

УДК 332.14:339.137

Милян Р.Ю.
аспірант

Львівської комерційної академії

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ ПРОВЕДЕННЯ МІЖНАРОДНИХ МАСОВИХ ЗАХОДІВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЕКОНОМІКИ

METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE EVALUATION OF THE IMPACT OF INTERNATIONAL MEGA-EVENTS ON ECONOMIC COMPETITIVENESS

АНОТАЦІЯ

У статті окреслено методичні підходи до оцінювання соціально-економічних ефектів міжнародних масових заходів; узагальнено соціально-економічні ефекти, які виникають у результаті проведення міжнародних масових заходів; наведено приклади конкурентних переваг країн у проведенні міжнародних масових заходів для виявлення їх можливого впливу з позицій розвитку процесів глобалізації.

Ключові слова: міжнародний масовий захід, конкурентоспроможність, індекс конкурентоспроможності, методичний підхід, соціально-економічний ефект.

АННОТАЦИЯ

В статье обозначены методические подходы к оценке социально-экономических эффектов международных массовых мероприятий; обобщены социально-экономические эффекты, которые возникают в результате проведения международных массовых мероприятий; приведены примеры конкурентных преимуществ стран в проведении международных массовых мероприятий для выявления их возможного влияния с позиций развития процессов глобализации.

Ключевые слова: международный массовое мероприятие, конкурентоспособность, индекс конкурентоспособности, методический подход, социально-экономический эффект.

ANNOTATION

The article outlines the methodological approaches to the evaluation of socio-economic effects of international mega-events. The paper includes the overview of socio-economic effects arising after hosting international events. Examples of competitive advantages of countries in hosting international events are shown. Their possible impact from the standpoint of the globalization process is identified.

Keywords: international mega-event, competitiveness, competitiveness index, methodical approach, socio-economic impact.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації світового економічного простору масові заходи, події проекти міжнародного рівня стають одним з важливих інструментів підвищення конкурентоспроможності приймаючих територій. Такі події – не тільки ключове соціокультурне явище сучасності, а й інструмент поновлення соціальної, інженерної і транспортної інфраструктури, стимулювання економічного розвитку, спосіб підвищення іміджевої і репутаційної привабливості країни та регіону, а також підвищення рівня життя населення, в тому числі в період після завершення масового заходу. Саме тому актуальним є узагальнення методичних підходів до оцінювання впливу проведення міжнародних масових заходів на конкурентоспроможність економіки

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретичні положення міжнародного подієвого туризму та форм, через які він виражається, зокрема масові заходи, знайшли своє відображення у працях низки вітчизняних і зарубіжних вчених. Світова практика організації міжнародних масових заходів, а також теоретико-практичні аспекти виявлення і оцінки соціально-економічних ефектів у результаті проведення таких подій досліджуються у працях О. Гладунова, Я. Дубенюк, В. Кончіна, Г. Ліснера, Д. Лук'яненко та інших. Вагомість наукового доробку цих дослідників не заперечує актуальність проблеми обґрунтування методичних підходів до використання індустрії масових заходів у посиленні конкурентоспроможності відкритої економіки.

Постановка завдання. Метою статті є розвиток теоретичних основ та методичних підходів до обґрунтування стратегічних пріоритетів і сукупності заходів зміцнення конкурентних позицій України на основі використання індустрії масових заходів.

Досягнення означеної мети передбачало постановку та вирішення таких завдань:

- узагальнити методичні 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. Одним із найбільш комплексних показників ефективності розвитку туристичної галузі у контексті підготовки та проведення міжнародних масових заходів є туристичний мультиплікатор, розрахунок якого здійснюється на основі вивчення туристичного попиту за допомогою аналізу туристичних витрат.

За методикою Всесвітньої туристичної організації, туристичні витрати поділяються на три групи:

1) прямі (первинні) витрати – це витрати, які несуть туристи на купівлю товарів та оплату послуг у закладах туристичної індустрії (готелях, ресторанах), магазинах;

2) непрямі витрати – це витрати, що мають місце в подальших сферах здійснення операцій купівлі-продажу та витікають з прямих витрат (придбання товарів готельними закладами у місцевих товаровиробників);

3) похідні витрати – це зростаючі витрати споживачів, що виникають із додаткових особистих доходів, що генеруються прямими витратами (працівники готелів витрачають свою зарплатню на купівлю товарів та послуг).

Непрямі та похідні витрати формують вторинні витрати туристичної галузі.

В українській практиці сьогодні розраховується декілька кількісних показників впливу туризму на національну економіку: кількість зайнятих у туристичній сфері, частка туризму в ВВП країни, частка витрат на туризм в видатній частині бюджету та деякі інші. Але ці показники не дають можливості такого комплексного аналізу і визначення ролі туризму в національній економіці, який можна зробити за допомогою туристичного мультиплікатора. Для розрахунку комплексного диференційованого туристичного мультиплікатора в Україні вже сьогодні необхідно поступово впроваджувати міжнародні стандарти ведення статистики туристичної галузі. Але оскільки цей процес достатньо тривалий, паралельно з ним необхідно адаптувати існуючі моделі розрахунку окремих видів туристичних мультиплікаторів до особливостей ведення національної системи статистики. Це дасть можливість більш повно і глибоко вивчити вплив міжнародного туризму на сучасний розвиток галузей народного господарства України і визначити пріоритети розвитку даної сфери економіки.

У світовій практиці туристичні мультиплікатори розраховуються лише Всесвітньою туристичною організацією (ЮНВТО), яка отримує всі необхідні статистичні показники для їхнього розрахунку. Туристичні мультиплікатори розраховуються лише для тих країн, які надають необхідну статистичну інформацію. Для жодної з країн колишнього СРСР туристичні мультиплікатори не були розраховані у зв'язку з національними особливостями ведення статистики, і як наслідок, з відсутністю необхідних показників. У вітчизняній практиці сьогодні розраховується декілька кількісних показників впливу туризму на національну економіку: кількість зайнятих у туристичній сфері, частка туризму в ВВП країни, частка витрат на туризм в видатковій частині бюджету та інші. Але ці показники не дають можливості комплексного аналізу і визначення ролі туризму в національній економіці, який можна зробити

за допомогою туристичного мультиплікатора. Для розрахунку комплексного диференційованого туристичного мультиплікатора в Україні вже сьогодні необхідно поступово впроваджувати міжнародні стандарти ведення статистики туризму. Оскільки процес впровадження міжнародних стандартів достатньо тривалий, одночасно необхідно адаптувати існуючі моделі розрахунку окремих видів туристичних мультиплікаторів до національної системи статистики, що дасть можливість дослідити вплив міжнародного туризму на розвиток суміжних галузей економіки і обґрунтувати доцільні пріоритети його розвитку [1, с. 80].

Необхідність порівняння національних економік за певними критеріями дає достатньо повне уявлення про їх спроможність протистояти міжнародній конкуренції на власних ринках та на світових чи навіть глобальних ринках. Для цього необхідна розробка методики порівняльних оцінок міжнародної конкурентоспроможності як сукупності різноманітних методичних підходів та економетричних методів аналізу. Загалом, концептуальні положення методики оцінки міжнародної конкурентоспроможності базуються на сукупності оцінок порівняльних переваг національних економік за широким переліком індикаторів. Для комплексної оцінки конкурентоспроможності будь-якої національної економіки використовують підходи: ресурсний (оцінка рівня технологій, наявності капіталу, чисельності та кваліфікованості людських ресурсів, націленості країни природними ресурсами та її економіко-географічне розташування), факторний (моніторинг змін позицій країни на міжнародних ринках) і рейтинговий (інтегральне оцінювання стану економіки за тією чи іншою системою показників).

Найвідомішими за використанням експертно-рейтингових підходів дослідженнями реальної, у той же час статичної, конкурентоспроможності країн є щорічні Глобальні звіти про конкурентоспроможність Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) (Давос, Швейцарія) та Щорічник світової конкурентоспроможності Міжнародного інституту менеджменту та розвитку (Лозанна, Швейцарія). Вагомими дослідженнями, що також визначають рейтинги у міжнародних порівняннях, є розрахунки індексів: людського розвитку та якості життя (ПРООН); сприйняття корупції «Transparency International» (Берлін, Німеччина); «легкості» ведення бізнесу (Doing Business) Світового банку; глобалізації рейтингової компанії А.Т. Kearney та журналу Foreign Policy; глобалізації (KOF) Швейцарського інституту дослідження бізнес-циклів (Цюрих, Швейцарія); економічної свободи Heritage Foundation та журналу Wall Street Journal; стабільності (LEGS) економік країн, що розвиваються, компанії Lehman Brothers, Eurasia Group [2, с. 132-140] та ін.

Для урахування специфічних характеристик

послуги, у тому числі туристичної, як об'єкта економічних (контрактних) відносин, туристичного продукту, індустрії загалом і пов'язаних з ними суміжних галузей, які істотно впливають на якість послуг при оцінці (фактичної та прогнозованої) конкурентоспроможності туристичної сфери, доцільно скористатися трьома з зазначених вище методичних підходів. Зрозуміло, що найважливішими завданнями оцінки конкурентоспроможності туристичної сфери країни (чи окремої групи послуг) на міжнародних ринках є виявлення зовнішніх конкурентних переваг. Тому для оцінки конкурентоспроможності окремих сервісних галузей економіки на зарубіжних ринках, у т.ч. на ринку Польщі, доцільно проаналізувати рівень порівняльних переваг для основних груп послуг. На основі такого аналізу можна зробити не лише висновок про рівень конкурентоспроможності, але й про доцільність і засоби підтримки галузей і сфер з найвищими конкурентними перевагами на зовнішніх ринках. Найчастіше для кількісної оцінки порівняльних переваг використовується індекс виявленої порівняльної переваги Х. Ліснера та Б. Баласси (формула 1). Фактично цей показник представляє собою співвідношення частки експорту сектора (j) певної країни (i), взятої для аналізу, до частки експорту того самого сектора групи інших взятих для аналізу країн (ref) [3; 4; 5, с. 136]:

$$B_j^i = \frac{X_j^i / X_n^i}{X_j^{ref} / X_n^{ref}}, \quad (1)$$

де X_j^i – обсяг експорту товарів j -го сектору i -ої країни;

X_n^i – загальний обсяг експорту i -ої країни;

X_j^{ref} – обсяг експорту товарів j -го сектору аналізованих країн (ref);

X_n^{ref} – загальний обсяг експорту аналізованих країн (ref);

$j = 1, \dots, n$ – аналізована кількість країн;

$i = 1, \dots, n$ – кількість секторів економіки.

Якщо значення $B_j^i > 1$, то i -та країна має порівняльну перевагу в j -му секторі, тобто сектор важливіший у структурі експорту i -ої країни, ніж у структурі експорту інших аналізованих країн (ref).

Варто зазначити, що порівняння експорту України з експортом інших країн за групами послуг ускладнюється проблемами пошуку спільних класифікаційних підходів систем українського та зарубіжного статистичного обліку, що обумовлює неможливість використання стандартного індексу Баласси. Внаслідок цього доцільнішим є методичний підхід до розрахунку індексу виявленої порівняльної переваги французького Дослідницького центру прогнозування і міжнародної інформації, використовуваним сектором ринкового аналізу Міжнародного торгового центру ЮНКТАД / ВТО (формула 2):

$$RCA^i = \frac{1000}{(X_j^i + M_j^i)} \times \left[(X_j^i - M_j^i) - (X_j^t - M_j^t) \times \frac{(X_j^i + M_j^i)}{(X_j^t + M_j^t)} \right], \quad (2)$$

де X_{ij}^t – обсяг експорту послуг j -го сектору i -ої країни до групи аналізованих країн;

M_{ij}^t – обсяг імпорту послуг j -го сектору i -ої країни з групи аналізованих країн;

X_j^t – загальний обсяг експорту i -ої країни до групи аналізованих країн;

M_j^t – загальний обсяг імпорту i -ої країни з групи аналізованих країн.

Наведена методика дозволяє оцінити виявлену порівняльну перевагу країни порівняно з іншими країнами за певний період.

Для міжнародних порівнянь за рейтинговим підходом динамічності розвитку туристичної сфери та інфраструктури, ефективності державної туристичної політики використовують індекс конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму (ІКПТ), який відображається у «Звіті про конкурентоспроможність у сфері подорожей та туризму» ВЕФ. Необхідність дослідження конкурентоспроможності туристичного сектора економіки підтверджується виконавчим головою ВЕФ К. Швабом, який зазначає, що «...Усвідомлення важливості розвитку потенціалу цієї індустрії спричинило проведення глибокого аналізу туристичної конкурентоспроможності країн та формування індексу конкурентоспроможності. Метою індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму є забезпечення стратегічних інструментів для оцінювання факторів та політики, які формують привабливість розвитку туристичного сектору...» [6].

ІКПТ складається із 13 груп показників (загалом 53 показники), які утворюють три субіндекси:

1) структура регулювання (політичні правила та регулювання, регулювання охорони навколишнього середовища, безпека та охорона, здоров'я та гігієна, місце подорожей та туризму в системі національних пріоритетів);

2) бізнес-середовище та інфраструктура (авіатранспорту, наземного транспорту, туристична, інформаційна, зв'язок, конкурентоспроможність цін в галузі туризму);

3) людські, культурні та природні ресурси (людські ресурси, національна туристична привабливість, природні та культурні ресурси).

Проведення масових заходів міжнародного масштабу приваблює туристів, що відображає динаміка індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму для країн, у яких проводився конкурс Євробачення (табл. 1). Так, Російська Федерація, яка у 2009 р. приймала Євробачення-2009 покращила показник своєї конкурентоспроможності в сфері туризму з 4,04 у 2008 р. (місце у рейтингу країни – 64) до 4,14 у 2009 р. (місце у рейтингу країни – 59). Німеччина після проведення Євробачення-2011 посіла друге місце у рейтингу конкурентоспроможності країн у сфері подорожей та туризму, покращивши свій показник індексу конкурентоспроможності з 5,41 у 2009 р. до 5,5 у 2011 р. Посилення конкурентоспроможності у сфері

подорожей та туризму спостерігається і в Азербайджані, де відбувалося Євробачення-2012.

У наш час економічні дивіденди від проведення масових заходів (культурних, спортивних) характеризуються показником економічного впливу (economic impact) – загальним економічним ефектом для країни від зазначених витрат, пов'язаних із проведенням спортивного змагання.

Для виміру цього показника існують два основні методи. Перший метод – так званий «екс-анте аналіз» – це оптимістичний прогноз, що базується на прямій різниці між віддачею і вкладеннями. Інший метод – «екс-пост аналіз» – вимірює зміни таких чинників, як регіональний дохід, і відносить ці зміни до наслідків проведення спортивного змагання.

У 2002 р. південнокорейський дослідник Лі ввів поняття прямих і непрямих економічних наслідків проведення масового спортивного заходу. Прямий ефект пов'язаний з інвестиціями в інфраструктуру, з витратами організаторів і витратами споживачів. Непрямий ефект визначається такими нематеріальними речами, як підвищення іміджу країни у світовій спільноті, а також корпорацій, що представляють країну-господаря турніру. У потенціалі непрямий економічний ефект може бути матеріалізований у таких показниках, як обсяг експорту даної країни або обсяг іноземних інвестицій у національну економіку. Непрямий економічний ефект ставить під питання або робить екс-постаналіз неповним без урахування цього чинника [8].

Усі прямі й непрямі вигоди від проведення масових заходів пов'язані: з оновленням транспортної, комунальної, галузевої (спортивної, культурної, релігійної) соціальної, туристичної інфраструктури.

Ці вигоди мають безпосередній вплив на економіку країни, у т.ч.:

- генерація валової доданої вартості як підприємствами, прямо задіяними у будівництві, модернізації та обслуговуванні об'єктів транспортної, спортивної, комунальної, соціально-культурної і туристичної інфраструктури, так і в суміжних галузях економіки;
- забезпечення зайнятості населення;
- збільшення товарообігу;
- збільшення податкових надходжень у державний і місцеві бюджети;

- зміцнення малого і середнього бізнесу;
- створення перспективних агломерацій;
- посилення приватно-державного партнерства;

– формування мультиплікаційного впливу на економіку як у короткостроковому, так і довгостроковому періоді, що веде до зростання ВВП.

Низка позитивних ефектів від проведення масових заходів пов'язана зі зростанням міжнародної комунікації, що проявляється в таких аспектах:

- розвиток структур, відповідальних за міжнародну комунікацію, посилення міжнародної інтеграції;
- розвиток міжнародного і прикордонного співробітництва;
- поліпшення інвестиційного клімату й інвестиційної привабливості;
- залучення зовнішніх джерел фінансування інфраструктурних проектів, у т.ч. за рахунок зростання іноземних інвестицій, кредитів міжнародних фінансово-кредитних установ;
- відкриття країни мільярдами телеглядачів по всьому світу;
- розвиток туризму внаслідок відвідин туристів, що дізналися про країну завдяки масовому заходу;
- лібералізація візових режимів між країнами;
- посилення обміну інноваційними технологіями у сфері будівництва, виробництва та управління;
- набуття досвіду з організації та проведення міжнародних заходів.

Крім того, згідно з міжнародними дослідженнями, виявлено вплив міжнародних організацій, дотичних до організації масових заходів, на динаміку індикаторів фондових ринків. Так, наприклад, зафіксовано вплив рішень FIFA на фондові ринки країн-господарів чемпіонатів з футболу, а також успіху в чемпіонаті збірної певної країни на її фондовий ринок і рівень споживчих витрат [9].

Негативні наслідки пов'язані переважно із джерелами фінансування проведення масових заходів. У тому разі, якщо держава не в змозі залучити кошти інвесторів, витрати на будівництво і модернізацію інфраструктури покла-

Таблиця 1
Динаміка індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму для країн, у яких проводився конкурс Євробачення, 2008–2013 рр.

Країна	Індекс, місце в рейтингу	2008 р.	2009 р.	2011 р.	2013 р.
Російська Федерація (Євробачення-2009)	Індекс конкурентоспроможності	4,04	4,14	4,23	4,16
	Місце в рейтингу	64	59	59	63
Німеччина (Євробачення-2011)	Індекс конкурентоспроможності	5,41	5,41	5,5	5,39
	Місце в рейтингу	3	3	2	2
Азербайджан (Євробачення-2012)	Індекс конкурентоспроможності	3,72	3,84	3,85	3,97
	Місце в рейтингу	79	76	83	78

Побудовано за: [7]

даються на плечі платників податків країни – господаря заходу.

При цьому виникають такі проблеми:

– витрати на організацію міжнародних масових заходів зазвичай занижуються, а вигоди – завищуються;

– відсутність системного регулювання потоків ресурсів за проектами, що призводить до зростання рівня корупції та різноманітних зловживань;

– нецільове використання бюджетних коштів, призначених на підготовку до проведення заходу (завищення кошторисів або неналежне виконання робіт);

– системне недофінансування основних (захищених) статей бюджету;

– зростання соціальної напруги в суспільстві внаслідок несправедливого перерозподілу фінансових ресурсів;

– непомірне зростання боргової залежності держави та суб'єктів господарювання, загроза дефолту як на національному, так і на корпоративному рівні.

До значних втрат призводить недостатній рівень техніко-економічного обґрунтування під час укладення окремих договорів, непроведення належної роботи з геологічної та архітектурної розвідки.

Збільшення витрат державного і місцевих бюджетів, державних і комунальних підприємств може призвести до збільшення податкового тягаря і зростання вартості комунальних послуг.

Необхідно також відзначити можливий негативний вплив масових заходів на продуктивність праці внаслідок обмеження руху транспорту і роботи промислових підприємств у момент проведення чемпіонату. Крім того, на думку аналітиків світового інвестиційного банку Barclays, міжнародного Центру економічних і бізнес-досліджень, футбольні захоплення населення постійно обходяться десяти найбільшим економікам Європи в 0,3-0,75 % ВВП, або 8,1 млрд дол. США втрат. За словами аналітиків, причина в тому, що уболівальники не здатні нормально думати і працювати в період футбольного чемпіонату, всі їхні думки зайняті грою. Крім того, у ході чемпіонату уболівальники зазвичай вживають значно більше алкогольних напоїв, що також перешкоджає продуктивній роботі [10].

Оцінюючи негативний вплив масових заходів на економіку країн, що організують захід, важливо відзначити також такі наслідки:

– наслідки для довкілля: згідно з проведеним дослідженням норвезьких економістів на замовлення уряду ПАР в результаті проведення чемпіонату світу в атмосферу було викинуто 2,753 млн тонн вуглекислоти. Газета «The Guardian» також згадала про це на своїх сторінках, порівнявши спричинений футбольним чемпіонатом обсяг викидів вуглекислоти з шістьма тисячами польотів космічних човнів Shuttle

або виробництвом мільярда таких кулінарних виробів, як чизбургери [11];

– ефект витіснення (crowding-out): багато туристів, що зазвичай відвідують країну-господаря чемпіонату, в рік його проведення залишаються вдома;

– залучення зарубіжних підрядників і постачальників не дозволяє використовувати кошти, що виділяються з бюджетів, на розвиток вітчизняних підприємств;

– неефективний менеджмент може призвести до збитковості багатьох інфраструктурних об'єктів після проведення чемпіонату, в т.ч. стадіонів, готелів, аеропортів;

– недоліки в інфраструктурі, організації і проведенні чемпіонату автоматично несприятливо позначаються на іміджі країни-господаря, туристичних потоках, інвестиційній привабливості;

– неуспіх у чемпіонаті збірної країни-господаря негативно впливає на її фондовий ринок і рівень споживчих витрат.

Висновки. Отже, масові заходи (культурні, спортивні) мають значний потенціал як інтенсифікатора соціально-економічного розвитку держави. Разом з тим неналежна політика щодо менеджменту організації заходу, подальшого використання створеної інфраструктури містить серйозні загрози для конкурентоспроможності економіки. Кожен масовий захід спричиняє як позитивні, так і негативні соціально-економічні ефекти. Комплексна їх оцінка надає можливість визначити шляхи подальшого використання нагромадженого потенціалу для посилення конкурентоспроможності країни.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дубенюк Я.А. Туристичний мультиплікатор як комплексний показник розвитку туристичної галузі [Текст] / Я.А. Дубенюк // Регіональні проблеми розвитку туризму та рекреації : зб. наук. пр. / НАН України. Ін-т екон.-прав. дослідж. ; Ред. кол. : В.К. Мамутов (відп. ред.) та ін. – Донецьк, 2005. – С. 71-80.
2. Лук'яненко Д.Г. Глобальна економічна інтеграція : монографія [Текст]. – К. : ТОВ «Національний підручник», 2008. – 220 с. – ISBN 978-966-8897-05-4.
3. Liesner H.H. The European common market and British industry. – Economic Journal. – 1958. – № 68. – P. 302-306.
4. Balassa B. Comparative Advantage, Trade policy and Economic Development. – Harvester Wheatsheaf, New York. – 1989. – P. 41-79.
5. Кончин В. Категорія виявленої порівняльної переваги та оцінка перспектив України на Євроринку [Текст] // Журнал європейської економіки. – 2003. – № 1. – С. 135-147.
6. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007. Furthering the Process of Economic Development. – World Economic Forum, Geneva, Switzerland, 2007. – 462 pp. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.weforum.org>.
7. The Travel and Tourism Competitiveness Index 2013 Data Analyzer [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness/ttci-platform>.
8. Sterken E. Growth Impact of Major Sporting Events /

- E. Sterken // European Sport Management Quarterly. – 2006. – P. 375-389.
9. Гладунов О. Вуузела – новое средство против кризиса [Электронный ресурс] / О. Гладунов // Свободная пресса. – 13 июля 2010 года. – Режим доступа : <http://svpressa.ru/economy/article/27730/>.
10. Данилюк О. Футбол и экономика: прямое и косвенное влияние [Электронный ресурс] / О. Данилюк // – Режим доступа : <http://blog.management.com.ua/item/48>.
11. Знаете ли, что чемпионат мира по футболу [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ecofriendly.ru/content/znaete-li-hto-chempionat-mira-po-futbolu>.