

УДК 338.48

*Г. О. Темник,  
здобувач, Інститут світової економіки та міжнародних відносин НАН України*

## ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЧЕРЕЗ РЕАЛІЗАЦІЮ В УКРАЇНІ МАСШТАБНИХ МАКРОПРОЕКТІВ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ: ПРОВЕДЕННЯ "ЄВРО-2012"

*Порушено проблему реалізації в Україні масштабних макропроектів міжнародного туризму, обґрунтовано необхідність реалізації туристичного потенціалу країни та сформовано схему взаємодії рівнів управління при реалізації макропроєкту "Євро-2012".*

*Ключові слова: макропроект, міжнародний туризм, "Євро-2012", туристичний потенціал, управління.*

### ПРОБЛЕМА ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК З НАУКОВИМИ І ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Важливим напрямом розвитку України як туристичної країни в сучасних умовах є її ефективна інтеграція до світового ринку туристичних послуг, характер якого великою мірою визначає масштабні міжнародні спортивні події, такі як олімпійські ігри, чемпіонати світу та Європи тощо.

Національна туристична галузь має свідомо входити до системи світогосподарських зв'язків з метою якнайефективнішого використання всіх можливостей цих зв'язків та підвищення рівня власної міжнародної конкурентоспроможності.

Саме підвищення конкурентоспроможності вітчизняної туристичної галузі є тим орієнтиром, завдяки якому країна матиме змогу чітко окреслити свої роль та місце на міжнародному ринку туристичних послуг і значною мірою розширити можливості для реалізації не лише туристичного, але й економічного потенціалу країни.

Україна виборола право проведення у 2012 році Чемпіонату Європи з футболу. Існує багато аргументів, що підтримують вигоди від цієї події для розвитку економіки країни в цілому і туристичної галузі зокрема [1, с. 3—9], проте є також цілий ряд проблем, що суттєво обмежують реалізацію туристичного потенціалу нашої країни й здатні перетворити потенційно вигідне для країни явище — міжнародну спортивну подію — на збитковий, заполітизований проєкт [1, с. 9—13].

Саме тому в роботі увагу зосереджено на необхідності вирішення проблем реалізації туристичного потенціалу країни з метою забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної туристичної галузі. Лише за цієї умови можливе проведення заходів масштабу "Євро-2012" в Україні на високому світовому рівні.

Мета даної статті полягає в тому, щоб через виявлення головних проблем вітчизняної туристичної галузі та виділення сфер, де їхнє вирішення дало б вагомий поштовх до реалізації туристичного потенціалу України, сформуванню умови для ефективного реалізації в Україні такої спортивної події, як Євро-2012.

### АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Найважливіше теоретичне значення для дослідження проблематики міжнародної конкурентоспроможності, що визначає теоретичні засади конкурентоспроможності у цілому і туристичної галузі зокрема, має теоретична база, закладена Р. Солоу, М. Портером, Д. Рікардо, А. Смітом, К. Шапіро, Д. Фареллом, Г. Салонером, Е. Голдратом та іншими класиками економічної теорії.

Стосовно дослідження ефективності організації туристичних проєктів у сучасній науковій літературі виділяють такі напрями дослідження: соціальний, історичний, економічний, правовий, міжнародний та ін.

Серед вітчизняних учених, які досліджували теорію та формували методологію туристичної діяльнос-

ті, слід виділити В. К. Федорченко, А.Т. Матвієнко, М.П. Крачило, С.І. Попович, Г.П. Науменка, С.В. Хлоп'яка, В.С. Ковешнікова.

У більш практичному руслі, орієнтованому на проблеми менеджменту і маркетингу в туризмі, витримано праці іноземних авторів, зокрема В. Мідлтона, В.А. Квартального, М.І. Кабушкіна, Г.Ф. Шаповал.

На думку більшості сучасних учених, ефективна діяльність у сфері туризму можлива лише за умови побудови узгодженої, стабільної системи взаємодії всіх учасників туристичних проєктів, особливо це стосується масштабних проєктів міжнародного рівня — макропроектів міжнародного туризму.

Лише за цієї умови можливе досягнення синергетичного ефекту від використання конкурентних переваг окремих туристичних напрямів у вигляді підвищення конкурентоспроможності, а отже, й ефективності туристичних макропроектів у цілому. Цієї позиції дотримується і автор даної статті, що дістало відображення у даній роботі.

### ВИКЛАД МАТЕРІАЛУ І РЕЗУЛЬТАТИ

Важливою умовою успішної реалізації макропроектів міжнародного туризму є використання проєктного підходу з якісним обґрунтуванням управлінських рішень на кожному етапі реалізації проєкту, в першу чергу — до початку його реалізації.

Існує потреба у встановленні проблемної сфери реалізації макропроекту, її дослідженні та формуванні напрямів, які надалі розвиватимуться в конкретні заходи та проєкти. У даній роботі як макропроект розглядається спортивний захід — "Євро-2012"[2], реалізація якого здійснюватиметься на території України, а організація — на міжнародному рівні.

Обґрунтована оцінка економічної значущості "Євро-2012", як для міст, де проводимуться матчі, так і для країни в цілому, є важливим аспектом успіху реалізації туристичних макропроектів [3, с. 15—29]. У цьому сенсі важливо, щоб громада і оргкомітет приймаючого міста знали про масштаби економічних вигод, які ігри можуть принести.

Місцева влада, як і уряд, повинна мати глибоке та обґрунтоване розуміння того, як, коли і за яких умов істотні витрати ресурсів на забезпечення інфраструктури до, під час і після проведення матчів можуть бути компенсовані.

Важливо зазначити, що, як свідчать дослідження фахівців [4; 5; 6], проведення масштабних міжнародних спортивних заходів, таких як олімпіади, не завжди приносить фінансову винагороду.

Втрати організаторів при проведенні Мюнхенської Олімпіади 1972 року склали близько 300 млн дол.

США, при проведенні в 1976 році Олімпіади в Монреалі — більше мільярда доларів. Водночас прибутки від проведення Олімпіади у Лос-Анджелесі (1984) та Барселоні (1992) становили відповідно 370 млн і 5 млн дол. США [5, с. 18—20].

Таке зростання прибутків організаторів та збільшення економічного ефекту від масштабних спортивних подій пов'язані, в першу чергу, з розширенням медіаринку та розвитком індустрії розваг, особливо продажу телевізійних прав на трансляцію заходів, а також завдяки зростанню конкуренції на туристичному ринку та підвищенню очікувань щодо якості олімпійських об'єктів. Організаційні комітети повинні були виправдати зросли витрати, тому були вимушені підвищити ефективність організації заходів з метою збільшення доходів від їх проведення [7].

Фінансові результати від організації міжнародних спортивних заходів є дуже вузьким аспектом економічної вигоди. Більш широкий економічний вплив від проведення подібних заходів включає ефект для місцевої економіки через витрати туристів у місті перебування, вигоди у сфері розвитку цільових інвестицій в інфраструктуру в нерозвинутих регіонах і довгострокові переваги при формуванні іміджу країни як туристичного об'єкта, у чому велику роль відіграють міжнародні засоби масової інформації [8, с. 14—18].

Надходження від зростання кількості туристів спостерігаються і до, і під час, і після проведення масштабних спортивних заходів рівня олімпійських ігор або чемпіонатів світу та Європи з футболу [5].

Таким чином, усвідомлення, а найголовніше — об'єктивна кількісна та якісна оцінка важливості проведення масштабних спортивних заходів рівня "Євро-2012", є базою для формування інфраструктури та комплексу заходів за проектом.

Наразі постає питання про здатність і готовність конкретної країни, конкретних регіонів та міст до реалізації подібних заходів, про готовність туристичної індустрії та місцевої інфраструктури забезпечити належну якість як туристичних послуг, так і самих видовищних заходів.

Стосовно сучасного стану ринку туристичних послуг в Україні, який характеризується потребою в постійному розвитку підприємництва, вітчизняна наукова думка зводиться до того, що вже недостатньо враховувати лише існуючі потреби в діяльності туристичних підприємств, необхідно виявляти приховані потреби і враховувати їх при плануванні якості та розробки туристичного продукту [9, с. 5—7].

Саме ця позиція вимагає практичної реалізації в діяльності конкретних туристичних підприємств і підтримки

з боку держави. При цьому необхідно враховувати не тільки потреби груп споживачів, але й фірм і ділових кіл нашої держави та інших країн світу як потенційних споживачів туристичних послуг світового рівня.

На основі аналізу стану готовності туристичного бізнесу в Україні до участі в макропроектах рівня "Євро-2012", з огляду на необхідність забезпечення конкурентоспроможності туристичного продукту під час і після проведення чемпіонату (в очікуванні збільшення потоку туристів), було виявлено ряд проблем вітчизняної туристичної галузі, сформовано перелік напрямів, реалізація яких сприятиме вирішенню даних проблем, і показано безпосередній зв'язок між реалізацією туристичного потенціалу, з урахуванням усього комплексу проблем туристичної галузі економіки країни в цілому, та успішним проведенням в Україні масштабних макропроектів міжнародного туризму рівня "Євро-2012" (рис. 1).

Як підсумок аналізу умов реалізації в Україні масштабних макропроектів міжнародного туризму слід зазначити, що у формуванні заходів у межах макропроекту "Євро-2012", які на даний момент координуються державою й активізація яких стимулюється здебільшого політичними інструментами, основною комплексною проблемою функціонування системи контролю за якістю послуг є те, що не простежується й не доведено до відома кожного з учасників макропроекту (міських громад, органів міської влади, менеджменту будівельних організацій, туристичних підприємств, спортивних організацій тощо) усвідомлення чіткого зв'язку результатів діяльності (які, власне, на рівні держави і конкретних регіонів та міст не оцінено ні кількісно, ні навіть більш-менш обгрунтовано якісно, а на рівні конкретних учасників у нашій країні — часто пов'язуються з використанням корупційних схем) від якості праці кожного без винятку учасника макропроекту [10].

Автором даної статті сформовано схему взаємодії рівнів управління при реалізації макропроекту "Євро-2012", в якій представлено напрями горизонтальних і вертикальних зв'язків при формуванні рішень у межах макропроектів міжнародного туризму, а також окреслено основних суб'єктів управління, що діють на міжнародному та національному рівнях (рис. 2).

Виходячи з викладеного, керівництву країни необхідно донести до громадськості конкретні цілі щодо якості, контролювати їх виконання та заохочувати учасників проекту до досягнення позитивних результатів при підготовці до "Євро-2012", з орієнтацією, насамперед, на підвищення якості кінцевого продукту — туристичної послуги, що пропонуєть-

ся споживачеві під час проведення масштабного спортивного заходу рівня "Євро-2012".

Ефективна організація процесу управління при проведенні масштабних спортивних заходів рівня "Євро-2012" означає його проектування (планування) на макрорівні, тобто розробку заходів щодо реалізації цілей, якими керуватимуться потенційні туристи, які відвідають нашу країну під час Чемпіонату Європи з футболу, а саме — розробку турів, створення інфраструктури, надання якісних послуг, що входять у намічені плани туриста і підлягають обов'язковій реалізації.

Якість у туристичній діяльності є одним із найважливіших методів конкурентної боротьби, завоювання й утримання позицій на туристичному ринку. Врешті-решт підвищення якості втілюється в збільшення прибутку від реалізації масштабних макропроектів міжнародного туризму, а додаткові ресурси з цього прибутку як інвестиційні можуть використовуватися в економіці країни.

Важливим дослідницьким завданням, що визначає перспективи подальших досліджень, є використання найбільш відповідної форми методології для передбачення чистих економічних наслідків реалізації масштабних туристичних макропроектів у рамках міжнародних заходів подібних за масштабами до Євро-2012.

З метою проведення економічної оцінки впливу масштабних спортивних заходів повинні бути вирішені наступні завдання вилучаються:

1. Необхідно здійснити оцінку витрат, пов'язаних з проведенням цих заходів, оргкомітету (інфраструктурні витрати в період підготовки до ігор і під час їх проведення), фізичних осіб (транспорт, проживання, харчування і розваги), глядачів, спортсменів, офіційних осіб і представників засобів масової інформації. Необхідно диференціювати витрати мешканців від витрат нерезидентів, а також урахувати витрати, що вилучаються у приймаючого міста.

2. Ці витрати повинні бути класифіковані за видами продукції (товарів і послуг).

3. Необхідно сформувати модель для відображення взаємозв'язку між витратами, з одного боку, та доходами і зайнятістю населення — з другого.

## ВИСНОВКИ

Виявлення головних проблем вітчизняної туристичної галузі та виділення сфер, де вирішення вказаних проблем дало б суттєвий поштовх до реалізації туристичного потенціалу України, дозволяє сформувати умови для ефективного реалізації в Україні такої спортивної події, як Євро-2012, та підвищення конкурентоспроможності вітчизняної туристичної галузі на світовому ринку туристичних послуг.



**Рис. 1. Умови реалізації в Україні масштабних макропроектів міжнародного туризму рівня «Євро-2012»**

З позиції зростаючої конкуренції на туристичних ринках Європи та світу, постійного розширення ринку та підвищення зацікавленості споживачів туристичних послуг у відвідуванні нових країн існує природне бажання на рівні



**Рис. 2. Схема взаємодії рівнів управління при реалізації макропроекту «Євро-2012»**

туристичної галузі країни розширити свою частку на ринку.

Проблема в тому, що саме якість є основою забезпечення міжнародної конкурентоспроможності країни на ринку туристичних послуг, і лідерство на ринку слід реалізувати, базуючись на необхідності її підвищення.

Отже, зв'язок між якістю туристичного продукту і забезпеченням конкурентоспроможності туристичної галузі України в процесі підготовки до проведення масштабних спортивних заходів рівня «Євро-2012» є очевидним, і створення ефективних систем управління якістю, взаємодія між усіма учасниками макропроектів міжнародного туризму та впровадження інновацій у туристичну діяльність є запорукою успіху країни на міжнародному ринку туристичних послуг за сучасних умов.

### Література:

- ЄВРО-2012 у відгуках ЗМІ. Інформаційно-аналітичний бюлетень: Додаток до журналу "Україна: події, факти, коментарі". — К.: Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського, 2010. — № 10(37). — 55 с.
- Чужиков В.І. Глобальна метеоаналістика: історія та сучасна методологія: моногр. / В.І. Чужиков. — К.: КНЕУ, 2008. — 272 с.
- Воскресенский В.Ю. Международный туризм. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. — 255 с.
- Brown Adam and Joanne Massey. The Sports Development Impact of the Manchester 2002 Commonwealth Games: initial baseline research. — Manchester: Institute for Popular Culture, Manchester Metropolitan University and UK Sport, 2001. — 115 p.
- Barton L. The Economic Impact of the Olympic Games. Chapter 3. Pricewaterhouse Coopers European Economic Outlook, June 2004. — P. 18—25.
- Kasimati, Evangelia Economic Aspects of the Summer Olympics: a review of related research. — International Journal of Tourism Research, 2003. — P. 433—444.
- Харрис Г., Кац Р. Становление международного туризма в XXI веке. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 218 с.
- Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія і практика. навчальний посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2007. — 424 с.
- Міжнародний туризм у системі імперативів сталого розвитку: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.02 / Л.М. Побоченко; Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин НАН України. — К., 2008. — 18 с.
- Розвиток світового ринку туристичних послуг: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.02 / Я.А. Дубенюк; Донець, нац. ун-т. — Донецьк, 2008. — 20 с.

Стаття надійшла до редакції 09.03.2011 р.