

Куц В.В., магістрант гр. МЕН-17-1 мд,

Бойко О.В., професор, д.е.н. – науковий керівник

УДОСКОНАЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Запорізька державна інженерна академія, кафедра МОУП

Актуальність теми полягає в тому, що на сучасному етапі не уточнено понятійний апарат теорії конкурентоспроможності в сфері туризму, мало дослідженими залишаються питання розробки конкурентних стратегій, не визначені фактори впливу на конкурентоспроможність туристичних підприємств. Для розвитку конкуренції в сфері туризму в Україні ще не створені всі необхідні умови. Негативними факторами є відсутність необхідних валютних умов, недосконалість правового регулювання відносин між споживачем (клієнтом) і туристичним підприємством, невідповідність діючої системи управління туризмом інтересам туристичних підприємств, постійне відставання від вимог часу темпів економічних реформ (структурна перебудова, податкова політика, акціонування, оренда, приватизація, система санації тощо).

Загалом конкурентоспроможність у галузі туризму можна оцінювати за окремими об'єктами (рівнями) управління: **держави, регіону, підприємства, продукту**. **Конкурентоспроможність держави** з точки зору привабливості для туриста визначається її спроможністю отримати конкурентні переваги над іншими туристичними центрами та набути статусу країни, яка приймає (у тому числі для іноземного туриста) протягом тривалого періоду (більше однієї туристичної подорожі). **Конкурентоспроможність регіону** визначають як здатність кожної регіональної системи до управління своїми конкурентними перевагами, раціонального й ефективного розміщення продуктивних сил з метою забезпечення стійкого фінансового та економічного становища, одержання максимальної вигоди, задоволення об'єктивних і суб'єктивних потреб на умовах самостійності та самофінансування, у межах існуючого законодавства. **Конкурентоспроможність підприємства у туризмі** – це узагальнююча характеристика стійкості підприємства, що обумовлюється ефективністю використання наявного ресурсного потенціалу, здатністю надавати привабливі за ціновими і неціновими характеристиками туристичні послуги, можливістю адаптуватися до змін динамічного конкурентного середовища. **Конкурентоспроможність туристичного продукту** можна розглядати як відповідність продукту потребам споживача, а також можливість його збуту на конкретному ринку туристичних послуг.

Таким чином, забезпечення сталого розвитку вітчизняної сфери туризму в умовах становлення в Україні соціально-орієнтованої ринкової економіки вимагає формування принципово нової системи галузевого управління. Її основними ознаками у найближчій перспективі мають стати удосконалення єдиної організаційної структури регулювання туристичної діяльності в країні, збалансування пов'язаних з цим повноважень та відповідальності органів центральної виконавчої влади і місцевого самоврядування, створення ефективного механізму їх взаємодії з господарюючими в галузі суб'єктами.

1. Ткаченко Т.І. Конкурентоспроможність в туризмі як провідний напрям сталого розвитку / Науково-інформаційний вісник Академії наук вищої освіти України / Т.І. Ткаченко/ 2012. - № 2(79). – С.96-104.

2. Гринькевич О.С., Біль М.М. Удосконалення оцінки конкурентоспроможності туристичного продукту регіону/ О.С. Гринькевич, М.М. Біль /Регіональна економіка 2009, №4. – С. 40-46. Електронний ресурс: http://ird.gov.ua/pe/re200904/re200904_040_GrynkevychOS,BilMM.pdf