

2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

3. Голуб Г.А. Інвестиційна привабливість виробництва і використання дизельного біопалива / Г.А. Голуб, С.В. Лук'янець // Економіка АПК. – 2013. – С. 54-60.

4. Гришко В.В. Енергозбереження в сільському господарстві / В.В. Гришко, В.І. Перебийніс, В.М. Рабштина. – Полтава, 1996. – 280 с.

5. Драганов Б.Х. Економія енергоресурсів у сільському господарстві / Б.Х. Драганов, Ю.М. Пчолкін. – К.: Урожай, 1983. – 80 с.

6. Стародуб Ю.П. Проект енергетичної безпеки України на основі власних геотермальних ресурсів [Електронний ресурс]. /Ю.П. Стародуб, В.М. Карпенко, В.М. Стасенко, М.С. Никорюк, О.В. Карпенко. – Режим доступу: [http://ldubgd.edu.ua/sites/default/files/files/starodyb\\_6.pdf](http://ldubgd.edu.ua/sites/default/files/files/starodyb_6.pdf).

7. Долінський А.А. Світовий досвід використання геотермальної енергії та перспективи її розвитку в Україні / А.А. Долінський, О.М. Ободович // Вісник НАН України. – 2016. – № 3. – С. 62-69.

8. Гавриш В.І. Визначення економічно доцільного напрямку використання біогазу / В.І. Гавриш // Економіка АПК. – 2014. – № 3. – С. 24-29.

## **ЭКОНОМИКА ОЛИМПИЙСКИХ ИГР: ОКУПАЕМОСТЬ ЗАТРАТ**

***МАТВИЕНКО А.И., ЕМЕЛЬЯНОВА А.В.,  
ПОЛОЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ***

Еволюция профессионального спорта как сферы экономической деятельности основана на экономических отношениях социума. В современных условиях преобразования общества данный вид экономической деятельности можно считать потенциальной сферой вложения материальных, трудовых и финансовых ресурсов, которыми располагает экономика [2, с. 67].

Проведение Олимпийских игр, как и любых крупных спортивных мероприятий в мире, предполагает инвестирования существенных затрат на организацию и проведения их.

Свои исследования олимпийской экономике посвятили такие ученые, как Марион Хамбрик, который совместно с Энн Пегораро (Луисвиллский университет) [5] анализировали потребительское

поведение в социальных медиа сообществах во время Олимпийских игр. Бенуа Сеген (Оттавский университет) и Норман Орейли (Лаврентийский университет) [8] решали задачи интеграции маркетинговых программ и бренд-менеджмента в Олимпийскую деятельность с направленностью на потребителей. Профессор Рональд МакКарвилл (Университет Ватерлоо) [7] изучал потребительское поведение на Олимпийских играх на предмет покупки продуктов (товаров, услуг) спонсоров, используя расширенную теорию планируемого поведения Айзена и предложил теоретическую модель для принятия решения потребителями о покупке.

Отметим, что проблема окупаемости инвестиций в профессиональном спорте, как на национальном, так и международном уровне, получила недостаточное освещение [3, с. 76], что негативно сказывается на пути экономического развития индустрии профессионального спорта в целом.

Приоритеты и оптимальные размеры государственных инвестиций в человеческий капитал спортивной индустрии рассматривается в направлениях, где возможность привлечения частных вложений не представляется возможным или неразумно, а в остальных ситуациях более целесообразно совершенствование рыночных механизмов, и в свою очередь, стимулирование частных вложений на основе налогово-кредитных механизмов [4, с. 68].

Необходимо подчеркнуть, что как правило, изначально заложенные бюджетные ассигнования на проведение Олимпийских игр, не покрывают всех затрат (таблица).

Для структуризации экономического эффекта от проведения спортивных мероприятий мирового уровня, можно выделить следующие показатели:

- прирост рабочих мест;
- динамика ВВП;
- вложения в организацию мероприятий;
- привлечение иностранного капитала.

Тайваньские ученые, Хуай-Чунь Ло (Университет Юань Зе), профессора Ченгли Тиен (Тайваньский государственный педагогический университет) и Хсиоу-Вэй Лин (Национальный Университет Тайваня) отметили [9], что экономические возможности от проведения Олимпийских игр для стран организаторов, эффективно проявляются в краткосрочной перспективе улучшения таких показателей, как валовой внутренний продукт, производительность и сокращение безработицы.

Таблиця 1

**Финансирование летних Олимпийских игр**

Год	Город проведения	Расходы по плану, млрд дол.	Реальные расходы, млрд дол.	Уровень государственного финансирования	Экономический эффект от проведения
1976	Монреаль	0,31	1,5	существенный	отрицательный
1980	Москва	–	3	высокий	несущественный убыток
1984	Лос-Анжелес	0,36	1,2	низкий	прибыль
1988	Сеул	1,7	4	низкий	прибыль
1992	Барселона	1,8	3	средний	несущественный убыток
1996	Атланта	1	1,8	низкий	несущественная прибыль
2000	Сидней	2,3	4,1	средний	несущественная прибыль
2004	Афины	1,6	11,6	высокий	убыток
2008	Пекин	17,3	43	высокий	убыток
2012	Лондон	15,2	19	средний	несущественная прибыль
2016	Рио-де-Жанейро	4,6	11,2	высокий	убыток

*Источник: собственная разработка на основе анализа данных [6].*

Процесс планирования и организации коммерческой деятельности в профессиональном спорте, можно характеризовать как систему экономических отношений, с возможностью генерировать доход. Для преобразования спортивного мероприятия из категории безвозмездного представления в полноценный бизнес-проект, который содержит в своей основе самокупаемость и прирост доходов, функционерам, принимающим управленческие решения необходимо искать новые креативные и прагматичные подходы, опираясь на эвентуальные возможности и детерминанты производства в индустрии профессионального спорта [1, с. 278], в том числе Олимпийских игр.

Все вышеизложенное, позволяет сделать вывод, что положительный эффект от проведения Олимпийских игр или крупных международных спортивных мероприятий, в большей степени зависит от возможностей привлечения спонсорских инвестиций и частного бизнеса. Государственные ассигнования же, как правило, направлены на создание институциональных основ для привлечения таких инвесторов для финансирования игр.

### **Литература.**

1. Матвиенко А.И. Проблемы и направления развития возможностей максимизации прибыли профессиональных спортивных организаций / А.И. Матвиенко, А.В. Емельянова // Материалы второй международной научно-практической конференции «Экономическая теория в XXI веке: поиск эффективных механизмов хозяйствования» (20-21 октября 2016 г.). – Новополюцк: УО «ПГУ», 2016. – С. 277-280.

2. Матвиенко А.И. Профессиональный спорт как отрасль национальной экономики / А.И. Матвиенко // Проблемы управления. – 2016. – № 4 (61). – С. 67-73.

3. Матвиенко А.И. Регулирование инвестиций в человеческий капитал профессиональных спортивных клубов в Республике Беларусь / А.И. Матвиенко // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D: Экономические и юридические науки. – 2015. – № 14. – С. 73-77.

4. Матвиенко А.И. Эффективность инвестиций в человеческий капитал в индустрии профессионального спорта на современном этапе / А.И. Матвиенко // Теоретико-методологические подходы к формированию системы развития предприятий, комплексов, регионов: [монография] / А.И. Матвиенко [и др.]. – Пенза: РИО ПГСХА, 2015. – С. 56-75.

5. Hambrick, M.E. Social Sochi: using social network analysis to investigate electronic word-of-mouth transmitted through social media communities / M.E. Hambrick, A. Pegoraro // International Journal of Sport Management and Marketing. – 2014. – Vol. 15, No. 3/4. – P. 120-140.

6. Olympic Games // The International Olympic Committee. [The electronic resource]. – 2016. – Access mode: <https://www.olympic.org/olympic-games>. – Date of access: 12.01.2017.

7. Potwarka, L.R. Predicting decisions to purchase from sponsors of the Vancouver 2010 Olympics / L.R. Potwarka, R.E. McCarville, K. Kaplanidou // International Journal of Sport Management and Marketing. – 2014. – Vol. 15, No. 5/6. – P. 238-260.

8. Seguin B. The Olympic brand, ambush marketing and clutter / B. Seguin, N.J. O'Reilly // International Journal of Sport Management and Marketing. – 2008. – Vol. 4, No. 1. – P. 62-84.

9. Tien, Ch. The Economic Benefits of Mega Events: A Myth or a Reality? A Longitudinal Study on the Olympic Games / Ch. Tien, H.-Ch. Lo, H.-W. Lin // Journal of Sport Management. – 2011. – Vol. 25, Issue 1. – P. 11-23.