

ІНСТИТУЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ

У статті визначено позиції України на міжнародному ринку туристичних послуг. Визначено фактори, що негативно впливають на інституційне середовище туристичної галузі України. Сформульовано необхідні заходи покращення інституційного середовища туризму, що забезпечить створення конкурентних переваг галузі країни на міжнародному ринку туристичних послуг.

В статье определены позиции Украины на международном рынке туристических услуг. Определены факторы, которые негативно влияют на институциональную среду туристической отрасли Украины. Сформулированы необходимые меры улучшения институциональной среды туризма, что обеспечит создание конкурентных преимуществ отрасли страны на международном рынке туристических услуг.

The position of Ukraine on the international tourist market was revealed in this article. The factors which affect on the institutional environment of tourism in Ukraine was defined. The necessary measures to improve the institutional environment of tourism was formulated that will provide a competitive advantage industry of the country in the international market of tourist services.

Ключові слова: туризм, інституційне середовище, міжнародний ринок туристичних послуг, конкурентні переваги.

Предметом дослідження сучасного інституціоналізму є поведінка господарюючих суб'єктів. Оскільки такі суб'єкти діють у певному інституційному середовищі, то аналіз складових інституційного середовища дає змогу визначити стан розвитку національного ринку на міжнародному рівні. Якщо інституційне середовище створює стимули для ефективної організації виробничого процесу, то структура ринку матиме значні переваги, які забезпечать конкурентоспроможність галузі.

Україна має досить широкий потенціал для розвитку галузі туризму, адже багата на культурні, природні, соціальні та рекреаційні ресурси, які приваблюють іноземних туристів. Але існування проблем, які пов'язані з інституційним середовищем, знижують позиції серед конкурентів на міжнародному ринку туристичних послуг.

Інституційне середовище та туризм є об'єктом дослідження багатьох науковців, а саме: А.Ходжаян [6], О.Царенка [7] В.Борщевського [1], В.Волошина [1], Т.Качали [2], Ю.Петрушенка [3], І.Кугука [3] та інших.

Інституційне середовище охоплює сукупність основоположних фінансових, політичних, соціально-правових правил та організацій, що визначають форму суспільного устрою і через формальні й неформальні обмеження (норми права, правила, постанови та добровільно прийняті норми поведінки, звичаї) регулюють поведінку суб'єктів економіки, тому й впливають на розвиток економічної системи суспільства [3].

Низький рівень конкурентоспроможності туристичної галузі України з позицій інституціональної теорії пояснюються недосконалістю складових інституційного середовища, що проявляється у: нерозвиненості ринкових

регуляторів; суперечливості законодавчої бази, що провокує двояке трактування законів, та відсутності надійного механізму нагляду за дотриманням чинного законодавства; низький рівень співробітництва у галузі туризму; неефективне використання туристичного потенціалу.

Тому метою даної статті є пошук шляхів покращення інституційного середовища, що сприятиме розвитку туристичної галузі України та забезпечить формування конкурентних переваг.

Основними завданнями статті є:

- визначення позицій України на ринку туристичних послуг;
- виявлення недоліків інституційного середовища галузі туризму України;
- пошук шляхів покращення інституційного середовища туристичної галузі

України.

Важливим є те, що інституційне середовище формується на основі синергетичного ефекту взаємодії його складових, що дозволяє розробити й запропонувати комплекс заходів, спрямованих на покращення об'єкта дослідження. Тому покращення цих складових сприяє формуванню інституційного середовища, яке є близьким до конкурентного. Тому слід проаналізувати усі складові середовища, виявити недоліки, що гальмують розвиток туризму.

Британський видавець путівників Lonely Planet проводив дослідження місць для відпочинку, які обирають туристи всього світу й визначив країну, яка користується попитом серед туристів у 2010 році. Лідером стала Ісландія. Ця країна за ціною є досить доступною для відпочинку, а її природні ресурси приваблюють іноземних туристів своєю незвичайністю. Україна до рейтингу не потрапила [4].

На Світовому економічному форумі (СЕФ) також опублікували рейтинг туристичної конкурентоспроможності країн Європи, де найвищі позиції зайняла Швейцарія, друге місце – за Німеччиною, далі розташувалися Франція, Австрія та Швеція. На нижчих позиціях виявилася Україна, яка не отримала значних переваг й опинилась поряд із Сербією, Молдовою та іншими країнами [5].

Низька конкурентоспроможність туристичної галузі України з позицій інституціональної теорії пояснюються недосконалістю складових інституційного середовища, що гальмують розвиток галузі туризму та знижують позиції України на міжнародному ринку туристичних послуг. Отже, виявимо основні недоліки інституційного середовища.

Проблемою у галузі туризму є перш за все недосконалість українського законодавства. В Україні обсяг прав туроператора відповідають обсягу прав турагента, що є неприйнятним у міжнародному законодавстві, оскільки туроператор має ширшу матеріальну базу, ніж турагент, який виступає посередником у господарському процесі.

Наступною проблемою є застаріла готельна інфраструктура, яка потребує оновлення, але відсутність коштів та значні бар'єри для залучення інвестицій

знижує можливість в найближчий час її покращити.

Іншою проблемою є нерозвинена транспортна мережа, де мало придорожного сервісу та інформаційного облаштування. Незадовільним є стан дорожнього покриття та безпеки дорожнього руху, що погіршує доступність туристичних ресурсів, знижує мобільність населення та якість національного туристичного продукту.

Іншою проблемою є неефективна діяльність туристичних фірм. На думку багатьох фахівців, кількість агентств і турфірм у нашій країні є дуже великою. Створення великої кількості турфірм породжує конкуренцію, у результаті чого багато фірм просто закриваються або оголошують про банкрутство.

До того ж, існує проблема некваліфікованих працівників туристичних фірм, які працюють не за спеціальністю, тому не знають основних прийомів та особливостей роботи з клієнтами. Професійні навички спілкування з іноземцями та вміння швидко й якісно надавати послуги є важливими якостями працівника у сфері туризму. Знання особливостей туризму на міжнародному рівні та багато інших аспектів визначає зацікавленість туристів у замовленні певного виду відпочинку або розваги.

Усі ці складові формують несприятливе інституційне середовище туристичної галузі України, що значно знижує можливості України стати гідним конкурентом іншим туристичним країнам.

Для покращення інституційного середовища слід впровадити наступні заходи:

- оновити законодавство України у галузі туризму щодо докладного трактування прав та обов'язків суб'єктів туризму для забезпечення безпечного пересування туристів та збільшення відповідальності за правопорушення;
- запровадити міжнародні стандарти серії ISO 9000 та ISO 14000 у галузі туризму України;
- слід розробити план фінансово-кредитної та інвестиційної підтримки туризму з наданням пільгових кредитів для будівництва, державних грантів на розробку туристичного продукту, запровадженням податкових канікул та переваг для інвесторів, у тому числі іноземних; додатково слід проводити у містах та областях семінари і тренінги з підготовки фахівців з розробки інвестиційних проектів туристичної інфраструктури;
- створити певний орган регулювання туристичної діяльності, який забезпечить координування та регулювання процесів інвестування туризму для забезпечення надійності вливання іноземних коштів;
- для регулювання діяльності та професійної оцінки слід призначити відповідальних за реалізацію та відбудову туризму у країні, які будуть звітувати на сесіях та проводити конференції у галузі туризму, що забезпечить як контроль, так і підвищення кваліфікації працівників турбізнесу.

Впровадження наступних заходів сприятиме покращенню інституційного середовища, зокрема його складових: фінансових, соціальних та економічних.

Адже розвиток туристичної галузі сприяє покращенню економічного стану країни, підвищенню її іміджу та формує передумови співпраці з іншими країнами за різними напрямками.

Підсумовуючи вищесказане, можна стверджувати, що Україна має досить високий потенціал розвитку туристичного бізнесу, що надає їй конкурентні переваги серед інших країн, але низький рівень інституційного забезпечення галузі гальмує розвиток. Для розвитку туристичного бізнесу необхідно, перш за все, створити сприятливе середовище для діяльності суб'єктів туристичної галузі, підвищити відповідальність суб'єктів туристичної галузі та забезпечити галузь необхідними коштами для створення необхідної туристичної інфраструктури.

Список використаних джерел:

1. Борщевський В. В. Інституційні аспекти підготовки до ЄВРО-2012 / Віктор Валентинович Борщевський, Володимир Іванович Волошин // Стратегічні пріоритети. – 2009. - № 4 (13).[Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: http://old.niss.gov.ua/book/StrPryor/SpPrior_13/13.pdf - Назва з екрану.
2. Качала Т. М. Сучасні проблеми інституційного розвитку України / Т.М.Качала // Вісник економічної науки України. – 2009. - № 2.).[Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Venu/2009_2/13.pdf - Назва з екрану.
3. Петрушенко Ю. М. Інституційні основи інноваційного управління розвитком ринку туризму в Україні / Ю. М. Петрушенко, І. О. Кугук // Туристическая библиотека [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: http://tourlib.net/statti_ukr/petrushenko.htm. - Назва з екрану.
4. Рейтинг найкращих країн для туризму у версії Lonely Planet [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <http://globalist.org.ua/ukr/2009-11-rejting-najkrashhix-kra%D1%97n-dlya-turizmu-u-versi%D1%97lonely-planet/> - Назва з екрану.
5. Україна опинилася на 38 місці з 42 європейських країн у рейтингу туристичної привабливості [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: http://www.publicity.kiev.ua/catalog/Novosti/Ukrayina_opinilasya_na_38_mistsi_z_42_yevropeyskih_krajin_u_reytingu_turistichnoyi_privablivosti.html. - Назва з екрану.
6. Ходжаян А. Інституційне забезпечення конкурентоспроможності економіки України / Аліна Ходжаян // Економіст. – 2010. - №2. – С.26-29. [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekonomist/2010_2/26_29.pdf. - Назва з екрану.
7. Царенко О.В. Методологічні основи створення інституційного середовища щодо формування конкурентних переваг регіонального ринку України / О. В. Царенко [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr/ep/2009_4/files/EC409_42.pdf. - Назва з екрану.