

3. Горлачук В. В. Теоретичні основи формування інноваційної моделі землекористування / В. В. Горлачук, О. В. Лазарева, О. М. Білоусов // Бізнес-навігатор. – № 1(27). – 2012. – С. 152–156.
4. Гуторов О.І. Управління земельними ресурсами: лекція / О.І. Гуторов, Т.Є. Черета; Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Х., 2013. – С. 42-50.
5. Добряк Д.С. Еколого-економічний механізм реабілітації деградованих і малопродуктивних земель сільськогосподарського значення / Д.С. Добряк // Економіка АПК. - № 9. – 2016. – С. 15.
6. Дорош О.С. Територіальне планування сільськогосподарського землекористування – основа його просторового розміщення [Електронний ресурс] / О.С. Дорош // Економіка природокористування і охорони довкілля. – 2012. – С. 95-100. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/epod_2012_2012_16
7. Дробот О.І. Концептуальні засади збалансованого використання земельних ресурсів у сільському господарстві / О.І. Дробот, М.Я. Височанська. – Збалансоване природокористування. – № 4. – 2016. – С. 134.
8. Економічні, екологічні та соціальні аспекти використання земельних ресурсів в Україні: колективна моногр. / за ред. д-ра екон. наук, професора, чл.-кор. НААН О.В. Ульянченка; Харк. нац. аграр. ун-т. – Х: Смугаста тип., 2015. – 320 с.
9. Колосюк А.А. Організаційно-економічний механізм управління сільськогосподарським землекористуванням у регіоні (за матеріалами Миколаївської та Одеської областей: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.06 «Економіка природокористування та охорони навколишнього середовища» / А.А. Колосюк; Міжнар. ун-т бізнесу і права. - Херсон, 2012. – 19 с.
10. Лазарева О. В. Методичні аспекти формування економіко-екологічного механізму управління землекористуванням / О. В. Лазарева // Економіка АПК. – 2006. – № 12. – С. 62–65.
11. Мартин А.Г. Землеустрій в Україні: сьогодення та майбутнє / А.Г. Мартин // Землевпорядний вісник. – 2016. – № 8. – С. 10-13.
12. Методика формування економічного механізму екобезпечного сільськогосподарського землекористування: наукове видання / О.І. Фурдичко, О.І. Шкуратов, М.Х. Шершун та ін. — К.: Екоінвестком, 2012. — 28 с.
13. Механізми управління земельними відносинами в контексті забезпечення сталого розвитку / Ш. І. Ібатуллин, О. В. Степенко, О. В. Сакаль [та ін.]. – К.: Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», 2012. – 52 с.
14. Сохнич О. Розвиток перспективного сільськогосподарського землекористування [Текст] : монографія / О. Сохнич, В. Горлачук, А. Сохнич. – Миколаїв: Іліон, 2011. – 192 с.
15. Степенко О. Управління земельними відносинами в Україні: механізми та напрями розвитку / О. Степенко, О. Сакаль, Н. Третяк // Економіст. - № 8. – 2014. – С. 42.
16. Стрішенець О. Стан та перспективи землекористування в Україні: порівняльний аналіз й інтенсифікуючи політика / О. Стрішенець // Економічний вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – № 4. – 2015. – С. 85-90.
17. Третяк А.М. Стан реформування земельної політики в Україні на сучасному етапі / А.М. Третяк // Землевпорядний вісник. – 2009. - № 6. – С. 13.

УДК 338.48

Наумік-Гладка К.Г., д.е.н., професор

Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця

РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ ЯК ФОРМА ДЕРЕГУЛЯЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Приділено увагу проблемам дерегуляції в сфері туристичної діяльності, досліджено закордонний досвід розвитку туристичної галузі за рахунок створення та використання національних туристичних адміністрацій, запропоновано використання державно-приватного партнерства для дерегуляції в сфері туризму.

Ключові слова: державно-приватне партнерство, національні туристичні адміністрації, туристична галузь, дерегуляція

Наумик-Гладкая Е.Г.

РАЗВИТИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ АДМИНИСТРАЦИИ КАК ФОРМА ДЕРЕГУЛЯЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Уделено внимание проблемам дерегуляции в сфере туристической деятельности, исследован зарубежный опыт развития туристической отрасли за счет создания и использования национальных

туристических администраций, предложено использование государственно-частного партнерства для дерегуляции в сфере туризма.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, национальные туристические администрации, туристическая отрасль, дерегулирование

Naumik-Gladka K.

DEVELOPMENT OF THE NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION AS A FORM OF DEREGULATION OF THE TOURISM INDUSTRY

The attention was paid to the problems of deregulation in the sphere of touristic activity, the foreign experience of development of the tourism industry through the creation and use of national touristic administrations was investigated, and the use of public-private partnership for deregulation in the field of tourism was proposed.

Key words: public-private partnership, national touristic administrations, tourism industry, deregulation

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Державні реформи дерегуляції, як відміни або скорочення державного регулювання в певній галузі суспільних відносин, має за мету зменшення контролю держави над веденням бізнесу, наприклад, для стимулювання вільної конкуренції на ринку [1]. Безсумнівно, що впровадження згаданих заходів може мати, як позитивні, так і негативні наслідки.

Так, Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження державного регулювання господарської діяльності» [2], було скасовано ліцензії для туристичних агенцій. Як наслідок, з'явилося багато нових туристичних агенцій, які повинні були створити нові робочі місця. Але наслідки цього рішення виявилися неоднозначними, тому що велика частка нових суб'єктів підприємницької діяльності – суб'єкти форми фізична особа – підприємець, які створені менеджерами та рядовими працівниками туристичних агенцій, що фактично змінили одне робоче місце галузі на інше, хоча б мали підвищити конкуренцію на ринку туристичних послуг. Натомість, такі заходи створили наступні наслідки.

Збільшення кількості агенцій призвело до: порушення балансу на ринку туристичних послуг; завади збільшення частки іноземних компаній (наприклад, створення агентських мереж); виникнення демпінгу цін туристичними агенціями.

Демпінг цін спостерігається за рахунок зниження суми комісійної винагороди, яку агенція отримує за продаж туристичних послуг. Так, агенції продають тури майже без комісійної винагороди, як наслідок зниження прибутковості бізнесу і відсутність коштів на запровадження заходів щодо розвитку бізнесу та підвищенню якості послуг (удосконалення сайту, навчання персоналу, відвідування рекламних турів тощо). Викладені обставини створюють умови для вірогідного банкрутства туристичних агенцій (не обов'язково в рамках провадження у справі про банкрутство, більше як неспроможність надання якісних послуг потенційним туристам через покриття касової різниці за рахунок наступних продажів), у стратегічному аспекті зменшення надходжень до бюджету.

Також, як негативний наслідок, збільшення туристичних агенцій приводить до стримання розвитку туристичних послуг за рахунок конкуренції крупних компаній (конкуренція здійснюється між маленькими підприємствами, які забирають певну долю ринку). Більш того, певні туристичні агенції, отримавши доступ до професійних сервісів та напрацювавши клієнтську базу, взагалі припиняють офіційну діяльність в якості суб'єктів підприємницької діяльності та працюють фактично як субагенти через консолідаторів або від імені туриста, укладаючи договори на продаж турпродукту напряму між туристом та туристичним оператором і самі у цих правовідносинах взагалі

офіційно не фігурують. У таких умовах про захист прав споживачів щодо якості послуг, наданих такими агентами, взагалі не йдеться.

Банкрутства туристичних операторів, які мали місце кілька років тому, наявно показали, що кошти туристам майже не поверталися.

Наведені приклади вказують на те, що дерегуляція у вигляді структурної перебудови або зняття певних прохідних бар'єрів для учасників ринку не є однозначним благом для ринку туристичних послуг і може мати зовсім протилежні наслідки.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Критики дерегулювання підкреслюють вигоди від регулювання економіки та вважають, що встановлення жорстких правил дозволяє компаніям ефективно конкурувати.

Сучасне регулювання в галузі туризму здійснюється правонаступницею установи Державна туристична адміністрація – Міністерство культури і туризму України [3].

В Україні за думкою дослідників [4,5] реалізується одна з моделей - «європейська» - державного регулювання туристичної діяльності, так само як у Франції, Іспанії, Великій Британії, Італії, на частину яких, згідно із даними ВТО [6], припадає близько 30 відсотків світових туристичних прибутків. Центральне місце європейської моделі займає взаємодія та співробітництво адміністративних органів влади із приватним сектором, що в результаті зумовлює появу державно-приватного партнерства, комбінованих за формою власності інститутів у туристичній сфері, що найбільш вдало реалізовано в Італії, Іспанії, Великій Британії.

Ціль статті Метою цієї роботи є дослідити питання дерегуляції в сфері туризму в аспекті створення національної адміністрації в туристичній галузі у формі державно-приватного партнерства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Реформа туристичної діяльності, що запропонована Міністерством економічного розвитку та торгівлі України, передбачає основні наступні заходи: запровадження механізмів відповідальності за якість послуг, зростання якості туристичних послуг та спрощення умов ведення бізнесу, ліцензування і дерегуляція ринку туристичних послуг [7].

При цьому, прем'єр-міністр України В. Гройсман на 21-му засіданні Національної ради реформ, зауважив, що необхідно говорити не так про дерегуляцію, як про розумну регуляцію. Вказана думка, на нашу думку є слушною та такою, що підтверджується особливостями українських реалій сьогодення [8].

Відповідно до міжнародної практики слід відзначити принципи регуляції туристичної галузі у Хартії туризму, прийнятій Генеральною асамблеєю Всесвітньої туристичної організації у 1985 р. Так, ст. 2 зазначає, що "держави повинні розробляти та проводити політику, спрямовану на забезпечення гармонійного розвитку внутрішнього і міжнародного туризму, а також займатися організацією відпочинку" [9].

На практиці державна політика спрямована на:

- ✓ посилення політичної та економічної стабільності країни;
- ✓ регулювання ролі туризму у формуванні державного бюджету країни;
- ✓ стимулювання конкуренції в сфері туризму;
- ✓ підтримку стандартів якості туристичних товарів та послуг;
- ✓ захист прав споживачів (туристів), наприклад від шахрайства або банкрутства туроператора;
- ✓ забезпечення достатнього інформування туристів;
- ✓ охорону довкілля (наприклад, за рахунок розвитку еко-туризму);
- ✓ посилення рівня туристичної привабливості для туристів (наявність та стан історико-культурних пам'яток, унікальних природних ресурсів та ін.);

✓ гарантування широкого доступу до туристичних послуг (наприклад, розвинення інфраструктури малорозвинутих районів, розробка туристичних послуг для малозабезпечених верств населення).

Регулювання туристичної галузі на основі розвитку державно-приватного партнерства здійснюється за допомогою різноманітних методів та інструментів державного регулювання. Найбільш ефективними вбачаються ті, які використовують інструменти маркетингу і просування, зниження ціни інвестицій у туристичні проекти з метою залучення іноземних інвесторів у туристичну сферу, а також податкові інструменти, які передбачають оптимізацію кількості податків для підприємств рекреаційно-туристичного комплексу, надання податкових пільг під конкретні проекти, які спрямовані на вирішення регіональних і соціальних проблем.

Так, Д. Соловйов вказує [10], що у сфері туризму такими об'єктами мають стати: — готелі, бази відпочинку, туристичні бази, санаторно-курортні заклади; — заклади харчування; — спортивні комплекси; — потенційні розважальні та торговельні центри; — парки та інші зони відпочинку; — історичні пам'ятки; — музеї, театри та кінотеатри, художні галереї тощо. Але автор не враховує такий об'єкт як інформаційні Інтернет платформи, хоча й передбачає реалізацію функції - створення якісних рекламних проектів та системи туристичної інформації для туристів.

Нажаль малий та середній бізнес майже ніколи не реалізує масштабні інвестиції в розвиток туристичних підприємств, або туристичних дестинацій, або туристичної інфраструктури. Таким чином, йому не під силу виконувати функції державної національної туристичної адміністрації. В державах з розвинутим туристичним сектором є такі організації, які підпорядковані, як правило, міністерствам, що займаються розробкою національних програм розвитку туризму, мають свої представництва по туризму в інших державах, розробляють програми, що мають збільшувати потік в'їзного туризму та забезпечувати туристичну діяльність. Наприклад, деякі з таких закордонних проектів представлені в таблиці.

Таблиця 1

Національні туристичні адміністрації

Країна, організація, сайт	Місія організації
Великобританія British Tourist Authority BTA www.visitbritain.com	Ми маємо унікальну роль у створенні туристичного продукту Англії, підвищуючи профіль Британії по всьому світу, збільшуючи обсяг і вартість експорту туризму
Італія ENIT www.enit.it	Просувати Італію як єдиний туристичний напрямок у всьому його розмаїтті
Ірландія Tourism Ireland www.ireland.com	Tourism Ireland для відвідувачів Ірландії. Інформація про розміщення в Ірландії, діяльність в Ірландії, події в Ірландії та багато іншого
Іспанія Turespana www.tourspain.es	Організація має сприяти Іспанії як країні призначення за кордоном, здійснює свою діяльність за кордоном через мережу іспанських офісів туризму, які залежать від посольств та консульств Іспанії
Норвегія Innovation Norway www.visitnorway.com	Метою visitnorway.com є просування Норвегії як туристичного напрямку. Міністерство торгівлі, промисловості і рибальства Норвегії поклав на «Innovation Norway» відповідальність за розробку і підтримку офіційного путівника по Норвегії.

На всіх ресурсах загальними є опції, які рекомендують місця для відвідування; варіанти проведення вільного часу, розміщення та харчування туристів; практична

корисна інформація щодо місцевих традицій, грошової системи, транспорту; номери екстрених служб.

Тому при створенні в Україні інформаційної платформи у форматі національної туристичної адміністрації є можливість використати існуючий досвід європейських країн.

Висновки: Україна є країною з високим туристичним потенціалом. Вона має ряд позитивних особливостей, які відрізняють її поміж сусідніх країн та можуть позитивно вплинути на розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, а саме значно нижчий рівень цін на туристичні послуги, ніж у сусідніх країн, вигідний для туристів валютний курс; конкурентні ціни для туристів порівняно з міжнародними туристичними центрами на туристичні послуги та можливості для рекреаційного, культурного, спортивного та інших видів туризму.

При цьому слід підкреслити, що нормативні акти дерегуляції у галузі туризму можуть негативно впливати на соціальні та економічні процеси, у зв'язку з чим рішення щодо дерегуляції повинні бути виваженими та враховувати інтереси усіх суб'єктів ринку. Також будь-які рішення, пов'язані з дерегуляцією туристичної сфери, мають бути реалізованими у рамках чітких норм та певних меж, що унеможливають порушення прав споживачів та забезпечують їх захист, обмежують недоброчесну конкуренцією, спрямовані на охорону навколишнього середовища, забезпечують належне інформування іноземних та вітчизняних туристів в умовах посиленої конкуренції, гарантують міжнародний рівень якості туристичних послуг.

Одночасно слід відзначити, що для України на сучасному етапі розвитку притаманний значний рівень правового нігілізму, відсутність чітких та зрозумілих норм ведення бізнесу спричиняють з одного боку додаткову тінізацію бізнесу, з іншого – надають контролюючим органам можливість використовувати закон з метою депривації бізнесу та створюють додаткові ризики корупції. До факторів, що, на нашу думку, мають визначати ступінь дерегуляції, також слід назвати нерозвинуту нормативно-правову базу, що регулює відносини в галузі туризму, відсутність достовірного статистичного обліку і як результат неможливість планування розвитку галузі, відсутність справедливої судово-правоохоронної системи, ефективних форм самоорганізації суб'єктів ринку, які зможуть замінити органи державного контролю.

Список використаних джерел:

- 1.Енциклопедія державного управління: у 8 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України К: НАДУ, 2011/наук.ред. Ю.В.Ковбасюк . Т. 1 : Теорія державного управління / наук.ред. : В. М. Кня- зев (співголова), І. В. Розпуненко (співголова). 748 с.
- 2.Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження державного регулювання господарської діяльності: [Закон України від 19 жовтня 2010 № 2608-VI] - Відомості Верховної Ради України (ВВР)/ - 2011. - № 11. - ст.69
- 3.Державна туристична організація України [Електронний ресурс] Режим доступу:<https://regulation.gov.ua/catalogue/regulators/id227/functions>
- 4.Давидова О.Г Моделі державного регулювання розвитку туристичної діяльності: світовий досвід [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. - 2012. - №10. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1480>.
- 5.Гостева Н.П. Механізми реалізації державної політики в галузі туризму // Науково-виробничий журнал «Держава та регіони» - . 2009. - № 3. С.27-32 (Серія «Державне управління»).
- 6.Офіційний сайт ВТО. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.wto.org>
- 7.Бедзир В. С. [Електронний ресурс] Державна дерегуляція як фактор зниження конкурентоспроможності регіонального туризму. / Бедзир В. С., Смочко В. Ю. Lviv Polytechnic National University Institutional Repository URL:<http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/32659/1/12-25-26.pdf>.
- 8.Гройсман В. на 21-му засіданні Національної ради реформ [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=9dUthG6vv84>
- 9.Хартія туризму [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_640
10. Впровадження елементів державно-приватного партнерства у функціонування туристичної сфери України/ Д. І. Соловійов// Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу -2013. - № 4 (24) - С. 33-36.