туристів на економіку регіону.*

*За результатами дослідження деталізовано особливості американської та західноєвропейської методик. Економічний ефект у даному випадку визначається як суто економічна зміна доходів приймаючої сторони, що формується в результаті витрат туристів.*

*Визначено необхідність подальших наукових досліджень із використанням нагромадженого практичного досвіду у сфері організації івентів.*

**Ключові слова:** івент, подієвий туризм, економіка регіону, коефіцієнт окупності інвестицій.

**Постановка проблеми.** Подієвий (івентивний) туризм – порівняно новий, динамічний напрям розвитку туристичної індустрії, який демонструє стійку тенденцію до зростання. Згідно даних Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), в структурі світового туризму його частка щороку зростає на 1,5 % [6, с. 3]. На сьогодні Україна перебуває у руслі світових тенденцій зростаючої популярності подієвого туризму. При цьому, незважаючи на проведення значної кількості івентів в Україні, різноманітних як за

тематикою, так і за масштабами, залишається дискусійним їх вплив на економіку регіонів. Це актуалізує необхідність розробки сучасної методики аналізу та оцінки економічної ефективності подієвого туризму. Її формування матиме цінність не лише для органів регіональної та державної влади, але і для інших користувачів: потенційних споживачів, інвесторів, кредиторів тощо. Одним із кроків в напрямку розробки такої методики є вивчення сучасних зарубіжних та вітчизняних підходів до визначення ефективності подієвого туризму як інструменту регіонального економічного розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам соціально-економічної ефективності подієвого туризму присвячені праці О. Алексєєвої, А. Бабкіна, Є. Відішевої, Д. Гетца, Б. Генусова, А. Коновалова, М. Рансбергер, М. Рейболда, Г. Річардса та ін. Окремі спроби узагальнення існуючих підходів здійснені в дослідженнях З. Герасимчук [5], О. Мальцева, І. Шафранської [8].

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Економічний вплив подієвого туризму – це оцінка зміни економічної активності регіону, спричинена туристами, які відвідали регіон з метою відвідання певного івенту. Даний показник виражений в кількості туристів; економічному впливі – сумі коштів, які витратили туристи у зв'язку з участю в заході; кількості створених робочих місць, сумі податкових надходжень. Масштабний характер івентів передбачає значний туристичний потік, що, в свою чергу, вимагає коректної оцінки впливу зростання витрат туристів на економіку регіону. В процесі розробки даної проблематики

сформувалися дві наукові школи: американська та європейська.

Американська дослідницька школа оперує оцінкою економічного впливу на основі результатів моделювання економічного ефекту в рамках моделі «витрати – випуск», де відправною точкою виступають витрати туристів, які виникають у зв'язку із задоволенням їхніх потреб при відвіданні івентів. Економічний ефект у даному випадку визначається як суто економічна зміна доходів «приймаючої сторони», що формується в результаті витрат туристів. Ці витрати співставляються із зростаючими показниками доходів економічних агентів, що дозволяє верифікувати дані та уникнути подвійного підрахунку. В результаті визначається показник доходів домогосподарств, згенерований одиницею витрат туристів [8, с. 54]. Загальна модель такого аналізу відображена на рис. 1.

івентів на території США. За умов використання системи коректуючих коефіцієнтів експерти часто залучають інформацію про витрати з інших (суміжних) досліджень, що дозволяє скоротити обсяг необхідних даних. Як правило, вибірки таких досліджень складають від 2 до 20 000 респондентів, що забезпечує різноплановість та репрезентативність отриманої інформації.

Другим за важливістю джерелом інформації є статистична звітність економічних агентів, залучених до організації івентів. При цьому необхідно відзначити високу якість, деталізацію та регулярність збору статистичних даних, які дозволяють коректно оцінити результати. Процес моделювання організований із залученням різноманітного програмного забезпечення (наприклад, IMPLAN), у якому закладені мультиплікатори та система перевірки, що дозволяє уникнути

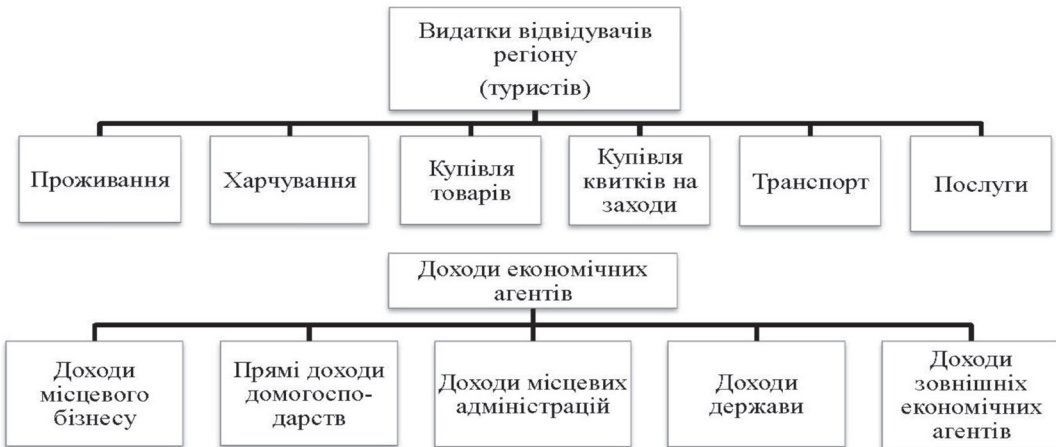


Рис. 1. Американська модель аналізу ефективності подієвого туризму.

Джерелом інформації для побудови моделі і визначення показників економічного впливу виступають як первинні, так і вторинні дані. У більшості досліджень використовують результати опитувань під час заходів, в яких респонденти самостійно визначають обсяги та характер своїх витрат. Для верифікації отриманої інформації використовують дані аналогічних досліджень різних за характером

дублювання підрахунку, а сама модель алгоритмізована. В підсумку, це дозволяє не лише належним чином оцінити економічний ефект організованого заходу, але й ефективно планувати вплив майбутніх івентів на економіку регіону [8, с. 55].

Незважаючи на цілісність та аргументованість, американська модель досліджень не позбавлена суттєвих недоліків. Вони зумовлені значним обсягом

необхідних для аналізу даних (а отже, і необхідністю значного дослідницького бюджету). Іншим суттєвим недоліком є замкнутість системи аналізу на економіці США та особливостях американської системи туризму, коли інтенсивність внутрішніх туристичних потоків дуже висока, а форма короткотривалих подорожей всередині країни є поширеною практикою дозвілля усієї нації.

Європейська дослідницька школа отримала свій розвиток завдяки конкурентній боротьбі територій за присвоєння статусу «Культурної столиці Європи» (European Capital of Culture). Статус надається одному або кільком європейським містам на один рік на основі заявки та конкурсного відбору. Історія проекту розпочалася в 1985 р. і стала наслідком ініціатив Європейських спільнот – міжнародної організації, яку можна вважати попередницею сучасного Європейського Союзу. Протягом перших п'яти років статус «Культурної столиці Європи» здобували визначні європейські культурні центри – Афіни, Флоренція, Амстердам, Берлін, Париж. Після цього вектор вибору змінився – статус почали надавати середнім за розмірами, історичним промисловим містам, котрі,

привертаючи увагу до своєї культурної спадщини та залучаючи таким чином додаткові кошти, отримали змогу покращувати міське середовище, розвивати інфраструктуру [11, с. 3]. Висока конкуренція міст призвела до необхідності порівняльних оцінок та формування прогнозів щодо ефективності проведення тих чи інших заходів. Сучасна європейська дослідницька методологія була сформована лише в 2008 р. Вона стала наслідком досліджень ефективності проекту «Liverpool European Capital of Culture in 2008» [10, с. 1932].

Європейська модель пропонує розглядати в якості основних показників економічного впливу:

- валову додану вартість, в тому числі на душу населення (Gross Value Added, GVA per capita);
- рівень зайнятості в цілому; кількість працівників, зайнятих в туризмі та роздрібній торгівлі.

Цей ряд економічних показників автори доповнюють даними, які відображають передусім культурні та соціальні ефекти, вплив на туристичну індустрію, а також управлінськими показниками [6, с. 56]. Узагальнений перелік показників відображений на рис. 2.

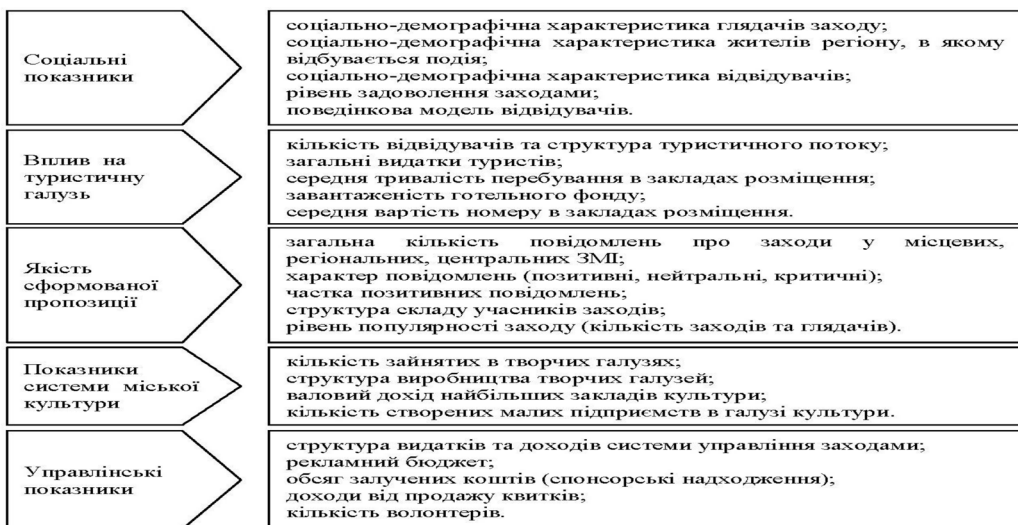


Рис. 2. Європейська система показників для оцінки ефективності заходів.

Джерелом інформації, як і у випадку з американською моделлю, є дані опитування глядачів, жителів та відвідувачів регіону. Також здійснюється відбір даних за підсумками проведених заходів на локальному, субрегіональному та регіональному рівнях. Він проводиться з метою визначити рівень поінформованості, задоволення від отриманих послуг та готовність у майбутньому відвідати той чи інший регіон. Іншим важливим джерелом даних є статистична звітність економічних агентів. Європейські організатори масових заходів визнають, що в окремих випадках звертаються з проханням до представників бізнесу формувати додаткову статистику (яка деталізує основні показники) [9].

Аналіз публікацій вітчизняних науковців та дослідників з близького зарубіжжя дозволяє зробити висновок лише про загальні тенденції у підходах до визначення ефективності подієвого туризму як інструменту економічного розвитку регіону. Для дослідників на пострадянському просторі оцінка прямого

економічного впливу проведеного в регіоні заходу безпосередньо пов'язана із підрахунком коефіцієнта окупності інвестицій (ROI). Цей показник ілюструє рівень дохідності чи збитковості заходу, враховуючи суму вкладених в його організацію коштів [2, с. 19]. Коефіцієнт окупності інвестицій можна вирахувати за формулою (1):

$$ROI = (GM - E) / E \quad (1)$$

де

GM – валовий прибуток регіону за результатами проведеного заходу;

E – витрати на організацію заходу.

Результат виражає відсоткове співвідношення. Нуль означає беззбиткову програму, а від'ємні показники – втрати інвестицій. Валовий прибуток використовується замість виручки, оскільки наочніше демонструє вплив заходу. На думку О. Алексеевої, його доцільно розраховувати на основі соціологічного опитування, схема якого відображена на рис. 3. Кількість респондентів при цьому повинна складати не менше 200 чол. на кожні 2 000 відвідувачів [1].

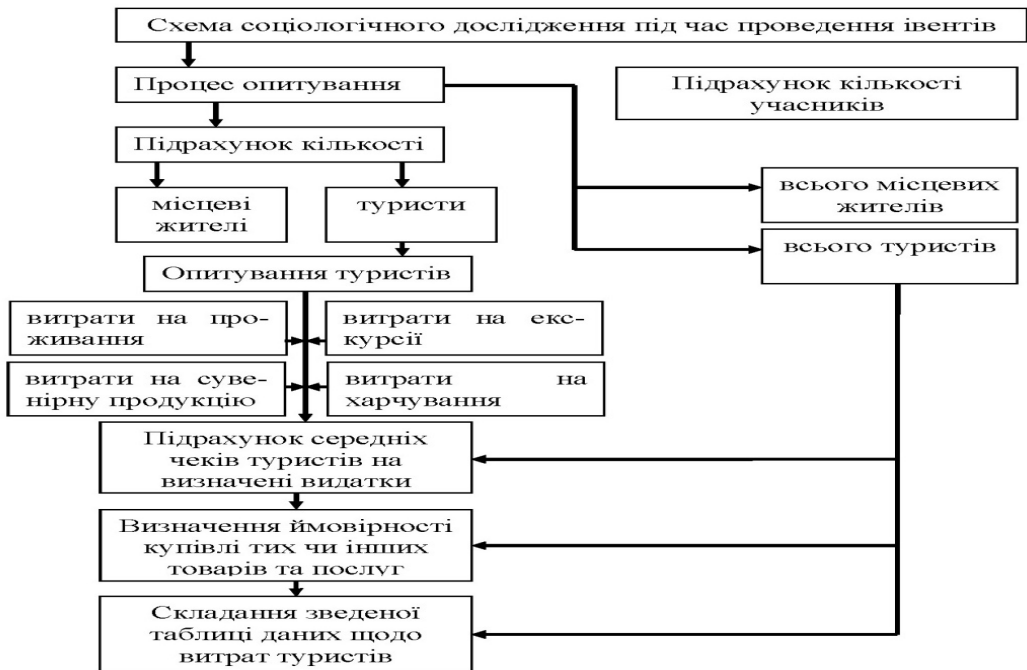


Рис. 3. Схема дослідження витрат туристів під час івенту.

Формула розрахунку валового прибутку виглядає наступним чином (2):

$$GM = TEa + TEd + TEs + TEe \quad (2)$$

де

GM – валовий прибуток за результатами проведеного заходу;

TEa – середні витрати туристів на проживання;

TEd – середні витрати туристів на харчування;

TEs – середні витрати туристів на сувенірну продукцію та атракції;

TEe – середні витрати туристів на екскурсії.

Середні витрати туристів на проживання під час відвідання івенту можна вирахувати згідно наступної формули (3):

$$TEa = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n xi \times m \times v \quad (3)$$

де

TEa – середні витрати туристів на проживання;

x – сума витрачена одним туристом на проживання;

n – кількість опитаних туристів;

m – загальна кількість туристів, які відвідали захід;

v – ймовірність купівлі тієї чи іншої послуги (товару) під час заходу.

За аналогічною формулою можна розрахувати середні витрати туристів на харчування, середні витрати туристів на сувенірну продукцію та атракції, середні витрати туристів на екскурсії.

Ймовірність купівлі тієї чи іншої послуги (товару) під час заходу можна вирахувати за формулою (4):

$$V = \frac{1}{n} \times 100\% \quad (4)$$

де

V – ймовірність купівлі тієї чи іншої послуги (товару) під час заходу;

l – кількість опитаних туристів, які скористалися тією чи іншою послугою (товаром);

n – кількість респондентів.

Таким чином, формула коефіцієнта окупності інвестицій для подієвого ту-

ризму набуває наступного вигляду (5):

$$ROI = \frac{(m \sum_{i=1}^n v \times c) - E}{E} \quad (5)$$

де

m – загальна кількість туристів, які відвідали захід;

n – кількість респондентів;

v – ймовірність купівлі тієї чи іншої послуги (товару) під час заходу;

c – середня сума витрат одного туриста;

E – витрати на організацію заходу.

Виведена формула не лише дозволяє оцінити прямий економічний ефект від проведеного заходу, але й надає можливість прогнозувати туристичні витрати та визначати необхідний обсяг інвестицій.

Необхідно відзначити, що реалізація масштабних заходів не завжди пов'язана з реальним комерційним успіхом. Тому важливим аспектом є те, що окрім прямого економічного впливу подієвого туризму існує також опосередкований економічний ефект, пов'язаний із підвищенням економічних показників у суміжних галузях: торгівлі, громадському харчуванні, транспорті тощо, а також із додатковими податковими надходженнями у державний та місцеві бюджети. Позитивний вплив на розвиток торгівлі передусім пов'язаний із торговельною лібералізацією. В липні 2001 р. Пекін здобув право прийняти XXIX літню Олімпіаду. Вже у вересні 2001 р. Китай успішно завершив переговори про вступ до Світової організації торгівлі (СОТ), офіційно підтвердивши свій курс на лібералізацію. Токійська Олімпіада 1964 р. співпала в часі зі вступом Японії до Міжнародного валютного фонду (МВФ) та Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР). Чемпіонат світу з футболу в Мексиці (1986 р.) супроводжувався торговельною лібералізацією та приєднанням країни до Генеральної угоди з тарифів і торгівлі [7, с. 78].

Не відкидаючи позитивного впливу перелічених заходів, критики такого



оптимістичного підходу до наслідків івентів звертають увагу на короткочасність позитивних ефектів. Ряд дослідників акцентують увагу на тому, що не варто очікувати довготривалого позитивного економічного ефекту від організації масштабних івентів. Оцінку таким заходам слід давати у ретроспективі, з врахуванням часу, витраченого на підготовку відповідної інфраструктури, будівництво закладів розміщення, спортивних об'єктів тощо [9]. Окрім того, навіть за умов позитивних тенденцій, організаторам загрожують два фактори негативного впливу – «ефект натовпу» та «ефект лінивця». «Ефект натовпу» полягає в тому, що очікування напливу туристів спонукає частину місцевих жителів виїжджати на період проведення івентів. «Ефект лінивця» зумовлений тим, що через великі витрати під час проведення масштабних заходів у наступні місяці резиденти скорочують свої витрати [4, с. 74].

**Висновки.** Таким чином, вплив подієвого туризму на соціально-економічний розвиток території є беззаперечним. Водночас вектор та значення цього впливу залишаються дискусійними, незважаючи на використання різноманітних методик дослідження. Вивчення економічної ефективності подієвого туризму потребує подальших наукових досліджень із використанням нагромадженого практичного досвіду у сфері організації івентів.

### Література

1. Алексеева О.В. Подход к оценке влияния событийных мероприятий на экономику региона [Электронный ресурс] / О.В. Алексеева. – Режим доступа до статті: <http://uecs.ru/makroekonomika/item/610-2011-09-14-06-54-28>.
2. Алексеева О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона : автореферат дис. ... кандидата экономических наук : 08.00.05. – «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – сфера услуг)» / О.В. Алексеева ; Российская

международная академия туризма. – Москва, 2012. – 24 с.

3. Бабанчикова О.А. Событийный туризм: современное состояние и перспективы развития / О.А. Бабанчикова // Формирование и реализация концепции развития внутреннего туризма в муниципальных образованиях : Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции (24 декабря 2013 г., Санкт-Петербург) / Под ред. С.Ю. Гришина, А.Б. Крутика. – СПб. : Изд-во СПбГУСЭ, 2013. – С. 47–56.

4. Генусов Б.Л. Экономический эффект от организации и проведения крупных международных спортивных соревнований / Б.Л. Генусов // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. – 2010. – № 1. – С. 74–75.

5. Герасимчук З.В. Регіональна політика івентивного туризму : методологічні засади формування та реалізації : Монографія / З.В. Герасимчук, В.Л. Поліщук ; Міністерство освіти і науки України, Луцький національний технічний університет. – Луцьк : Волиньполіграф, 2013. – 256 с.

6. Коновалов А.В. Формирование условий развития спортивно-событийного туризма в регионе : автореферат дис. ... кандидата экономических наук : 08.00.05. – «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – сфера услуг)» / А.В. Коновалов ; Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики. – Санкт-Петербург, 2007. – 24 с.

7. Рансбергер М. Мультипликативный эффект спортивных мероприятий мирового масштаба – миф или реальность? / М. Рансбергер, Е.В. Видищева // Вестник Сочинского государственного университета туризма и курортного дела. – 2010. – № 3 (13). – С. 78–81.

8. Шафранская И.Н. Оценка эффектов от мероприятий территориального маркетинга: мировой опыт и российская практика / И.Н. Шафранская, А.А. Мальцев // Региональная экономика: теория и практика : Научно-практический и аналитический журнал. – 2011. – № 44. – С. 53–62.

9. Fourie J. The impact of mega-events on tourist arrivals [Электронный ресурс] / J. Fourie, M. Santana-Gallego ; Stellenbosch University, La Laguna University. – Режим доступа до статті: [http://www.econrsa.org/papers/w\\_papers/wp171.pdf](http://www.econrsa.org/papers/w_papers/wp171.pdf)

10. Richards G. The impact of cultural events on city image: Rotterdam, cultural capital

of Europe 2001 / G. Richards, J. Wilson // Urban Studies. – 2004. – № 41(10). – 1931–1951.

11. European Capitals of Culture: the road to success. From 1985 to 2010. – Luxembourg : Office for Official Publications of the European Communities, 2009. – 69 p.

**Zarichnyak A.P. BASIC APPROACHES TO DETERMINE THE EFFECTIVENESS OF EVENT TOURISM AS A TOOL FOR ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION.** *The article singles out and analyzes the main approaches to determine the impact of event tourism in the region's economy. Emphasis is made on the fact that the economic impact of the event tourism is an assessment of changes in economic activity in the region, caused by tourists who visited the area to take part in a certain event. Large-scale nature of the event provides a significant tourist flow, which in turn requires correct evaluation of the increase spending tourists to the region's economy.*

*The research results further to detail the features of American and Western European techniques. The American research school is characterized by the evaluation of the economic impact on the basis of modeling economic effect in the model «input-output», where the starting point is the tourist spending arising in connection with their needs on visiting events. The economic effect in this case is defined as a purely economic change in income host, which is formed as a result of spending tourists. European model suggests to consider as key indicators of the economic impact the gross value added (including per capita) and the level of employment. The European researchers complement this number of economic indicators by the data that reflect the social and cultural effects, the impact on the tourism industry, as well as management indicators. In the former Soviet the method of estimating the direct economic impact of the event held in the region is directly related to the calculation of Return on investment (ROI).*

*It is defined the necessity of further research using accumulated experience in the*

*organization of events.*

**Keywords:** *event, event tourism, the economy of the region, return on investment.*

**Заричняк А.П. ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА КАК ИНСТРУМЕНТА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА.** *В статье выделены и проанализированы основные подходы к определению влияния событийного туризма на экономику региона. Сделан акцент на том, что экономическое влияние событийного туризма – это оценка изменения экономической активности региона, вызванная туристами, которые посетили регион для участия в определенных ивентах. Масштабный характер ивентов предполагает значительный туристический поток, который, в свою очередь, требует корректной оценки влияния роста расходов туристов на экономику региона.*

*В результате исследования детализированы особенности американской и западноевропейской методик. Экономический эффект в данном случае определяется как чисто экономическое изменение доходов принимающей стороны, которое формируется в результате расходов туристов.*

*Определена необходимость дальнейших научных исследований с использованием накопленного практического опыта в сфере организации ивентов.*

**Ключевые слова:** *ивент, событийный туризм, экономика региона, коэффициент окупаемости инвестиций.*