

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
Тернопільський національний економічний університет
Івано-Франківський інститут менеджменту
Кафедра міжнародної економіки ІФІМ

СЕМЧІЙ Мар'яна Ярославівна

Перспективи в'їзного туризму в Україну

Спеціальність: 8.03050301 - Міжнародна економіка
Магістерська програма – Міжнародний туризм

Дипломна робота за освітньо-кваліфікаційним рівнем "магістр"

Студентка групи МЕМТзмі-54
М. Я. Семчій

Науковий керівник:
к.е.н., доцент, Островерхов В.М.

Дипломну роботу допущено
до захисту:

" ____ " _____ 2012 р.

Завідувач кафедри

_____ Куриляк В.Є.

Анотація

Семчій М.Я. Перспективи в'їзного туризму в Україні. - Рукопис.

Дослідження на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр» за спеціальністю «Міжнародна економіка». Івано-Франківський інститут менеджменту. – Івано-Франківськ, 2012.

В роботі здійснене комплексне дослідження теоретичних та аналітичних аспектів в'їзного туризму в Україні як одним із пріоритетних напрямів соціально-економічного розвитку країни, проаналізовано актуальний стан в'їзного туризму та аналіз туристичних потоків розвитку країни. Виявлені переваги та недоліки в'їзного туризму в порівнянні з попередніми роками країни. На підставі вивчення теорії і практики в'їзного туристичного потоку, розроблені стратегії розвитку та шляхи збільшення їх застосування в процесі реформування системи підтримки розвитку в'їзного туризму в Україні в умовах євроінтеграції.

Annotation

Semchiy M.M Perspective for inbound tourism in Ukraine. - Manuscript.

Research on the receipt of educationally qualifying level is a masters «degree» after the speciality 8.050103 «The international economy» are the Ivano-Frankivsk institute management. Ivano-Frankivsk. – 2012.

In work there is realizable complex research of theoretical and practical aspects of inbound tourism in Ukraine's one of the priority areas of socio-economic development the country, exposed advantages and lacks of inbound tourism compared to previous years the country. On the basis of studying of the theory and practice of inbound tourists, developed strategy and ways to increase their use in the course of reforming of system of support of development of the international inbound tourism in Ukraine in conditions eurointegration are outlined.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....	6
1.1. Передумови виникнення й розвитку туризму	6
1.2. Поняття в'їзного (іноземного) туризму	15
1.3. Нормативно-правове забезпечення туристичної діяльності.....	22
Висновки до 1 розділу.....	32
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	33
2.1. Стан та динаміка туристичних потоків в'їзного туризму в Україні.....	33
2.2. Аналіз чинників розвитку в'їзного туризму в Україні.....	43
2.3. Моніторинг результатів в'їзного туризму в Україні.....	53
Висновки до 2 розділу.....	61
РОЗДІЛ 3. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	62
3.1. Стратегічні напрямки розвитку в'їзного туризму в Україні.....	62
3.2. Шляхи збільшення туристичних потоків в Україні	72
3.3. Інноваційне забезпечення в'їзного туризму в Україні.....	84
Висновки до 3 розділу.....	94
ВИСНОВКИ	95
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	98
ДОДАТКИ.....	105

ВСТУП

Актуальність теми. В Україні умовах нестабільної економічної та політичної ситуації є необхідність поглибленого дослідження питань перспективи в'їзного туризму, оскільки на його частку припадає майже 10 % світового валового національного продукту, 11% усіх податкових зборів та 15 % світових інвестицій. Туризм в Україні забезпечує формування не більше 1% валового внутрішнього продукту в той час як в економічно розвинутих цей показник сягає 6-8%.

Необхідно формувати весь спектр умов для розвитку в'їзного туризму, оскільки він пов'язаний із великими потоком прямих іноземних інвестицій в економіку країни. Крім того завдяки розвитку іноземного туризму та збільшенню фінансування цієї галузі в країні краще та швидше розвивається інфраструктура, зокрема, транспортна, що сприятиме подальшому економічному зростанню не лише туристичної галузі.

Методологічні аспекти взаємозв'язку між чинниками, що впливають на розвиток в'їзного туризму в Україні, знайшли своє відображення в наукових працях Л.Дядечко, М.Жукова, І.Білецька, С.Цьохла, В.Кифяка.

Л.Дядечко досліджувала питання державного регулювання та пріоритетних напрямів розвитку в'їзного туризму в Україні наводить «як позитивні, так негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні і в світі». В свою чергу, М.Жукова пропонує «увесь комплекс факторів, що впливають на розвиток туризму поділити на дві групи: 1)фактори, діючі незалежно від діяльності організацій туризму; 2)фактори, що сприяють розвитку туризму, активно використовувані туристичними організаціями у своїй діяльності».

Серед українських вчених, що досліджують дані питання в сучасних умовах, можна виділити таких, як Бейдик О.О., Білецька І.М., Донцова Л.В., Кифяк В.Ф., Любіцева О.О., Мальська М.П., Сокол Т.Г., Худо В.В., Цьохла С.Ю., Чорненька Н.В. та ін.

За таких умов формування туристських потоків і забезпечення якісного їх обслуговування потребує особливої уваги науковців і практиків туристичної сфери діяльності, а в умовах проведення ЄВРО-2012 актуальність цих проблем посилюється. Визнається, що створення якісної інфраструктури туристичних бізнес-послуг виходить на перше місце серед проблем розвитку туризму [3], а проведення ЄВРО-2012 стала поштовхом до набуття туризмом пріоритетних темпів розвитку.

Мета роботи – дослідження розвитку сучасного стану в'їзного туризму в Україні.

Завдання дослідження. Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити такі основні завдання:

- сформулювати теоретичні та нормативно правові аспекти розвитку в'їзного туризму в державі;
- визначити головні чинники розвитку в'їзного туризму України та проаналізувати основні її туристичні потоки;
- встановити основні проблеми розвитку в'їзного туризму в Україні та перспективи його розвитку.

Об'єктом дослідження виступає в'їзний туризм в Україні .

Предметом дослідження є закономірності розвитку туристичної діяльності України, зокрема в'їзного туризму.

Методи дослідження. Методологічною основою є теоретичні положення і розробки вітчизняних і зарубіжних вчених в області туризму, загальнонаукові принципи проведення комплексних досліджень. В процесі дослідження використовувалися: методи групування і статистичного аналізу (при аналізі та оцінці динаміки в'їзного туристичного потоку); порівняльний і графічний методи (при визначенні динаміки кількості ліцензіатів та туристів, класифікація факторів впливу на розвиток туризму).

Інформаційна база. Нормативною базою для написання курсової роботи стали наступні нормативні акти: Закон України «Про туризм» (15.09.1995), Постанова Кабінету Міністрів України (17.08.2002) «Про утворення Наукового

центру розвитку туризму», Указ Президента України «Положення про Міністерство культури й туризму України» (20.04.2005), та інші нормативні акти згідно списку використаних джерел.

Наукова новизна магістерської роботи проведеного дослідження полягає в наступному:

- узагальнено теоретичні та прикладні положення в'їзного туризму як суспільно-географічного явища з урахуванням матеріалів українських наукових джерел;

- проведено оцінку та систематизацію чинників, що визначають привабливість комплексу в'їзного туризму України для іноземців;

- обґрунтовано систему рекомендацій по залученню іноземних споживачів на український туристичний ринок;

- запропоновано напрямки подальшого вдосконалення туристичної індустрії України та пріоритетні завдання для збільшення туристичних потоків;

Практичне значення отриманих результатів. Розроблені в дипломній роботі науково-методичні положення і практичні рекомендації є підставою для організації роботи керівників і менеджерів підприємств по забезпеченню зростання туристичних потоків в Україні.

Структура роботи. Магістерська робота викладена на 122 сторінках комп'ютерного тексту, складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (80) та 5 додатків, містить 12 таблиць, 14 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

1.1. Передумови виникнення й розвитку туризму

Туризм став реальним фактом економіки будь-якої країни. Не є виключенням і Україна.

Відомо, що процес пізнання людиною довкілля тісно пов'язаний із подорожами. Вже в давні часи народи Середземномор'я мали у своєму розпорядженні географічні описи, що давали загальне уявлення про сусідні території. Розвиток обміну і торгових зв'язків вимагав достовірної й докладної інформації про країни, їх населення та звичаї.

Історично склалось так, що сучасний туризм став результатом появи та еволюції подорожей. Люди подорожували завжди й залишали записи про свої мандрівки.

На стадіях зародження туризму мандрівники організовували подорожі самостійно. Метою подорожей було вивчення звичаїв і побуту, рівнів та особливостей розвитку народів і країн. Потім, в епоху Римської імперії, виникають перші елементи індустрії подорожей – заїжджі двори, причому як державні, так і приватні.

Розвиток християнства та торгівлі в середні віки привів до появи подорожей з метою розповсюдження релігії і реалізації товарів поза місцем їхнього виготовлення. У цю пору, говорячи сучасною мовою, інфраструктура подорожей поповнюється за внаслідок появи монастирів, а подальший розвиток одержують заїжджі двори за рахунок купців.

В епоху великих географічних відкриттів метою мандрівників, мореплавців і першопрохідників стало захоплення й освоєння територій.

Подорожі й екскурсії набувають форми туризму, причому основними джерелами покриття витрат на організацію екскурсій у далекі країни стають

внески осіб, що виявили бажання брати участь у поїздках, а також пожертвування меценатів. Таким чином, фінансовою основою відшкодування туристичних витрат стає переважно сам турист.

Поняття «тур» було введено до вжитку в 1750 р., а термін «турист» використовувалося як найменування учасника розважальних або освітніх подорожей (турів) [10 с.10].

Великого англійського реформатора Томаса Кука (1808-1892) справедливо називають «батьком» міжнародного туризму як сфери економічної діяльності, оскільки він уперше відзначив комерційні перспективи його розвитку. Т.Кук поклав початок організації туризму, створивши перше бюро подорожей, увів резервування місць у засобах пересування і розміщення, видавав якісні путівки з вичерпною інформацією.

На межі XIX і X ст. туризм перестав бути тільки об'єктом наукових досліджень філософії та соціальних наук, а став складною економічною структурою, в розвитку якої виділяється період після Першої світової війни і десятиліття після Другої світової війни. Особливу роль у популяризації усіх видів туризму зіграв розвиток авіа подорожей. Усе це сприяло виникненню економіко-філософського підходу до розуміння туризму в системі розвитку суспільства. При такому підході туризм пов'язується з економічним розвитком країни, розширенням наукових досліджень і підвищенням якості підготовки фахівців для сфери туризму.

Основними групами чинників виникнення подорожей, а загалом і туризму в суспільстві були наступні:

- соціальні (демографічні та міграційні процеси, розвиток суспільних відносин);
- економічні (розвиток економіки);
- географічні (особливості розташування країн та регіонів, необхідність налагодження зв'язку між ними);
- політичні (освоєння або завоювання нових територій, перерозподіл сфер політичного впливу);

- мотиваційні (особливості свідомості людей, ментальності; тобто потреби, мотиви, цінності, стереотипи та інші психологічні чинники, які впливали на вибір мети подорожі в ті чи інші періоди в певних регіонах);

- науково-технічний прогрес;

- екологічні (збереження навколишнього середовища, придатного для проживання та відпочинку людей).

У виникненні туристичної діяльності і розвитку туризму можна виділити 4 етапи:

1 етап – передісторія туризму — з найдавніших часів до 1841 р. — це початковий етап розвитку туризму;

2 етап – елітарний туризм і зародження масового туризму — з 1841 р. до 1914 р. — етап становлення організованого туризму ;

3 етап – початок становлення масового туризму — з 1914 р. до 1945 р. — формування індустрії туризму;

4 етап – масовий туризм - з 1945 р. до наших днів — глобалізація туристичної індустрії [10 с.11].

Розвиток туризму в світі привів до створення в 1951 р. Європейської комісії з туризму (ЄТС) і Карибської організації з туризму (СТО), а в 1957 р. – Азіатсько-Тихоокеанської асоціації з туризму (ПАТА). На міжнародному рівні в 1975 р. створено Всесвітню туристичну організацію (ВТО), що являє собою неурядове агентство, яке збирає і публікує дані про туризм, забезпечує технічну допомогу й організацію конференцій, підтримує програми навчання фахівців для туризму.

В Україні у першій половині XIX ст. серед передової української інтелігенції виникло зацікавлення своєю Батьківщиною, її історико-культурними та природними пам'ятниками. Зокрема значну увагу організації народознавчих мандрівок приділяли члени «Руської трійці» – М.Шашкевич, І.Вагилевич та Я.Головацький.

У другій половині XIX ст. було досліджено лікувальний потенціал Криму, Прикарпаття та Закарпаття.

На кінець XIX ст. припадає час створення перших туристичних бюро, які займалися організацією туристичних мандрівок у регіоні. Одним з перших було створено Ялтинське екскурсійне бюро (1895). Такі ж організації наприкінці XIX – на початку XX ст. було створено і в Галичині (у Львові, Перемишлі, інших містах краю). На цей же період припадає початок освоєння рекреаційно-туристичних місцевостей Яремчі, Ворохти тощо. В Українських Карпатах розвивається лещетарський туризм [26с.18-19].

У 20-х роках XX ст. на українських землях було відкрито перші будинки відпочинку, спочатку на Донбасі, а згодом і в інших придатних для цієї мети місцевостях. Водночас розвивається й курортологія. Для розв'язання проблем грязелікування та бальнеотерапії при захворюваннях серцево-судинної та нервової систем, органів травного тракту та сечовивідних органів тощо 1928 р. було створено Одеський науково-дослідний інститут курортології.

За часів туризм в Україні розвивався на профспілковій та відомчій основі. Путівки на бази та у будинки відпочинку надавали як своєрідний вид пільг. Профспілковим туризмом в Україні керував «Укрпрофтуризм», до того ж він розвивався доволі швидкими темпами - лише 10 % прибутку від путівок сплачували організації до місцевих бюджетів, а згодом ці кошти йшли на будівництво транспортних шляхів сполучення, відновлення і реставрацію історичних та культурних пам'яток тощо. В'їзним туризмом монопольно займався «Інтурист», а також «Супутник».

До 1991 р. рекреаційно-туристичне господарство України функціонувало в єдиному рекреаційно-туристичному комплексі. Курорти належали державі, керівництво туристичною діяльністю велося централізовано.

Період з 1990 до 1993 року був особливо важким для туризму в Україні. Обсяг туристичної діяльності на внутрішньому ринку зменшився в чотири рази, а кількість в'їзних туристів, які відвідали Україну, зменшилась на 80 %. Лише 120 тис. іноземних туристів було зареєстровано 1992 р.

Із прийняттям Верховною Радою України «Закону про туризм» (1995) (Додаток Б) розпочався новий етап відродження та розвитку українського

туризму. Сьогодні ж туризм розглядають як одну з найперспективніших, а тому - провідних у недалекому майбутньому галузей економіки України [14].

Для обслуговування туристів в Україні сьогодні використовують можливості понад 5000 закладів оздоровлення й відпочинку, майже 2400 готелів, мотелів, кемпінгів різних форм власності, 4500 транспортних засобів. Туристичною діяльністю займаються 4,8 тисячі підприємств, на яких працюють понад 120 тисяч осіб [26с.19].

Отже, про туризм в Україні серйозно заговорили, проголосивши його пріоритетним напрямом української економіки, а це дуже важливо для розвитку галузі.

У 1997 р. Україна стала дійсним членом ВТО, а у вересні 1999р. на 13-й Генеральній асамблеї ВТО в м. Сантьяго (Чилі) обрана в керівний орган ВТО – Виконавчу раду.

Туризмом в Україні на урядовому рівні займається Міністерство культури і туризму України, якому підпорядковується Державна служба туризму і курортів, а також Державна служба охорони культурної спадщини. В Автономній республіці Крим туризм підпорядкований Міністерству курортів і туризму, а в областях є відповідні підрозділи у складі державних адміністрацій. Найчастіше – це відділи з питань туризму і курортів.

Основною властивістю туризму є його здатність впливати на економіку регіону, країни і світу. На зв'язок між стадіями економічного розвитку країни і характерними рисами розвитку туризму одним з перших звернув увагу американський економіст П. Ротоу ще в 1959 р.. Незважаючи на те, що моделі економічного впливу туризму на сферу економіки набагато ускладнилися, гіпотеза П. Ротоу не тільки не застаріла, а й продовжує підтверджуватися новими статистичними даними і сучасними тенденціями.

Якщо оцінювати Україну виходячи з теорії П. Ротоу, то її варто віднести до мінливого суспільства, в якому соціально-економічні умови сприяють пріоритетному розвитку внутрішнього та в'їзного туризму[10с.18-19].

Туризм в Україні став наближатися до світового рівня. З'явилися й розвиваються підприємства, що спеціалізуються на туристичній діяльності

різних видів та організаційно-правових форм. Створено широку мережу туристичної індустрії, до якої входять засоби розміщення, об'єкти харчування, розважального, пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного, релігійного та іншого призначення.

Туризм розглядається і як форма розумового та фізичного виховання, яка реалізується через соціально-гуманітарні функції:

- виховну - формування почуття колективізму, моральних та естетичних якостей;

-освітню - закріплення та розширення знань з краєзнавства та країнознавства, природознавства, топографії, історії, знайомство з культурою та традиціями країн і народів світу;

-оздоровчу - дотримання оптимального режиму навантажень, використання сприятливого впливу природних факторів на стан організму, дотримання правил особистої та суспільної гігієни, розвиток адаптаційних можливостей, підтримка організму на достатньо високому рівні фізичної підготовки;

- спортивну - створення бази загальної фізичної підготовки, спеціальна підготовка з туристської техніки, досягнення максимальних результатів в туризмі.

Під туризмом розуміють популярну форму організації відпочинку, проведення дозвілля. Дуже часто туризм розглядається як різновид рекреації, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурно-розважальними цілями розширеного відтворення живих сил людини.

В сучасному світі більшість туристів віддають перевагу приватним туристичним подорожам. Заслуговує на увагу також той факт, що починаючи з 2001 р. частка іноземних громадян, які відвідали Україну в якості організованих туристів, зростає, а відповідна частка громадян України скорочується.

У 2010 р. послугами понад 4,8 тис. туристичних організацій України скористалося біля 2,3 млн. туристів та 1,10 млн. екскурсантів. Основною метою подорожей для усіх категорій туристів залишається дозвілля та відпочинок. У

порівнянні з попередніми роками спостерігається зниження кількості туристів, що обумовлено дією світової економічної кризи, яка суттєво вплинула на доходи населення, та примусила до економії коштів [54с.490]

Індустрія туризму – це міжгалузевий господарський комплекс, який спеціалізується на створенні тур продукту, здатного задовольняти специфічні потреби туристів в проведенні дозвілля в подорожі шляхом виробництва та реалізації товарів і послуг туристичного призначення.

Одне з перших визначень туристичної індустрії належить Конференції ООН з торгівлі і розвитку, відповідного до якого включають сукупність виробничих і невиробничих видів діяльності, що беруть участь у створенні товарів і послуг для мандрівників [5с.8-9].

Індустріалізація передбачає широке впровадження техніки та технологій в процесі виробництва, постійне оновлення виробничих потужностей, комплексну механізацію виробничих процесів, їх уніфікацію та стандартизацію з метою підвищення ефективності праці шляхом збільшення масштабів та скорочення строків виробництва .

Туризм як самостійна галузь світового господарства з 1988 р. займає 1 місце з обігу послуг, 2 місце – за обсягом валютних надходжень. У всіх розвинених країнах індустрія туризму – частина економіки. Її розвиток забезпечує:

- приплив у країну іноземної валюти;
- сприяє господарському освоєнню менш розвинених районів країни;
- залучає в господарський обіг природні ресурси,які не використовуються іншими галузями;
- впливає на розвиток інфраструктури;
- сприяє підвищенню рівня зайнятості місцевого населення.

З іншими галузями економіки її поєднують багато числення економічні зв'язки.

Сучасна індустрія туризму є однією з найбільш прибуткових та перспективних за темпами зростання галузей світового господарства. За оцінками Всесвітньої туристичної організації, ще наприкінці 2005 р. туризм

зайняв перше місце серед галузей світового господарства за обсягом експорту товарів та послуг. У 2010 р. міжнародні туристичні прибуття склали майже 935 млн. осіб, і принесли приймаючим країнам прибуток у розмірі 852 млрд. дол. США, у 2011 р. міжнародні туристичні прибуття зросли на 4-5%. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації, до 2020 р. кількість туристів зросте до 1,6 млрд. осіб за рік[5с.13].

Головна мета розвитку туризму – задоволення специфічних потреб туриста у відпочинку та враженнях, отриманих під час подорожі, шляхом надання послуг та забезпечення товарами, які зроблять її комфортною та сприятимуть здійсненню мети подорожування, об'єднує різні галузі та види діяльності як матеріального виробництва, так і невиробничої сфери в міжгалузевий комплекс, який характеризується значним взаємозв'язком компонентів та взаємозамінністю елементів.

До суб'єктів туристичної діяльності відносяться підприємства, установи, організації та фізичні особи, які зареєстровані у встановленому законодавством України порядку і отримали ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг.

Процеси створення та реалізації туристичного продукту й окремих туристичних послуг відносяться до туристичної діяльності. Розглядаючи туристичну діяльність глибше, варто виділяти в ній, з одного боку, техніко-технологічні та організаційні процеси, а з іншого боку – економіку цієї діяльності.

Економіка туристичної діяльності охоплює:

- створення та надання туристичних послуг в обсягах і в терміни, обумовлені договором на організацію подорожей;
- ефективне використання наявної і створення нової матеріально-технічної та ресурсної бази туризму;
- забезпечення валютних надходжень до бюджету держави (регіону) та отримання прибутку суб'єктами туризму;
- кооперування засобів туристичної діяльності;

•сприяння зайнятості населення та задоволення його різноманітних потреб.

До основних завдань економічної діяльності суб'єктів туристичного бізнесу відносяться:

- створення (комплектування) туристичного продукту;
- формування ринку туристичних послуг;
- удосконалення інфраструктури туризму;
- реалізація туристичних послуг через систему оптової й роздрібною торгівлі з використанням комп'ютерних технологій;
- пріоритетний розвиток внутрішнього та в'їзного туризму.

На розвиток туризму впливають як позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні і світі (Додаток А).

Вітчизняна туристична галузь відіграє надзвичайно важливу роль у соціально-економічному житті країни. Зростає її статус та зацікавленість держави в подальшому розвитку галузі, посилюється вплив туризму практично на всі сфери життя і діяльності людини.

Україна має всі об'єктивні передумови для інтенсивного розвитку не тільки внутрішнього, а й в'їзного та виїзного туризму. Найважливішим спонукальним мотивом туристичних подорожей є чисте середовище, незвичайні пейзажі, природа та унікальна культурна спадщина народів світу. Маючи вигідне геополітичне розміщення, Україна володіє великими туристично-рекреаційним потенціалом, мережею транспортних сполучень сприятливим кліматом, багатою флорою і фауною, культурно-історичними пам'ятками світового рівня та туристичною індустрією, яка швидко розвивається.

Підсумовуючи все вищевикладене і вивчене, можна зробити висновок, що інтенсивний розвиток туризму в Україні сприятиме зміцненню її економіки та її утвердженню як туристичної держави.

1.2. Поняття в'їзного (іноземного) туризму

Поняття «туризм» отримало свій розвиток з початком масової міграції значної кількості людей з метою змістовного проведення відпочинку. Проте, можна зазначити, що подорожування природно для людини перш за все як біологічній істоті, для якої рух та розвиток є невід'ємною потребою виживання, а з часів посилення інтеграційних процесів подорожування все більшою мірою стає психофізіологічною потребою. Також, мандрування є формою пізнання середовища і одним з засобів культурного обміну, комунікації, економічних контактів.

Схильність до мандрування є формою пізнання і одним з етапів набуття нової інформації та нових вражень. Мандрування є також засобом долаття бар'єрів – існуючих об'єктивних обмежень до розширення комунікаційних та інтеграційних процесів. Можна визначити такі найбільш суттєві бар'єри:

- природні (водні простори, гірські системи, пустелі та інші несприятливі фізико-географічні явища),
- культурні (етнічні, мовні, релігійні, побутові відміни тощо);
- технічні, пов'язані з долаттям відстаней (транспортні засоби, шляхи сполучення).

Схильність до подорожування є певною рушійною силою як особистого, так і суспільного розвитку, спрямованого на інтенсифікацію господарювання, пом'якшення соціального і політичного напруження, поліпшення умов життя шляхом пізнання природного та соціокультурного середовища життєдіяльності. Такими є об'єктивні передумови виникнення та поширення туризму як явища.

В основу визначення туризму, сформульованого Організацією Об'єднання Націй (Конференція з туризму та міжнародних подорожей, Рим, 1963 р. та Комісією зі статистики ООН (квітень 1998 р.), переглянутого та схваленого на конференції Всесвітньої туристичної організації зі статистик! подорожей та туризму в Оттаві (Канада) 1991 р., покладено аспект попиту: «Діяльність осіб, що подорожують та здійснюють перебування в місцях які знаходяться поза межами звичного середовища перебування, на період не

більше одного року поспіль з метою відпочинку, лікування, діловою та іншою»[31с.4].

Туризм, своїм розвитком зобов'язаний індустріальній стадії розвитку людства, якій був притаманний прискорений розвиток продуктивних сил, поглиблення поділу праці, розвиток урбанізаційних процесів. Прискорені інноваційні зміни, пов'язані з науково-технічним прогресом, сприяли загальному соціально-економічному розвитку певних країн, підвищенню рівня життя їх населення, змінювали характер праці, спосіб та стиль життя, що особливо позначилось в ХХ ст. розвитком урбанізації та змінами в системі розселення, постіндустріальною фазою розвитку економіки, поглибленням екологічних проблем та осягненням глобальних масштабів діяльності людства, гуманізацією всіх сфер суспільного життя. Саме за цих умов, що докорінно змінювали суспільні моделі життєдіяльності людства, туризм перетворився у форму проведення дозвілля, забезпечену діяльністю міжгалузевого комплексу по задоволенню потреб населення у відпочинку та оздоровленні, у потужну комунікативну складову глобалізаційного процесу[25с.78].

Особливого поширення туризм набув з посиленням глобалізаційних процесів в світовій економіці. В останні десятиліття ХХ ст. – на початку ХХІ ст. кількісний ріст інтеграційних елементів у різних сферах суспільного життя переріс у якісно нове явище, вищий щабель інтеграційного процесу, який отримав назву глобалізація. Інформаційна революція, кардинальні зміни в галузі науки, техніки, відкрили шлях до не бачених раніше масштабів і способів виробництва товарів і послуг на базі нових технологій. Людина отримала можливість завдяки Інтернету та іншим комунікаційним системам напряду вести діалог з суб'єктами у будь-якій точці земної кулі. Відбувається усвідомлення людьми планети своєї єдності, взаємозалежності, відповідальності за долю всього людства. Створюються нові стандарти, форми людського спілкування і співжиття, поступово долаються бар'єри, які стоять на шляху інтеграції. Усе це тісно пов'язують з процесом глобалізації

Остання чверть ХХ і початок ХХІ століття пройшли під знаком прискореного розвитку туризму, що перетворило його на глобальне явище за

масовістю, формами і технологіями організації відпочинку. Незважаючи на планетарний розмах, туризм залишився регіональним і національним за змістовним наповненням. Туристична індустрія світу, пропонуючи уніфіковані системи відпочинку й обслуговування, експлуатує регіональні природні відмінності і національну та культурну самобутність етнічних груп і місцевих громад, що у багатьох випадках стає головним мотивом для здійснення подорожі. У світовій господарській практиці важко знайти ще один вид продуктивної діяльності, який одночасно сприяє глобалізації господарства і розвитку регіонів.

Пріоритетним видом туризму для України залишається в'їзний (іноземний) туризм як вагомий чинник поповнення валютними надходженнями державної скарбниці та створення додаткових робочих місць [19].

В'їзний (іноземний) туризм - це поїздки відвідувачів-нерезидентів у регіоні, що знаходиться за межами їх звичайного середовища (подорожі в межах України осіб, що не проживають постійно в Україні) [46].

В'їзний туризм є однією з форм міжнародного туризму. В'їзний туризм - це подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території [14].

Розвиток в'їзного туризму на сьогодні є одним із пріоритетних напрямів державної політики в туристичній галузі. Загальновідомо, що у багатьох країнах світу в'їзний туризм активно працює на скарбницю та імідж держави, є однією з найважливіших категорій експорту, а часто - основним джерелом валютних надходжень. Україна ж має все необхідне для розвитку туристичної індустрії: природні умови, історико-культурні та матеріальні ресурси.

Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації, термін «в'їзний туризм» походить від французького *tour voyage* (прогулянка, поїздка за кордон) і являє собою подорож у вільний час, один із видів активного відпочинку.

За Н.Ф.Реймерсом, в'їзний туризм - це будь-яка подорож з метою відпочинку і знайомства з новими регіонами й об'єктами, а О.О.Бейдик дає наступне пояснення цього терміна: в'їзний туризм - це форма масового

подорожування та відпочинку з метою ознайомлення з навколишнім середовищем, що характеризується екологічною, освітянською та іншими функціями [22 с.10].

Як бачимо, будь-яке визначення поняття «в'їзний туризм» виключає момент отримання прибутку під час туристичної подорожі. Отже, туризм є популярною формою організації відпочинку, проведення дозвілля, пізнання краю, навколишнього середовища, знайомства з історією, культурою і традиціями певної країни.

Сфера туризму є доволі специфічною галуззю економіки, яка, окрім реалізації економічних функцій у підприємстві (отримання прибутку суб'єктами туристичного ринку), покликана вирішувати важливі соціальні, духовні та суспільні завдання. Поняття в'їзний туризм та туристичної діяльності – складне та багатогранне. Варто, зауважити, що єдиного підходу до даних дефініції немає. Так, наприклад:

Л. Абалкін визначає в'їзний як тимчасове переміщення людей із місця постійного проживання в іншу країну чи місцевість у межах своєї країни з метою отримання задоволення та відпочинку, в оздоровчих, пізнавальних цілях, але без здійснення оплачуваної діяльності у місті перебування [1с.4-9].

В. Квартальнов та М. Кабушкін зазначають, що в'їзний туризм – це поїздка (походи), які здійснюють у вільний час, що також не зв'язані з роботою і зміною постійного місця проживання, а є сферою послуг для задоволення потреб туристів і являють собою сукупність відносин і єдність зв'язків і явищ, що супроводжують людину в подорожах[20 с.514; 18 с.311].

З іншого боку, В Герасименко визначив в'їзний туризм як одну з форм міграції населення, що зв'язана з актом руху, подорожі, подолання простору, з іншого боку туризм – це суспільно-економічне явище, що є специфічною галуззю господарської діяльності[6с.54].

В.Азар продовжує дану думку про в'їзний туризм і ідентифікує його як «складну економічну систему різноманітними зв'язками між певними елементами в межах як народного господарства окремої країни, так і зв'язків національної економіки зі світовим господарством»[2с.76].

Р. Бернс у своїй публікації «Туризм: нові перспективи» наголосив на можливості поєднання соціальних та ділових цілей в'їзного туризму і довів, що продуктивність розв'язаних бізнес-ситуацій під час туристичної подорожі удвічі вища, аніж у звичайних робочих умов в офісі[79].

Ч. Голднер та Р. Річі також вважають, що в'їзний туризм є новою формою ведення сучасного бізнесу, яка дозволяє оптимізувати час менеджера (керівника), оскільки дає можливість поєднувати роботу з відпочинком одночасно[80].

Таким чином, можна виокремити два протилежних типи поглядів на трактування поняття «в'їзний туризм»: в'їзний туризм - подорожі з метою оздоровлення, пізнання, відпочинку, професійно-діловими цілями без здійснення оплачуваної роботи в місці перебування та можливістю виконання такої роботи.

На нашу думку, сучасний туризм, а отже і процес його організації (туристична діяльність) – це одна з важливих аспектів нової філософії бізнесу сьогоденного інформаційного і інноваційного суспільства, який в умовах гіпершвидких змін підприємницького середовища відкриває нові можливості вирішення проблеми тайм-менеджменту у всіх проявах, а саме – дає змогу паралельно та одночасно ефективно реалізувати дві функції – соціального характеру (оздоровчу, духовну та гуманітарну) та професійно-ділову (укладання угод, проведення нарад, вирішення стратегічних завдань тощо).

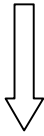
Регулювання в'їзного туризму в Україні здійснюється системою органів, що представляють майже всі гілки та рівні влади (рис. 1.1), причому, до цих процесів мають відношення не лише структури, що спеціалізуються на туризмі, але й інші, що обумовлено його специфікою [19].

В'їзний міжнародний туризм - подорожі, що організовуються для громадян іноземних країн територією своєї держави, пов'язані з перетином державного кордону з метою некомерційної діяльності на термін від 1 доби до 1 року.

Розвиток міжнародного в'їзного туризму є не лише джерелом валютних надходжень в економічну систему країни, фактором стабілізації регіональних

ринків праці, але й сприяє активізації відносин між країнами-учасницями туристичного процесу. Недаремно основними нормативними документами, що регулюють діяльність туристсько-рекреаційної сфери України, цей напрям визнано пріоритетним. Розвиток в'їзного туризму значним чином впливає на загальний стан цієї сфери. За розрахунками фахівців, її можна вважати ефективною тоді, коли обсяги в'їзного туризму втричі більші обсягів виїзного [11]. У зв'язку з цим виникає потреба активізації зусиль на розвиткові інкамінгу.

Інкамінг (з англ. incoming) - це туроперейтинг у сфері міжнародного в'їзного туризму, тобто діяльність, спрямована на створення пакетів туристичних послуг підприємствами, що працюють на території приймаючої країни, з розміщення, харчування, транспортування, організації дозвілля тощо і доведення їх до іноземних споживачів [31].

<i>Законодавчі влада</i>	Президент України	<i>Виконавча влада</i>
<p style="text-align: center;">Верховна Рада та її комітет</p> <p><i>Комітет з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - підкомітет з питань розвитку туризму; - підкомітет з питань курортів та рекреаційної діяльності. <p><i>Комітет з питань культури та духовності:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - підкомітет з питань охорони історично-культурної спадщини; - підкомітет з питань творчої діяльності, мистецтва, культурно-просвітницької та мовної політики. <p><i>Комітет у закордонних справах:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - підкомітет з міжнародно-правових питань; - підкомітет з питань зовнішньоекономічних зв'язків та транскордонного співробітництва. <p><i>Комітет з питань екологічної політики, природокористування та ліквідації наслідків Чорнобильської катастрофи:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - підкомітет з питань екологічної політики та екологічної безпеки; 		<p style="text-align: center;">Кабінет Міністрів</p> <p style="text-align: center;">Рада з питань туризму</p> <p style="text-align: center;">Центральні органи виконавчої влади:</p> <p style="text-align: center;"><i>Міністерства:</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Міністерство культури і туризму:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Державна служба туризму і курортів; - Державна служба з питань національної культурної спадщини; - Державна служба контролю за переміщення культурних цінностей через державний кордон України. <p><i>Міністерство транспорту та зв'язку України:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Державна авіаційна адміністрація; - Державна адміністрація залізничного транспорту України; - Державна адміністрація автотранспорту; - Державна адміністрація морського та річкового транспорту. <p><i>Міністерство закордонних справ:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Департамент консульської служби; - Департамент культурного та гуманітарного співробітництва.

- підкомітет з питань природокористування.

Міністерство економіки:

Продовження рис. 1.1

Комітет з питань будівництва, містобудування, житлово-комунального господарства та регіональної політики.

Й

- Департамент розвитку соціальної сфери;

- Департамент розвитку секторів економіки.

Міністерство з питань житлово-

Т

комунального господарства:

- Управління благоустрою, комунального обслуговування

У

та підготовки до Євро-2012;

- Управління розвитку житлової

Р

сфери.

Центральні органи влади зі спеціальним

И

статусом:

- Державна митна служба;

- Державна прикордонна служба.

Державні комітети:

- Державний комітет лісового

З

господарства;

- Державний комітет України із

М

земельних ресурсів.

Рис. 1.1. Структура державного управління розвитком в'їзного туризму

Характерними рисами інкаміngu як виду туристичної діяльності є:

- орієнтація на іноземних споживачів, що викликає низку труднощів, пов'язаних з маркетинговими дослідженнями, просуванням національного турпродукту, його ціноутворенням і реалізацією;

- необхідність використання тільки послуг національних постачальників, рівень якості яких відповідає міжнародним діючим стандартам (перш за все це стосується засобів розташування);

- власна нормативно-правова база діяльності (у тому числі, спеціалізовані правові акти щодо порядку реєстрації, ліцензування, сертифікації, забезпечення

страхування тощо), особливо та, що стосується видів туризму, що дісталися нам у спадок (спортивний, самодіяльний, дитячо-юнацький, лікувальний і т.д.);

- необхідність ратифікації численних наднаціональних правових актів і міждержавних угод з метою поглиблення туристичних взаємовідносин України з іноземними державами [31].

1.3. Нормативно-правове забезпечення туристичної діяльності

Вітчизняна туристична галузь відіграє надзвичайно важливу роль у соціально-економічному житті країни. Зростає її статус та зацікавленість держави в подальшому розвитку галузі, посилюється вплив туризму практично на всі сфери життя і діяльності людини. Прийнятий Верховною Радою України 15 вересня 1995 року Закон «Про туризм» констатує: «Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки і створює сприятливі умови для туристичної діяльності»[22 с.71].

Що особливо важливо, це визначення повністю відповідає рекомендаціям Гаазької міжпарламентської конференції з туризму (10-14 квітня 1989 р.) - найавторитетнішого туристичного форуму сучасності, де зазначено: «Країни повинні визначити свої національні пріоритети та роль туризму в « ієрархії» таких пріоритетів, а також оптимальну стратегію розвитку туризму в рамках цих пріоритетів»[22с.72].

Рекомендації конференції містять також тези, що мають винятково важливе значення для розвитку туризму. Вони стосуються ролі парламентських, урядових та інших державних інституцій в організації туристичної діяльності, а також планування розвитку туризму: « Необхідно, щоб державна влада на всіх рівнях у всіх країнах, особливо парламенти, відігравали активну роль у справі створення сприятливих умов для туризму і, зокрема, надавали фінансові та інші ресурси для реалізації всеохоплюючих програм, присвячених туризму.

Нинішній і майбутній розвиток туризму потребує активнішої підтримки з боку урядів у плані інформації та просування туризму, а також забезпечення

інфраструктури; необхідно освоювати нові ринки, робити кроки щодо забезпечення співпраці в усіх сферах - державних і приватних - в інтересах максимального заохочення сектора туризму(Додаток В).

Для сприяння розвитку туристичної галузі в Україні, державними органами влади розроблено Концепцію Державної цільової соціальної програми розвитку в Україні спортивної та туристичної інфраструктури у 2011-2022 роках. Метою Програми є розвиток спортивної та туристичної інфраструктури, створення умов для отримання права на проведення в Україні зимових Олімпійських та Параолімпійських ігор 2022 року [39].

Туризм необхідно планувати на комплексній основі, брати до уваги всі аспекти законодавства, що стосуються інших секторів, таких як транспорт, зайнятість, охорона здоров'я, сільське господарство, зв'язок та ін.»[22 с.72].

Нормативно-правова база туристичної діяльності регулюється як спеціальним, так і загальним законодавством.

Структура органів законодавчої й державної влади, які мають законодавчі та нормативні повноваження щодо регулювання господарської діяльності (рис. 1.2) [5 с.44].

У цій системі можна виділити декілька блоків, головним з яких є господарське законодавство, яке ґрунтується на статтях та нормах Конституції України щодо регулювання питань власності підприємництва, компетенції вищих органів державної влади (Верховної Ради, Президента, Кабінету Міністрів) у нормативному регулюванні видів господарської діяльності.

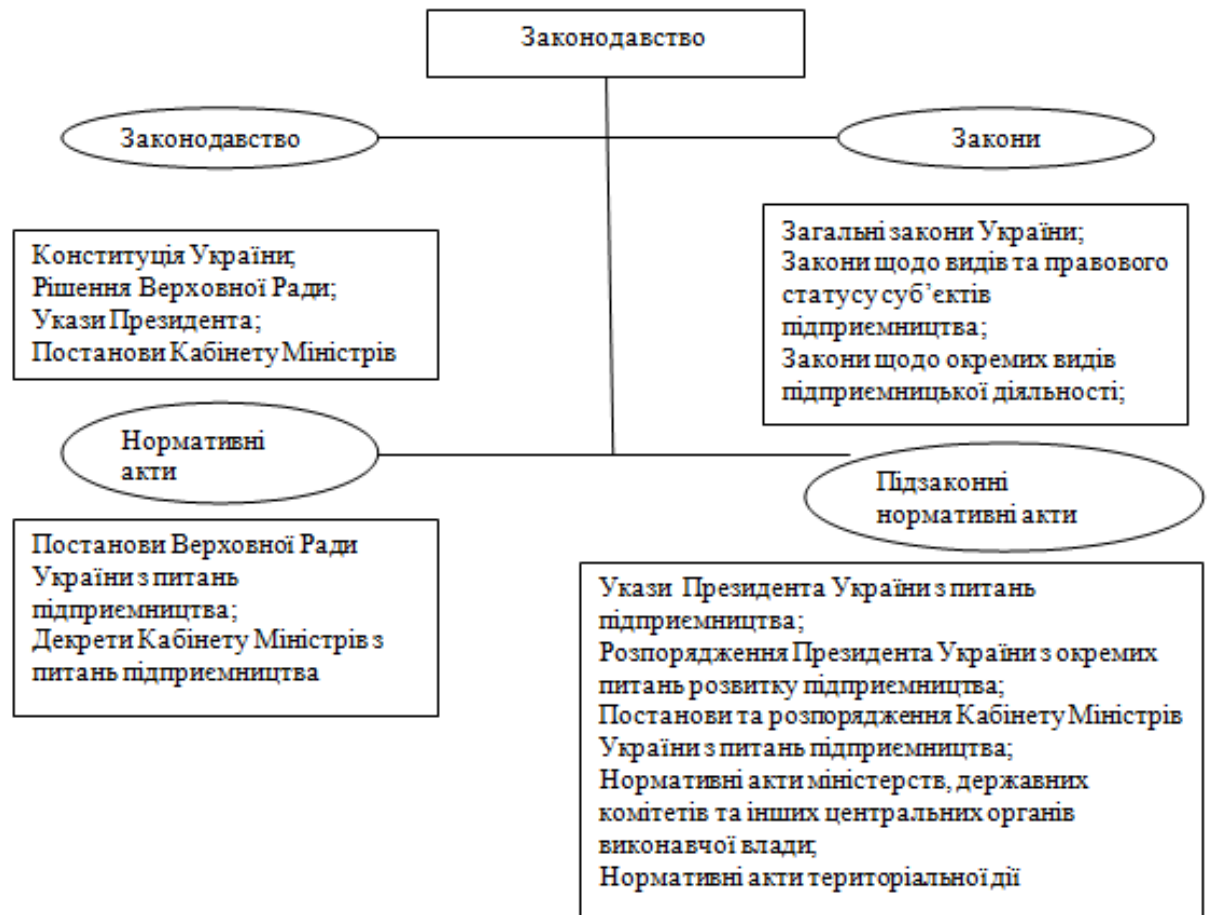


Рис. 1.2. Система законодавства України

Таким чином, до норм загального законодавства належать:

- Конституція України, якою закріплені основні права і свободи людини, їх гарантії;
- Господарський кодекс України;
- Закони України – «Про захист прав споживачів», що є основою державного регулювання безпеки товарів і послуг з метою захисту людини, її майнового та природного середовища; «Про порядок виїзду із України і в'їзду в Україну громадян України»; «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті»; «Про страхування»; «Про рекламу»; «Про державний кордон України»; «Про охорону навколишнього природного середовища»; «Про правовий статус іноземців»; «Про охорону культурної спадщини» тощо.

Потрібно визнати, що реалізація цих рекомендацій повільно, але розпочинається і в Україні. Зроблено перші реальні кроки на шляху законодавчого забезпечення та комплексного планування розвитку вітчизняної туристичної галузі.

Так, правову базу діяльності туристичної галузі країни закладено Законом України «Про туризм». Він є основоположним законодавчим актом, що визначає загальні правові, організаційні, виховні та соціально-економічні засади реалізації державної політики в галузі туризму, всебічно регламентує туристичну діяльність в Україні, створює умови для стимулювання ділової активності суб'єктів туристичного підприємництва, забезпечує оптимальний рівень державного регулювання процесу розвитку вітчизняного туризму. Закон України «Про туризм» став правовим підґрунтям для розробки цілого комплексу галузевих нормативно-інструктивних документів, що регламентують конкретні аспекти туристичної діяльності.

Про визнання вагомості туризму, його впливу на розвиток життя країни свідчать останні Укази Президента України від 02.03.2001 року «Про підтримку розвитку туризму в Україні» та від 14.12.2001 року «Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у галузі туризму».

В цілому ж державна політика в галузі туризму визначається Верховною Радою України. Згідно із Законом України «Про туризм» основними напрямками державної політики в цій сфері є:

- залучення громадян до раціонального використання вільного часу, проведення змістовного дозвілля, ознайомлення з історико-культурною спадщиною, природним середовищем, організація оздоровлення населення;
- забезпечення раціонального використання та збереження туристичних ресурсів, становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, створення ефективної системи туристичної діяльності для забезпечення потреб внутрішнього та іноземного туризму;
- створення та вдосконалення нормативно-правової бази в галузі туризму відповідно до чинного законодавства України, норм і правил;
- захист прав та інтересів держави в галузі туризму;

- створення сприятливого для розвитку туризму податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів контролю;
- створення економічних умов, які стимулюють розвиток туризму;
- запровадження пільгових умов для організації туристичної та екскурсійної роботи серед дітей, підлітків, молоді, інвалідів та малозабезпечених верств населення;
- заохочення національних та іноземних інвестицій в розвиток туристичної індустрії;
- встановлення порядку стандартизації, сертифікації та ліцензування в галузі туризму;
- впровадження системи статистичної звітності суб'єктів туристичної діяльності;
- визначення порядку управління державною власністю у туризмі;
- створення рівних можливостей на ринку туристичних послуг для суб'єктів підприємництва незалежно від форм власності, сприяння розвитку конкуренції, забезпечення дотримання антимонопольного законодавства;
- забезпечення безпеки туристів, захист їх прав, інтересів та майна;
- підтримка розвитку туризму в регіонах, визначення статусу окремих туристичних центрів, створення умов для пріоритетного розвитку туристичної індустрії;
- організація та розвиток системи наукового забезпечення галузі туризму, підготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів;
- розвиток співробітництва із зарубіжними країнами та міжнародними організаціями, участь у міжнародних програмах розвитку туризму, розробка та укладання міжнародних двосторонніх і багатосторонніх договорів у галузі туризму та визначення механізму їх реалізації.

Закон України «Про туризм» констатує, що центральним органом державної виконавчої влади в галузі туризму є Державний комітет України по туризму, повноваження якого визначаються цим законом та положенням, що затверджується Кабінетом Міністрів України. Але у зв'язку з реорганізацією структурних підрозділів уряду Державний комітет України по туризму було

реформовано, спочатку у Державний комітет молодіжної політики, спорту і туризму шляхом об'єднання з іншими комітетами, а з 2002 року створено Державну туристичну адміністрацію України, яка є правонаступником вищевказаних формувань, реалізує державну політику в галузі туризму і несе відповідальність за подальший його розвиток .

Орган державної виконавчої влади в галузі туризму бере участь у підготовці проектів законодавчих та інших нормативних актів з питань туризму. В межах своїх повноважень він:

- розробляє і затверджує нормативні акти, узагальнює практику застосування законодавства та вносить пропозиції щодо його вдосконалення;
- визначає перспективи та напрями розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, його матеріально-технічної та соціальної бази;
- координує діяльність міністерств і відомств, туристичних підприємств та організацій незалежно від форм власності у питаннях, пов'язаних з прийомом та обслуговуванням туристів в Україні та організацією туристичних поїздок за кордон;
- організовує інформаційну, рекламну та видавничу діяльність з питань туристичної діяльності;
- сприяє розвитку конкуренції на ринку туристичних послуг, створює рівні можливості на ньому для всіх суб'єктів підприємництва незалежно від форм власності;
- здійснює ліцензування (позбавляє ліцензій) діяльності суб'єктів підприємництва незалежно від форм власності, що надають туристичні послуги. Разом із Державним комітетом України по стандартизації, метрології та сертифікації встановлює державні стандарти у сфері туристичних послуг, проводить сертифікацію та атестацію туристичних підприємств, контролює виконання ними умов та правил прийому і обслуговування туристів;
- організує підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації туристичних кадрів, проведення науково-дослідних робіт у галузі туризму;
- бере участь у зовнішньоекономічній діяльності в галузі туризму, представляє інтереси України з питань туризму в інших країнах та

міжнародних організаціях, укладає відповідно до чинного законодавства міжнародні угоди, відкриває туристичні представництва за кордоном.

Рішення органу державної виконавчої влади в галузі туризму, що регулюють питання туризму та видані в межах його повноважень, є обов'язковими для міністерств і відомств, місцевих органів державної виконавчої влади, суб'єктів підприємництва, туристів.

Повноваження місцевих органів державної виконавчої влади в галузі туризму визначаються положеннями про них, які затверджуються місцевими органами державної виконавчої влади за погодженням з центральним органом державної виконавчої влади в галузі туризму.

Управління в сфері туризму й діяльності курортів здійснює Кабінет Міністрів України згідно з повноваженнями, установленими статтею 9 Закону України «Про туризм».

На центральному виконавчому рівні за сферу туризму й курортів відповідає Міністерство культури й туризму України, повноваження якого визначаються статтею 10 Закону України «Про туризм» і Положенням, затвердженим Кабінетом Міністрів України [15].

У структурі Міністерства культури й туризму України є спеціальний орган – Держслужба туризму й курортів, що займається розробкою проблем курортів України.

При Міністерстві культури й туризму України на підставі Постанови Кабінету Міністрів України створено Науковий центр розвитку туризму [44]. У відповідності до ст. 27 Закону України «Про туризм» він здійснює координацію наукових досліджень у сфері туризму й керівництво ним.

Із великої кількості юридичних актів, які регулюють усі напрямки діяльності туристичного підприємства, визначальними є Закон України «Про підприємства в Україні», статут підприємства та узгоджений із чинним законодавством колективний договір, що регулює відносини трудового колективу з адміністрацією підприємства.

Будь-яке підприємство діє на підставі власного статуту, тобто певного зібрання обов'язкових правил, що регулюють його індивідуальну діяльність та

взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання. Статут має відповідати основним положенням законодавства України; його затверджує власник (власники) чи засновник (засновники) підприємства.

У статуті підприємства визначаються: його точне найменування та місцезнаходження; власник (власники) або засновник (засновники); основна місія і цілі діяльності; органи управління та порядок їхнього формування; компетенція (повноваження) трудового колективу та його виборних органів; джерела та порядок утворення майна; умови реорганізації і припинення існування.

Для регулювання в'їзного туризму особливе значення має дотримання міжнародно-правових актів в галузі туризму, якими керується більшість країн світу. Основними з них є: [45]

Загальна декларація прав людини, прийнята Генеральною Асамблеєю ООН у 1948р. В її преамбулі визначається, що цей документ - це «...завдання, до виконання якого повинні прагнути всі народи і всі держави з тим, щоб кожна людина і кожний орган суспільства завжди, маючи на увазі цю Декларацію, прагнули шляхом освіти сприяти поважанню цих прав і свобод і забезпеченню, шляхом національних і міжнародних прогресивних заходів, загального і ефективного визнання і здійснення їх як серед народів держав-членів Організації, так і серед народів територій, що перебувають під їх юрисдикцією».

Статут Всесвітньої Туристичної Організації (ВТО), прийнятий у Мехіко у 1970р. з приводу створення даної організації, основною метою якої є сприяння розвитку туризму для внеску в економічний розвиток, міжнародне взаєморозуміння, мир і процвітання, всезагальну повагу та дотримання прав людини та основних свобод для усіх людей не залежно від раси, статі, мови та релігії.

Манільська декларація по світовому туризму, прийнята Всесвітньою конференцією по туризму, яка проходила в Манілі (Філіппіни) з 27.09. по 10.10. 1980р. Документ визнає туризм як діяльність, що відіграє важливе значення в житті народів, одну з основних галузей світової економічної діяльності,

позитивний та постійний фактор, що сприяє взаємному пізнанню і розумінню, одну з основ для досягнення більш високого рівня поваги і довіри між усіма народами світу. У зв'язку з цим у Декларації зазначено, що обов'язок суспільства - надавати своїм громадянам реальні, ефективні і недискримінаційні можливості доступу до туризму, а міжнародне співробітництво в області туризму повинно бути таким, при якому поважаються індивідуальні особливості народів та основні інтереси держав. Ці тези закладають принципи розвитку іноземного (в'їзного та виїзного) і внутрішнього туризму.

Гаазька декларація по туризму, котра була прийнята на міжпарламентській конференції в Гаазі, 14 квітня 1989р. Результатом її діяльності стало прийняття основних принципів, на яких повинен ґрунтуватись подальший розвиток туризму, до чого і були закликані парламенти, уряди, державні та приватні організації, асоціації та установи, що відповідають за туристичну діяльність, професіонали в галузі туризму, а також самі туристи.

Балійська декларація по туризму, прийнята на Другому міжнародному форумі «Парламенти та місцеві органи влади - відповідальні за розробку туристичної політики», що відбувся на о.Балі (Індонезія) у вересні 1996р. В декларації вказано на основоположні принципи розробки туристичної політики, серед яких: націленість на підтримку добробуту місцевого населення та охорону довкілля; збалансованість інтересів туристів та місцевих громад; ретельне планування; збільшення доходів та поліпшення якості життя місцевого населення; паритетна участь в розвитку туризму центральної і регіональної влади, приватного сектору, місцевого населення, підтримка усіх ініціатив; поєднання принципів централізації та децентралізації; сприяння формуванню економічних зв'язків між країнами; тісне співробітництво між державними органами та приватним сектором.

Сеульська декларація «Мир і туризм», прийнята на чотирнадцятій Генеральній асамблеї Всесвітньої туристичної організації в м. Сеул 27.09.2001р. проголошує практичні принципи, що сприяють встановленню миру у всьому світі на основі розвитку міжнародного туризму.

Міжнародна готельна конвенція стосовно укладання контрактів власниками готелів та тур агентами від 15.06.1979 р. - регулює порядок перебігу даних процесів на міжнародному рівні, встановлюючи для членів міжнародних та національних готельних асоціацій та асоціацій туристичних агентств загальні правила.

Директива ЄЕС від 13.05.1995 щодо підписання тур агентом та клієнтом типового контракту.

«Розвиток туризму» - резолюція конференції ООН по міжнародному туризму і подорожам, яка пропонує урядам країн ряд заходів щодо удосконалення організації туризму, технічного співробітництва між країнами в цій сфері, контролю за діяльністю туристичних агентств, лібералізації питання стосовно надання іноземної валюти для подорожей, прав іноземних туристів, зниження міжнародних тарифів для усіх видів транспорту, забезпечення права вільного пересування, заохочення та сприяння подорожам з освітніми, науковими, культурними та спортивними цілями тощо.

Відкриття руху на регулярних міжнародних маршрутах регламентується двосторонніми урядовими угодами, а транзит через треті країни вимагає дозволу Комітету з транспорту при Європейській економічній комісії ООН (ЄЕК). Для спрощення договорів на міжнародні перевезення в рамках Женевської конвенції від 1 березня 1973 р. прийнята Конвенція про договір міжнародного автомобільного перевезення пасажирів і багажу. Подальші спрощення міжнародних перевезень зафіксовані Гаазькою (1989 р.) декларацією по туризму і Шенгенською угодою для членів Європейського союзу.

Організація туристських перевезень у рамках країн СНД регулюється постановою Міжпарламентської асамблеї держав - учасниць СНД «Про основні принципи співробітництва держав - учасниць СНД в області туризму» від 29 жовтня 1994 р. і іншими актами.

Відповідно до Європейської угоди про нерегулярні міжнародні перевезення пасажирів автобусами (АСОР), прийнятої у Дубліні 26 травня 1982 р., для нерегулярних міжнародних пасажирських перевезень у країнах Східної і

Західної Європи використовується контрольний документ (листи поїздок), що повинен знаходитися на борту автобусу.

Вищевказані документи закладають основоположні принципи розвитку міжнародного туризму в країнах-членах міжнародних організацій. Керується ними у своїй законотворчій діяльності і Україна, для якої міжнародні договори та декларації становлять правову основу міжнародного співробітництва в галузі туризму.

Висновки до 1 розділу:

Туризм – продукт тривалого історичного розвитку. Передумови його появи сягають далекої давнини.

Реалії часу змушують Україну шукати свого місця у світовій туристичній індустрії. Керівництво Державної туристичної адміністрації України бачить майбутнє галузі у розвитку транспортних коридорів та туристичної інфраструктури. Ще одне зі стрижневих питань - контроль за якістю туристичних послуг, що надаються клієнтові.

Туристична діяльність ґрунтується на умовах і факторах, що охоплюють економіку, політику, культуру країн світу, на швидкості проникнення у світову цивілізацію, здатності до новий туристичних технологій, що ґрунтуються на комп'ютерній техніці та гнучкого просування до інтеграційних та інших процесів у світовому просторі.

Останніми роками в Україні прийнято низку державних рішень на зміцнення та розширення законодавчої бази з туризму. Туризм визнано одним з пріоритетних напрямків національної культури й економіки. І це повністю погоджується з світовими тенденціями, які свідчать, що туристична сфера буде індустрією XXI століття.

Саме на структури Держкомтуризму України покладено організаторські та координуючі функції з виконання державних рішень у цій галузі, опрацювання концепцій її розвитку.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Стан та динаміка туристичних потоків в'їзного туризму в Україні

Туризм сьогодні відіграє важливу роль в розвитку національної економіки будь-якої країни, активно сприяє її інтеграції в світовий ринок. Це зумовило визнання туризму в Україні одним з пріоритетних напрямів соціально-економічного розвитку. За таких умов формування туристських потоків і забезпечення якісного їх обслуговування потребує особливої уваги науковців і практиків туристичної сфери діяльності, а в умовах проведення ЄВРО-2012 актуальність цих проблем посилюється.

Визнається, що створення якісної інфраструктури туристичних бізнес-послуг виходить на перше місце серед проблем розвитку туризму, а проведення ЄВРО-2012 стала поштовхом до набуття туризмом пріоритетних темпів розвитку.

Оскільки основною одиницею вимірювання туристичної діяльності є кількість туристів, а турист визначається Законом України «Про туризм» як особа, що подорожує з різною метою строком від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності і із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін, то обсяги туристських потоків за різними формами і видами туризму характеризують рівень розвитку туризму в країні, регіоні або локальній дестинації. На жаль немає законодавчого визначення поняття «туристичний потік», а в навчальній літературі він розглядається, як постійне прибуття туристів до країни (регіону) або виїзд туристів за її межі за певний період часу.

Облік туристичних потоків ведеться Адміністрацією Держприкордонслужби України та Державною службою туризму і курортів, виділяються потоки в'їзних, виїзних і внутрішніх туристів.

В'їзний туризм передбачає здійснення подорожей у межах України тих осіб, які постійно не проживають на її території. Виїзний туризм передбачає здійснення подорожей громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до інших країн.

Протягом 2010 р. Україну відвідали 21,1 млн. в'їзних (іноземних) туристів що на 0,3% або на 381,2 тис. осіб більше, ніж за аналітичний період 2009 року (20,8 млн. іноземних громадян).

На рис. 2.1. відображено кількість в'їзних туристів, які відвідали Україну протягом 2006-2010 рр.

Зростання обсягів в'їзного потоку протягом 2010 р. відбулося за рахунок зростання числа поїздок з приватною метою.

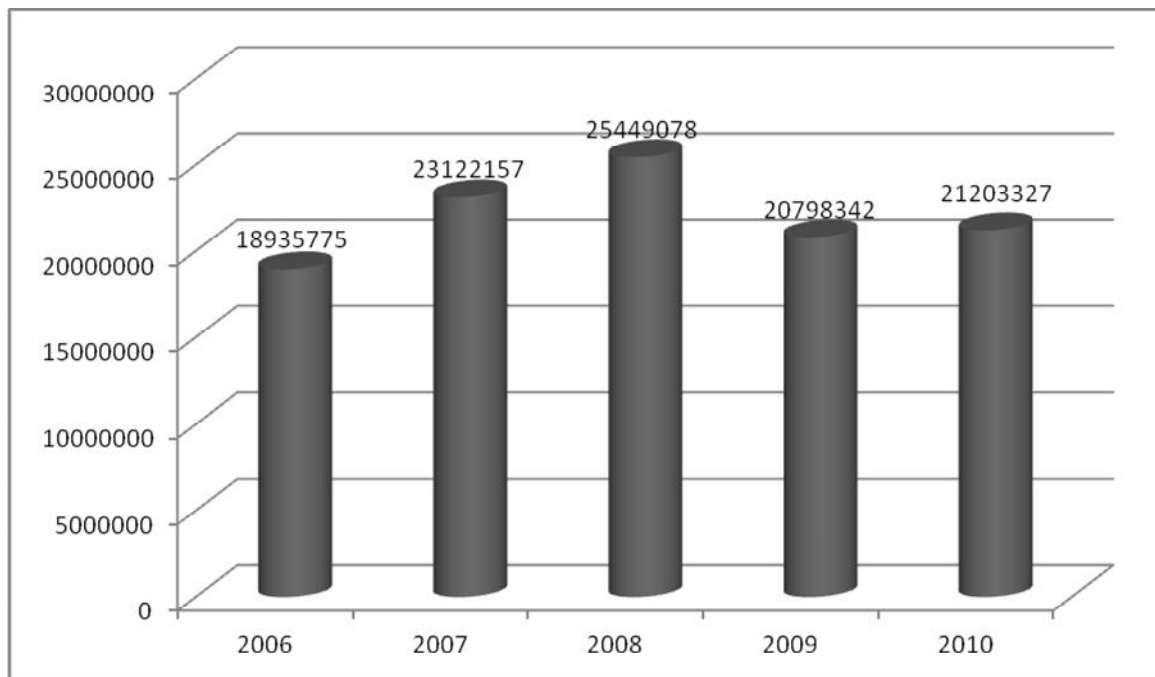


Рис. 2.1. В'їзний туризм в Україні, 2006-2010 рр.

Поїздки з приватною метою зросли на 4%. Найбільше збільшення спостерігається по туристах з країн: Росія (на 20% або на 1,2 млн. осіб), Словаччина (на 14% або на 70,1 тис. осіб), Угорщина (на 16% або на 124,5 тис. осіб), Білорусь (на 3% або на 95,3 тис. осіб), Німеччина (на 7% або на 8 тис. осіб).

Поїздки з організованого туризму зменшилися на 17%. Найбільше падіння турпоточку спостерігається з таких країн: Білорусь (на 23% або на 39,6

тис. осіб), Канада (на 23% або на 2 тис. осіб), Польща (на 11% або на 19 тис. осіб), Росія (на 34% або на 193,9 тис. осіб), США (на 5% або на 2,6 тис. осіб).

Таблиця 2.1

Структура в'їзного тур потоку за мотивацією

Службова поїздка	0,7 млн. осіб	4% потоку	зменшення на 10% або на 84,5 тис. осіб
Організований туризм	1,2 млн. осіб	6% потоку	зменшення на 17% або на 234,7 тис. осіб
Приватний туризм	19,2 млн. осіб	90% потоку	збільшення на 4% або на 700,4 тис. осіб

Джерело: складено за даними Держкомстату України

Поїздки з службовою метою зменшилися на 10%. Найбільше падіння спостерігається з таких країн: Латвія (на 10% або на 0,7 тис. осіб), Польща (на 2% або на 3 тис. осіб), Росія (на 38% або на 110,6 тис. осіб).

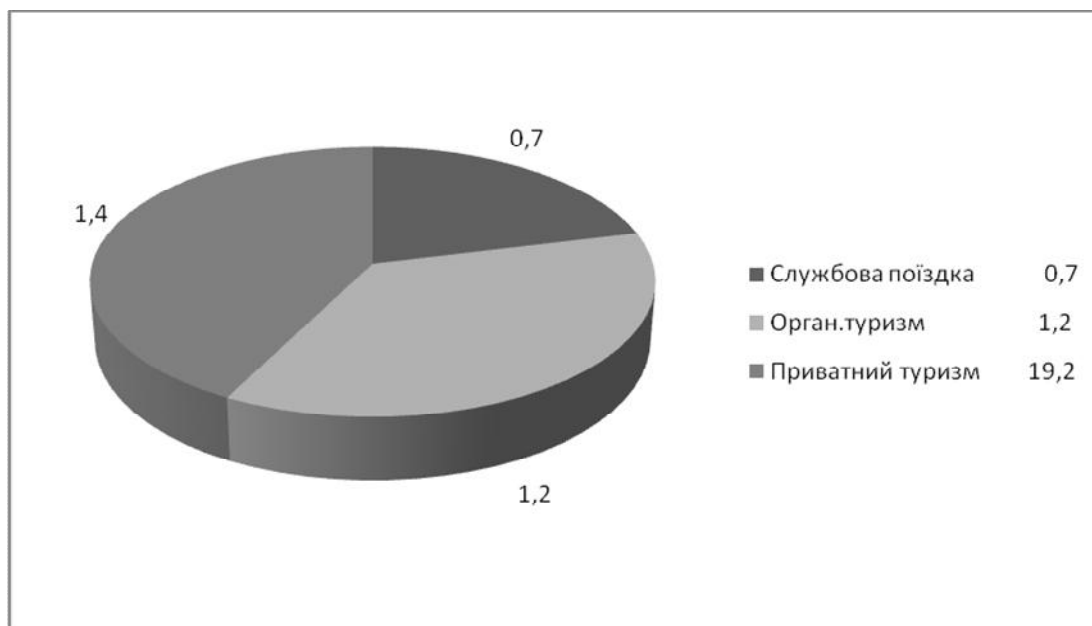


Рис. 2.2 Розподіл сегментів в'їзного турпотоку за мотивацією, 2010 р.

В структурі в'їзного тур потоку відбулися такі зміни – частка організованого туризму зменшилась з 7% за 2009 р. до 6% за 2010 р. частка приватного туризму збільшилась з 89% 2009 р. до 90% 2010 р., частка службових поїздок, як і за 2009 р. залишилась 4%.

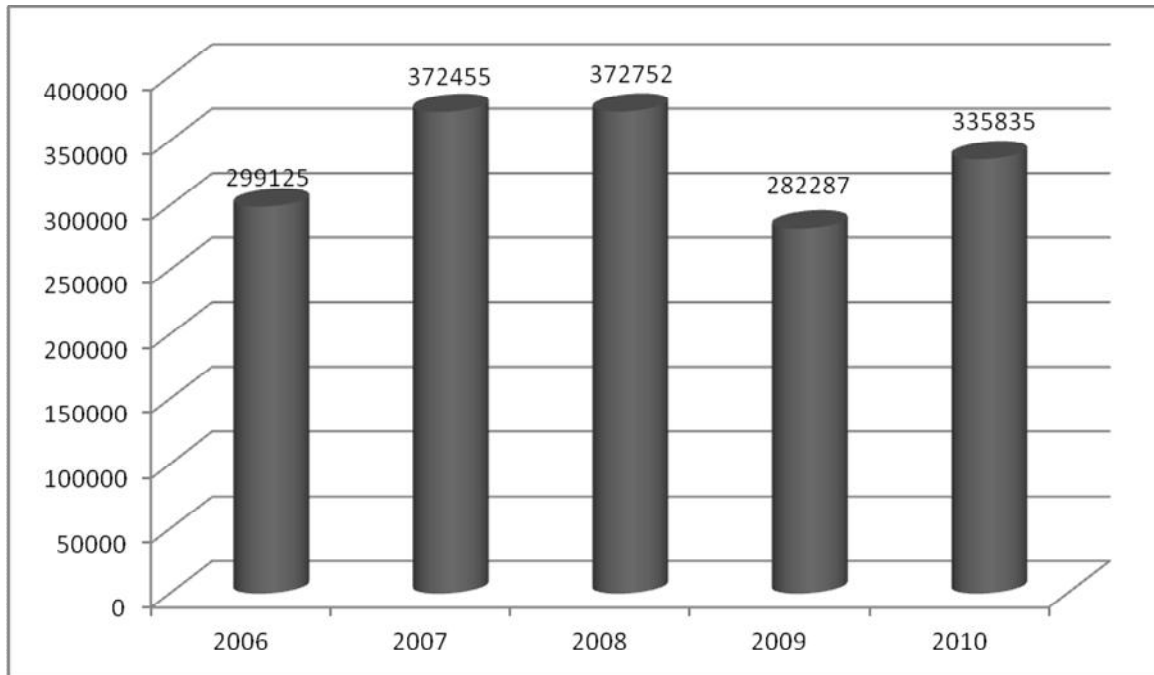


Рис. 2.3. Кількість іноземних туристів в Україні, 2006-2010 рр.

Таблиця 2.2

Структура в'їзного тур потоку за країнами походження

Країни СНД	15,4 млн. осіб	73% потоку	збільшення на 5% або на 747,9 тис. осіб
Країни ЄС	5,3 млн. осіб	25% потоку	зменшення на 7% або на 393,4 тис. осіб
Інші країни	458,1 тис. осіб	2% потоку	збільшення на 6% або на 26,6 тис. осіб

Джерело: складено за даними Держкомстату України

Серед іноземців, які відвідали Україну у 2010 р., переважали громадяни Російської Федерації, Польщі, Молдови, Білорусії, Угорщини, Румунії, Словаччини, Німеччини, Сполучених Штатів Америки та Узбекистану.

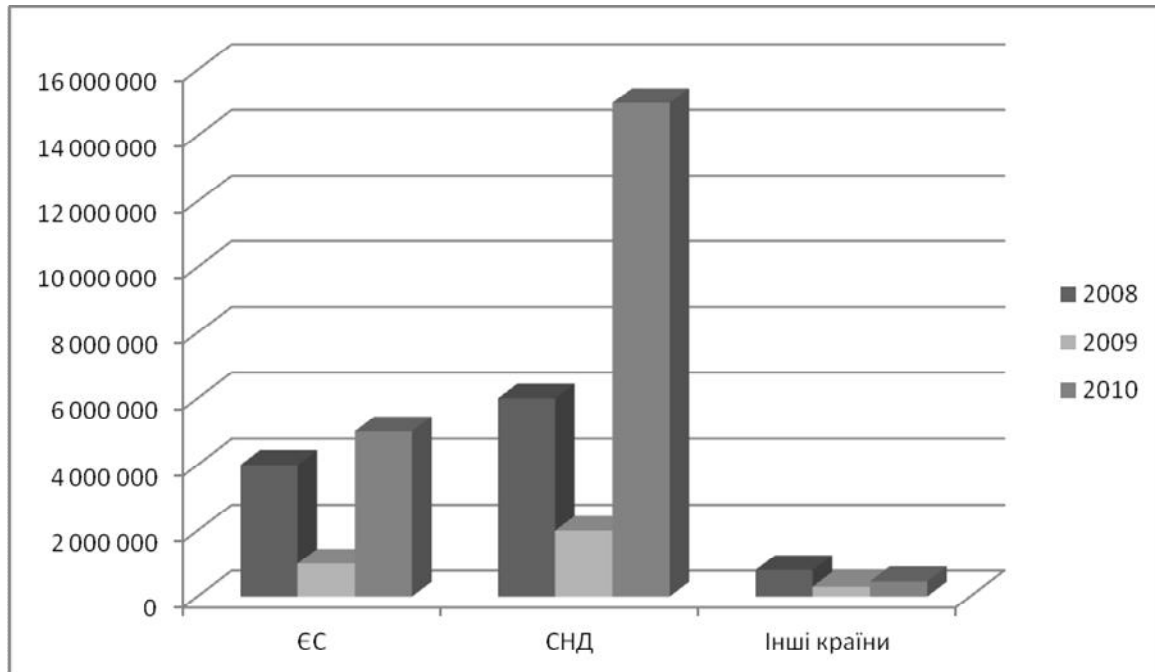


Рис. 2.4. Кількість іноземних громадян, які в'їжджали в Україну, 2008-2010рр.

Спадання в'їзного турпоточку з країн ЄС відбулося в основному за рахунок зменшення кількості подорожуючих з країн:

- Польща (на 18% або на 457 тис. осіб),
- Великобританія (на 4% або на 2,5 тис. осіб),
- Данія (на 6% або на 0,7 тис. осіб),
- Болгарія (на 46% або на 8,9 тис. осіб),
- Румунія (на 15% або на 166,8 тис. осіб).

Зростання в'їзного турпоточку з країн СНД відбулося в основному за рахунок збільшення кількості подорожуючих з країн:

- Азербайджан (на 14% або на 9,4 тис. осіб),
- Білорусія (на 2% або на 72,6 тис. осіб),
- Киргизстан (на 72% або на 7,5 тис. осіб),
- Узбекистан (на 19% або на 9,1 тис. осіб),
- Росія (на 13% або на 927,4 тис. осіб).

Виїзний тур потік у 2010 р. становив 17,2 млн. осіб та порівняно з 2009 р. (15,4 млн. осіб) збільшився на 12% або 1,8 млн. осіб. Виїзний тур потік збільшився за рахунок поїздок з метою приватних подорожей та службових поїздок.

Рейтинг 10 головних країн в'їзного туризму

№		Осіб	Частка	2010/2009
	Всього, за 2010	21 122 157	100%	2%
1	Росія	7 881 321	37%	+13%
2	Молдова	4 057 678	19%	-6%
3	Білорусь	3 056 157	14%	+2%
4	Польща	2 085 245	10%	-18%
5	Угорщина	941 240	5%	+16%
6	Румунія	909 553	4%	-15%
7	Словаччина	609 279	3%	+13%
8	Німеччина	225 356	1%	+6%
9	США	122 955	0,6%	+2%
10	Узбекистан	104 719	0,4%	+9%
	Разом 10 країн	19 993 503	94%	

Джерело: складено за даними Держкомстату України

Службові поїздки зросли на 3% за рахунок збільшення кількості виїжджаючих українських туристів до: Німеччини (на 11% або на 5,3 тис. осіб), Росії (на 45% або на 54,7 тис. осіб), Словаччина (на 46% або на 11 тис. осіб), Туреччина (на 2% або на 0,8 тис. осіб) та Угорщина (на 16% або на 6,6 тис. осіб).

В приватних поїздках спостерігається зростання на 15% за рахунок кількості виїжджаючих українських туристів до: Білорусії (на 14% або на 128 тис. осіб), Польщі (на 42% або 1,1 млн. осіб), Росії (на 6% або на 278,3 тис. осіб), Єгипту (у 2,5 рази або на 30 тис. осіб), Угорщина (на 11% або 176,1 тис. осіб), ОАЕ у 2,5 рази або 13,7 тис. осіб), Туреччина (72% або на 41,3 тис. осіб) та Німеччини (у 3рази або на 198,7 тис. осіб).

Організовані поїздки зменшились на 10% за рахунок зменшення кількості виїжджаючих українських туристів до: Білорусії (на 62% або на 29,6 тис. осіб), Польщі (на 24% або на 26,6 тис. осіб), Німеччини (на 22% або 10,7 тис. осіб), Росії (на 27% або на 53,7 тис. осіб) та Туреччини (на 7% або на 23,3 тис. осіб).

Структура виїзного тур потоку за мотивацією:

Службова поїздка	0,9 млн. осіб	5% потоку	Зростання на 3% або на 28,9 тис. осіб
Організований туризм	1,3 млн. осіб	7% потоку	Зменшення на 10% або на 147,5 тис. осіб
Приватний туризм	15 млн. осіб	88% потоку	Зростання на 15% або на 2 млн. осіб

Джерело: складено за даними Держкомстату України

В структурі виїзного тур потоку відбулися такі зміни – частка службових поїздок скоротилась з 6% за 2009 р. до 5% за 2010 р., частка організованого туризму скоротилась з 12% за 2009 р. до 9% за 2010 р., та водночас виросла частка приватного туризму від 86% до 82%.

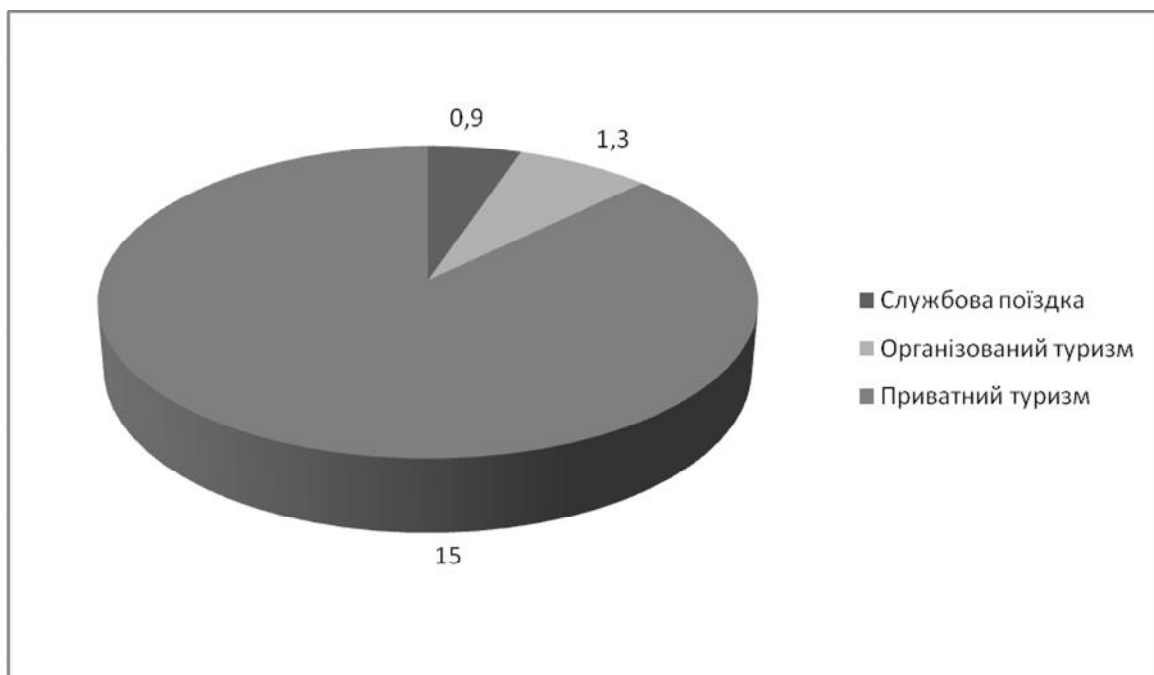


Рис. 2.5. Розподіл сегментів виїзного турпотоку за мотивацією, 2010 р.

Таблиця 2.5.

Структура виїзного тур потоку за країнами походження:

Країни СНД	8,3 млн. осіб	49% потоку	Зростання на 3% або на 269,3 тис. осіб
Країни ЄС	7,7 млн. осіб	45% потоку	Зростання на 22% або на 1,4 млн. осіб
Інші країни	1,1 млн. осіб	6% потоку	Зростання 17% або на 161,8 тис. осіб

Джерело: складено за даними Держкомстату України

За країнами у структурі виїзного потоку громадян України також переважають країни СНД. Найбільшою популярністю серед громадян України у 2010 р. користувалися РФ, Польща, Молдова, Білорусь, Угорщина, Румунія, Словаччина, Німеччина, Сполучені Штати Америки та Узбекистан.

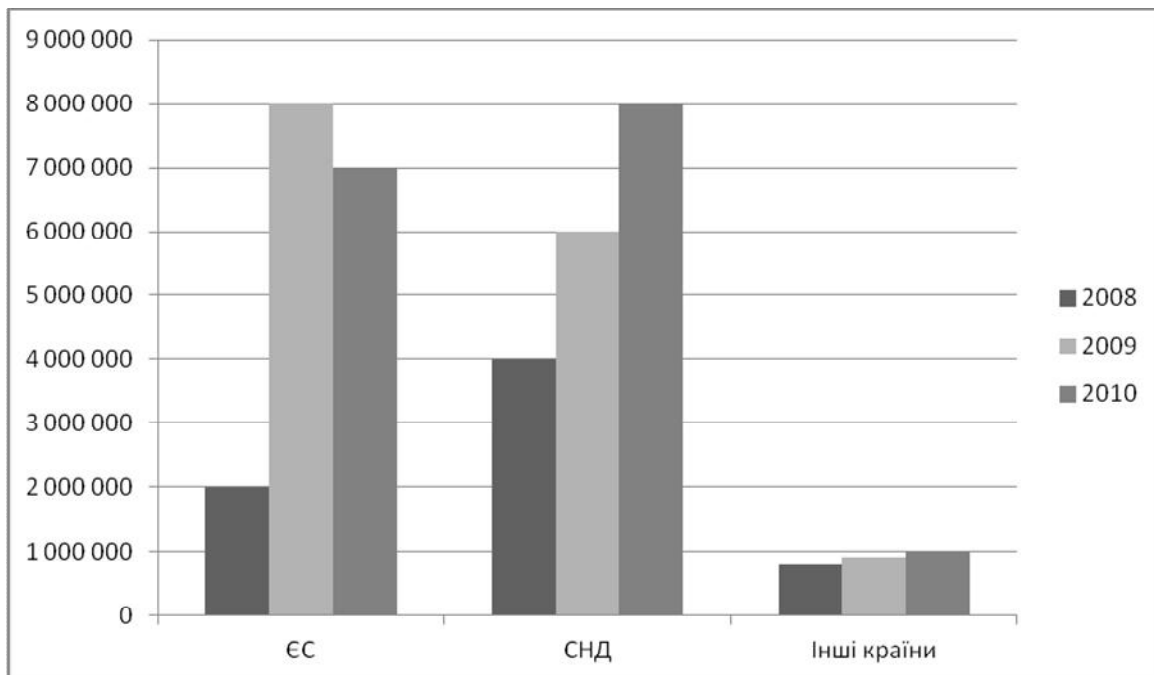


Рис. 2.6. Кількість іноземних громадян, які виїжджали в Україну, 2008-2010 рр.

Зростання виїзного тур потоку з країн ЄС відбулося в основному за рахунок збільшення кількості виїжджаючих українських туристів до: Польщі (на 35% або на 1 млн. осіб), Німеччини (у 2 рази або на 193,3 тис. осіб), Італія

(на 13% або на 13,1 тис. осіб), Греції (на 61% або на 24 тис. осіб), Угорщини (на 12% або на 186,7 тис. осіб), Зростання виїзного тур потоку з країн СНД відбулося за рахунок збільшення кількості виїжджаючих українських туристів до Грузії (на 32% або на 7,7 тис. осіб), Білорусії (на 9% або на 98,8 тис. осіб), Казахстану (на 63% або на 1,9 тис. осіб), Росії (на 5% або на 251,9 тис. осіб) та Туркменістану (на 42% або на 2,8 тис. осіб).

Згідно з запитом до Державної прикордонної служби України щодо в'їзних (іноземних) громадян в Україну з метою туризму за 2010-2011 рр. було зафіксовано (Додаток Г):

Таблиця 2.6.

Рейтинг 10 головних країн виїзного туризму

№		Осіб	Частка	2010/2009
	Всього	17 180 034	100%	+12%
1	Росія	5 233 972	30%	+5%
2	Польща	3 999 602	23%	+35%
3	Молдова	1 889 724	11%	-5%
4	Угорщина	1 789 308	10%	+12%
5	Білорусь	1 135 094	7%	+9%
6	Румунія	503 195	3%	-8%
7	Туреччина	459 061	3%	+4%
8	Словаччина	383 961	2%	+2%
9	Німеччина	383 325	2%	+ у 2 рази
10	Єгипет	328 623	2%	+39%
	Разом 10 країн	16 105 865	93%	

Джерело: складено за даними Держкомстату України

Як і для багатьох європейських країн, де найбільш потужними є туристичні потоки між сусідніми державами, для України, на перспективу, сукупна частка туристичного обміну з Росією Польщею та Молдовою коливається в межах 60% у загальних обсягах тур потоків.

Окрім цього, сусідні країни забезпечують і потужні потоки одноденних відвідувачів, зокрема транзитних, чисельність яких щорічно збільшується.

За даними Держприкордонслужби України в табл. 2.7 зафіксовано в 2010-2011 рр. в'їзд в Україну з метою туризму іноземців. В останні роки потік збільшився, але як бачимо у 2011 році збільшився у 1,5 рази, це зумовлюється наступними причинами:

Таблиця 2.7.

Структура в'їзного тур потоку в Україні:

Квартали	2010 рік	2011 рік
1.	95 351	123 886
2.	331 415	375 859
3.	492 520	568 385
4.	163 729	157 824

- збільшення кількості туристичних підприємств;
- підвищенням якості та асортиментної групи послуг;
- підвищенням зацікавленості до туристично-рекреаційних умов по регіонах;
- зростанням внутрішнього попиту з боку місцевого населення;
- модою та тенденцією до здорового життя та відпочинку на природі у вихідні дні, як результат підвищення попиту на тури «Вихідного дня»;
- зростанням молодіжного, зеленого, сільського, екотуризму;
- зростанням зацікавленості в екстремальних видах туризму;
- підвищенням рівня поінформованості про туристичну пропозицію, у результаті провадження інформаційних технологій та мережі Internet;
- перевагами цінової політики;
- зростанням попиту на зимові види туризму.

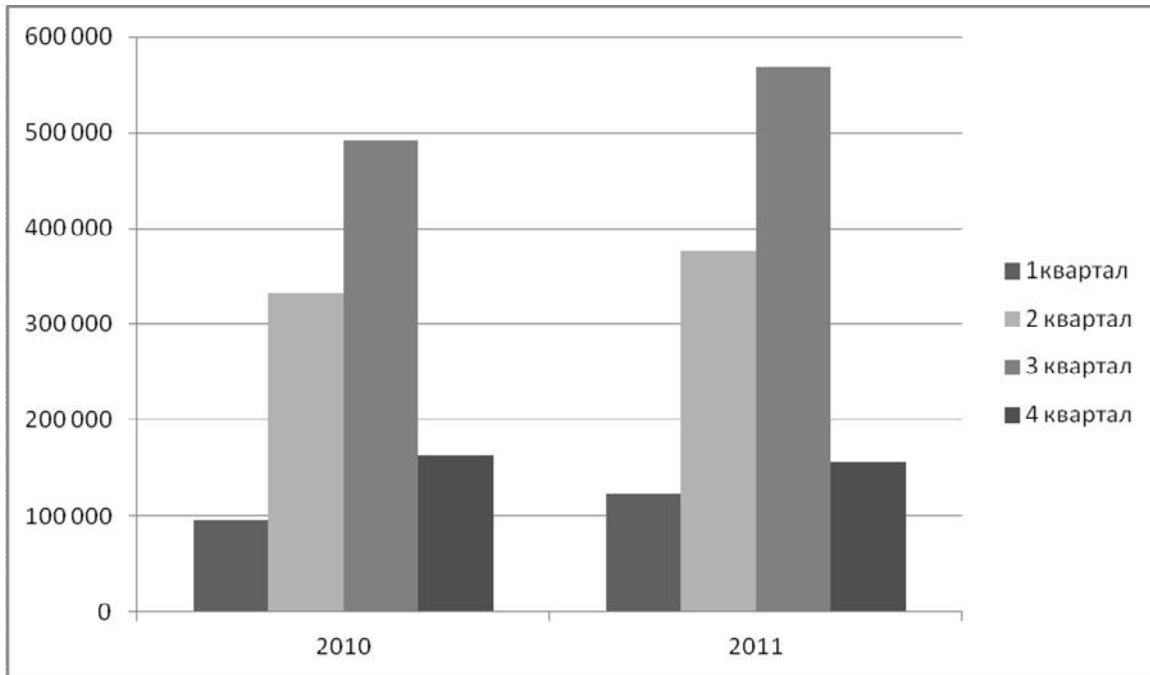


Рис.2.7.Візний туризм в Україні за 2010-2011рр.

Отже, ринок туристичних послуг в Україні дозволив визначити сильні та слабкі сторони діяльності галузі туристичних послуг, а також її можливості та існуючі засоби. Незважаючи на постійне нарощування обсягів наданих туристичних послуг, зростання загальної кількості туристів, галузь туристичних послуг потребує створення сприятливих умов для її розвитку, що можливо завдяки державному регулюванню.

2.2. Аналіз чинників розвитку в'їзного туризму в Україні

Туристична галузь набуває дедалі більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери в Україні, стрімко інтегрується у світову туристичну індустрію. Пріоритетний напрям розвитку в'їзного та внутрішнього туризму є важливим чинником підвищення якості життя в Україні, утворення додаткових робочих місць, поповнення валютних запасів держави та підвищення її авторитету на міжнародній арені.

Розвиток туризму в Україні істотно впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво

товарів широкого вжитку, і є одним з найбільш перспективних напрямів структурної перебудови економіки.

Туризм в розвинених країнах є одним з важливих джерел стабільного доходу держави. Крім того, що туристичний бізнес є високорентабельним, він ще служить потужним чинником посилення престижу країни, ознайомлення з національними культурами, історією, звичаями, цінностями.

Сучасні модифікації туристичної пропозиції відбуваються під впливом соціально-економічних факторів. При загальній тенденції підвищення добробуту населення, розвиваються соціальні передумови туризму: скорочений робочий тиждень, збільшується період відпусток, є можливість гнучкого графіку роботи. Ці заходи сприяли збільшенню фонду вільного часу населення, що усе більше орієнтується не на стандартний набір послуг, а на індивідуальну програму вільного часу.

Згідно з прогнозами ЮНВТО, основними чинниками розвитку в'їзного туризму є:

- науково-технічний прогрес, підвищення якості життя;
- збільшення тривалості вільного часу;
- стан оточуючого середовища.

У сфері послуг інновації стосуються самих послуг (інновації продукту), процесу їх виробництва (технологічні інновації) та організації споживання (інноваційний менеджмент). Інновації продукту, тобто створення принципово нових послуг, найчастіше пов'язаних з загальним поступом технологізації суспільства і діють в таких напрямках:

- зміна сутності послуги внаслідок впровадження нових технологій;
- виникнення послуги в зв'язку з використанням нових технологій впровадження нових технологій шляхом надання послуг;
- створення нових технологій за допомогою послуг.

При загальній тенденції підвищення добробуту населення, розвиваються соціальні передумови туризму: скорочений робочий тиждень, збільшується період відпусток, є можливість гнучкого графіка роботи. Ці заходи сприяли

збільшенню фонду вільного часу населення, що усе більше орієнтується не на стандартний набір послуг, а на індивідуальну програму вільного часу.

Формування в'їзного туризму є наслідком складної взаємодії внутрішніх та зовнішніх соціально-економічних процесів, які спричинюють потребу в подорожі і формують попит на туристичні послуги. Національний ринок туристичних послуг є наслідком загального соціально-економічного розвитку і формування потреби населення в туризмі як в формі проведення дозвілля в подорожі. Попит на туристичні послуги формується як в країні (на послуги внутрішнього та міжнародного туризму), так і за її межами (послуги міжнародного в'їзного туризму), а задовольняється він пропозицією, яку створюють і реалізують суб'єкти національного туристичного ринку.

На розвиток в'їзного туризму впливає велика кількість факторів:

Постійних та мінливих. Вітчизняні та зарубіжні фахівці в галузі туризму по-різному ставлять акцент при визначенні факторів, що впливають на специфіку діяльності туристичних підприємств.

Л.П. Дядечко при визначенні цілей державного регулювання та пріоритетних напрямів розвитку туристичного бізнесу наводить «як позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчою та соціально-економічною ситуацією в країні та світі» [10,с.21-22].

В свою чергу, Жукова М.О. пропонує «увесь комплекс факторів, що впливають на розвиток в'їзного туризму, поділити на дві групи:

- фактори, діючі незалежно від діяльності організації в'їзного туризму;
- фактори, що сприяють розвитку в'їзного туризму, активно використовувані туристичними організаціями у своїй діяльності» [12, с.34-35].

При прогнозуванні та плануванні розвитку туристичної діяльності необхідно враховувати вплив різних чинників, які можна класифікувати за певними ознаками: за ступенем, напрямом, характером та результатами впливу (рис.2.8).



Рис.2.8.Класифікація факторів впливу на розвиток туризму [71,с.376]

За ступенем впливу чинники поділяють на :

- статистичні (сукупність природно-географічних чинників, культурно-історичних чинників);
- динамічні(демографічні,соціально-економічні,матеріально-технічні).

За напрямом впливу чинники поділяють на зовнішні та внутрішні.

•зовнішні (екзогенні) впливають на туризм за допомогою демографічних та соціальних змін: вік населення, збільшення числа працюючих і зміна доходу на кожну родину, ріст чисельності самотніх людей, тенденції до більш пізнього одруження й створення родини, ріст числа безхатніх пар у складі населення, збільшення оплачуваних відряджень та більш гнучкий графік робочого часу, - усе це веде до розширення канікулярних періодів, змінює вигляд ділового туризму, межі, сезонність, тому зростає й періодичність та тривалість турів.

Крім того, до зовнішніх чинників належать:

- зміни політичного й правового регулювання;
- технологічні зміни;
- розвиток транспортної інфраструктури та торгівлі;
- зміна умов безпеки подорожей.

Внутрішні (ендогенні) чинники – це чинники, що впливають безпосередньо у сфері туризму: матеріально-технічні чинники, що мають найважливіше значення для розвитку туризму. Головні з них пов'язані з розвитком засобів розміщення, транспорту, підприємств харчування, рекреаційної сфери, роздрібною торгівлі і т.д.

До внутрішніх (ендогенних) чинників належать:

- процеси попиту, пропозиції й поширення (перетворення попиту на тур продукти в постійний попит), збільшення частки індивідуального туризму;
- зростання ролі сегментації ринку (поява нових внутрішньо регіональних туристичних сегментів), збільшення відстаней подорожей, різноманітність форм проведення канікул тощо;
- зростання ролі координації діяльності в туризмі в процесі монополізації (посилення горизонтальної інтеграції, тобто поширення партнерських відносин великих фірм із середнім та малим бізнесом; вертикальна інтеграція шляхом створення стратегічних туристичних союзів; глобалізація туристичного бізнесу тощо);
- зростання ролі ЗМІ та зв'язків із громад кістю (паблік рілейшнз) у просуванні, рекламі й реалізації тур продуктів;
- зростання ролі професіоналізму в туризмі (збільшення чисельності працівників, розвитку професійно кваліфікованої структури тощо);
- зростання ролі приватного туристичного бізнесу (створюються умови, згідно з якими на ринку діє обмежене число великих туроператорів й значна кількість малих підприємств-агентств, що здійснюють ефективну реалізацію тур продукту на основі професійного маркетингу, що, у свою чергу, породжує потребу в підвищенні кваліфікації персоналу).

Зовнішні фактори впливають на туризм, у першу чергу, за допомогою демографічних і соціальних змін. Серед численних зовнішніх факторів, що

впливають на розвиток в'їзного туризму доцільно виділяти основні їх групи (рис.2.9.):

- політичні;
- економічні;
- соціально-демографічні;
- науково-технічні.

Фактори впливу на в'їзний туризм визначають пріоритетні напрямки розвитку туристичної індустрії.

1. Політичні фактори.

Стабільна політична обстановка в країні – необхідна умова функціонування в'їзного туризму. Крім того, для розвитку туризму в тій чи іншій країні важливий тип міжнародних відносин, що склалися з іншими державами; стан торговельного балансу даної країни та її партнерів; міжнародна обстановка у світі або в окремо взятому регіоні.

2. Економічні фактори.

До зовнішніх чинників належать також економічні й фінансові чинники:

- поліпшення (погіршення) економічної та фінансової ситуації;
- збільшення (зниження) персонального доходу;
- більш висока (низька) туристична активність залежно від виділеної на відпочинок частини доходів;
- зростання (зниження) частки витрат у суспільстві на туризм і подорожі.

Зростання доходів населення, в свою чергу, дозволяє витратити більше грошей на відпочинок, подорожі, дозвілля.

Міжнародному розвитку туризму сприяють активна зовнішньоекономічна діяльність держави, процеси глобалізації й інтеграції, що відбувається в усіх галузях світової економіки.



Рис. 2.9. Зовнішні фактори розвитку в'їзного туризму [71, с.377]

Однак такі явища в економіці, як жорстокість митних формальностей, фінансова нестабільність (інфляція), економічні страйки, перебої в енерго- і водопостачанні можуть значно стримувати діяльність підприємств туристичної індустрії.

Як правило, територія, де спостерігається стабільний підйом економіки, лідирує на ринку подорожей за кількістю туристичних поїздок своїх громадян.

В свою чергу, це зумовлює подальший розвиток матеріально-технічної бази і підвищення рівня інфраструктури в'їзного туризму

3. Соціально-демографічні фактори.

До соціально-економічних чинників, що впливають на зростання туризму, належать: підвищення рівня освіти, культури, естетичних потреб населення. Як елемент естетичних потреб можна розглядати прагнення людей познайомитися з побутом, історією, культурою, умовами життя в різних країнах. Так, найбільшу схильність до активних форм туризму виявляють люди у віці 18-30 років. Однак пік загальної туристської рухливості людей спостерігається по досягненню ними 30-50 років.

4. Науково-технічні фактори.

Науково-технічні фактори дозволяють вчасно побачити можливості, які розвиток науки й техніки відкривають для виробництва нових видів послуг, їхнього збуту й удосконалення обслуговування клієнтів. Розвиток науки й техніки сприяє технологічним змінам, удосконаленню матеріально-технічної бази, модернізації транспортної інфраструктури.

Гаценбиллер Н.Ю. виділив ще один головний чинник розвитку в'їзного туризму – це екологічний, що визначає, наскільки турист задоволений подорожжю, відпочинком, здійсненням бажань, через відчуття комфортності, атмосфери гостинності, безпеки і добродійного оздоровчого впливу. Цей фактор набуває значного впливу саме в останній час у зв'язку з подіями [71].

Взаємодія внутрішніх та зовнішніх чинників формує кон'юнктуру ринку та створює середовище бізнес-діяльності, впливає на попит (його обсяг, структуру, ритмічність), який забезпечується діяльністю національної індустрії туризму зі створення відповідного кон'юнктури турпродукту.

Перераховані вище чинники у свою чергу за характером впливу поділяються на екстенсивні та інтенсивні.

До екстенсивних чинників належать: ріст числа працівників, збільшення кількості матеріальних ресурсів, що залучаються в господарський обіг, будівництво нових об'єктів туризму з технічним рівнем існуючих.

Інтенсивні чинники – підвищення кваліфікації персоналу, розвиток професійної структури; технічне удосконалення матеріальної бази на основі впровадження досягнень та результатів науково-технічного прогресу, включаючи реалізацію цільових програм поліпшення культури та якості обслуговування; індустріалізація, технологізація й комп'ютеризація туризму; раціональне використання наявних матеріальних ресурсів, об'єктів і маршрутів тощо.

Комплекс чинників, які впливають на результат розвитку туристичної сфери, можуть мати позитивний та стримуючий вплив.

Позитивні чинники сприяють розвитку туризму. Вони пов'язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні та світі (стабільна ситуація у світі або в окремо взятому регіоні, відкритість політики та економіки, зростання суспільного багатства і доходів населення, скорочення робочого й збільшення вільного часу, розвиток транспорту, засобів комунікації та інформаційних технологій, спрощення податкової, валютної, митної, прикордонної та інших форм регулювання туристичної діяльності).

До структурних чинників, що впливають на розвиток туризму негативно, належать: кризи, мілітаризація економіки, зростання зовнішньої заборгованості, політична нестабільність, зростання цін на предмети споживання, безробіття, страйки, криміногенна обстановка, фінансова нестабільність (інфляція, стагнація валют), банкрутство туристичних фірм, жорстокість туристичних формальностей, зниження квот обміну валют, невиконання туристичними підприємствами своїх зобов'язань тощо.

Особливе місце серед чинників впливу на розвиток в'їзного туризму займає чинник сезонності, що зумовлює кон'юнктурні коливання. Під сезонністю звичайно розуміють властивість туристських потоків концентруватися в певних місцях протягом невеликого періоду часу. Так, масовий піковий літній потік неорганізованих туристів у Крим, що припадає, як правило, на період з 20 травня по 1 жовтня, спричиняє перевантаженість підприємств сфери обслуговування міст-курортів, перенаселення окремих зон і

районів, порушення санітарно-гігієнічних норм і екологічної ситуації в окремих регіонах Криму. Туристичні організації вживають ряд заходів, спрямованих на зменшення сезонних спадів, наприклад, політику сезонної диференціації цін (високі ціни в сезон, помірні в міжсезоння й знижені для несезонного періоду), розвиток тих видів туризму, які не мають сезонної залежності – курортно-рекреаційний, діловий тощо.

Однак в останні роки кількість факторів, що впливають на створення туристського попиту, помітно зростає. Попит різко диференціювався: громадяни з високим рівнем доходів демонструють відповідно високу вибірковість і вимогливість до якості послуг. Новий стан попиту став позначатися на туристських технологіях, а виходить, на обсязі і структурі пропозиції на ринку послуг.

В останній час в окремий фактор розвитку в'їзного туризму виділяють психологічні і фізичні характеристики самої людини, тому що вони або спонукають до тимчасової зміни місця проживання з метою відпочинку, лікування і пізнання навколишнього світу, або, навпаки, перешкоджають цьому. Враховуючи, що частина туристських регіонів країни перебувають у зонах, підданих впливу конфліктних ситуацій або самі безпосередньо беруть участь у них, психологічне ставлення громадян до невизначеності, ризику і безпеки відпочинку є найважливішим чинником, що формують попит на послуги і товари.

Виявлені фактори і умови, що впливають на сталий розвиток в'їзного туризму на тій або іншій території, охоплюють різні види людської діяльності і участь різних підприємств галузей народного господарства.

Фактори впливу взаємозалежні і повинні враховуватися у всій своїй сукупності при плануванні подальшого розвитку в'їзного туризму в регіоні.

Оцінка факторів впливу є складним та наступним завданням після аналізу, що дозволяє більш об'єктивно обґрунтувати напрямки та засоби покращення ситуації щодо сталого розвитку в'їзного туризму.

2.3. Моніторинг результатів в'їзного туризму в Україні.

Україна – одна з найбільших країн на південному сході Європи з багатими природно-кліматичними та туристсько-рекреаційними ресурсами. Площа території України становить 603,7 тис. кв. км., межує з Росією, Білоруссю, Польщею, Словаччиною, Угорщиною, Румунією та Молдовою. Південний кордон проходить Чорним та Азовським морями.

Український клімат помірно континентальний з певними особливостями в Кримських горах і Карпатах. Найбільша гірська система – Українські Карпати протягуються смугою завдовжки понад 270 км і завширшки 100-110 км. Найвища вершина України – гора Говерла (2061 м) розташована у Чорногорському масиві Українських Карпат в Івано-Франківській області.

Багатство природного та історико-культурного потенціалу України важко переоцінити Чорне та Азовське моря, Крим, Карпати, Придніпров'я, Поділля та Волинь, понад 70 тис. річок, найбільші з яких – Дніпро, Дністер, Південний Буг, Сіверський Донець і Дунай, складають основу в'їзного туризму в Україні.

Площа, зайнята лісовими насадженнями, становить 14% території країни. В Україні – 11 національних природних парків, 4 біосферні заповідники, 17 державних природних заповідників, численні заказники, дендропарки, пам'ятники садово-паркового мистецтва та природи.

Туристи мають можливість ознайомитись з історією та культурою України з її давніх часів до сьогодення. Найвизначніші історико-культурні пам'ятники зосереджені в Івано-Франківській та Львівській областях, в Автономній республіці Крим, у містах Київ, Львів, Одеса, Чернігів, Кам'янець-Подільський, Чернівці. Значна кількість пам'яток археології зосереджена в південній частині України. Цікавими для туристів є розкопки античних міст північного Причорномор'я, а також археологічні музеї в м. Одесі, Керчі та Києві.

Більше 500 населених пунктів мають 900-річну історію, 4500 селам України – понад 300 років. В Україні 150 тис. пам'яток культури, історії, археології, містобудування і архітектури, палацово-паркового мистецтва, а

також понад 500 музеїв. Створено 7 національних історико-культурних заповідників.

Значний інтерес викликають пам'ятки архітектури різних епох і стилів:

Пам'ятки оборонної архітектури – фортеці в м. Луцьк, Кам'янець-Подільський, Хотин, Ужгород, Мукачево, на Тернопільщині.

Моніторинг стану туризму в країні проводять за наступними напрямками:

- кількість суб'єктів туристичної діяльності;
- структура туристичних потоків та обсягу туристичного споживання;
- оцінка та тенденції в'їзного туризму (структура та динаміка);
- оцінка та тенденції виїзного туризму (структура та динаміка);
- оцінка та тенденції екскурсійної діяльності;
- обсяг послуг, наданих суб'єктами туристичної діяльності.

У 2010 р. послугами понад 5,0 тис. туристичних організацій України скористалося біля 2,3 млн. туристів та 1,10 млн. екскурсантів. Основною метою подорожей для усіх категорій туристів залишаються дозвілля та відпочинок.

Протягом 2010 р. туристичні послуги надавали 5010 ліцензіата, з них: туроператорів - 1455 і турагентів – 3555, відповідно 29% та 71%. У порівнянні з попередніми роками спостерігається зниження кількості туристів в'їзної та внутрішньої категорій, а виїзних туристів збільшилось порівнюючи з 2000 по 2010 роки, що обумовлено дією світової економічної кризи, яка суттєво вплинула на доходи населення, та примусила до економії коштів (табл. 2.8).

Таблиця 2.8.

Динаміка кількості ліцензіатів та туристів в Україні

Назва показника	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Кількість ліцензіатів, що надавали послуги, од.	3134	3864	2519	3670	3052	3833	4631	4829	5010
Всього туристів, тис. осіб, у т.ч.:	2265	2857	1890	1828	2206	2864	3042	2290	2280
в'їзних	418	591	436	325	299	325	373	282	336
виїзних	302	344	442	567	868	336	1282	914	1295
внутрішніх	1545	1922	1012	936	1039	2155	1387	1094	649

Джерело: складено за даними Держкомстату України

Середньооблікова кількість працівників туроператорів та турагентів становила 21,8 тис. осіб, що на 2% менше, у порівнянні з 2009 роком.

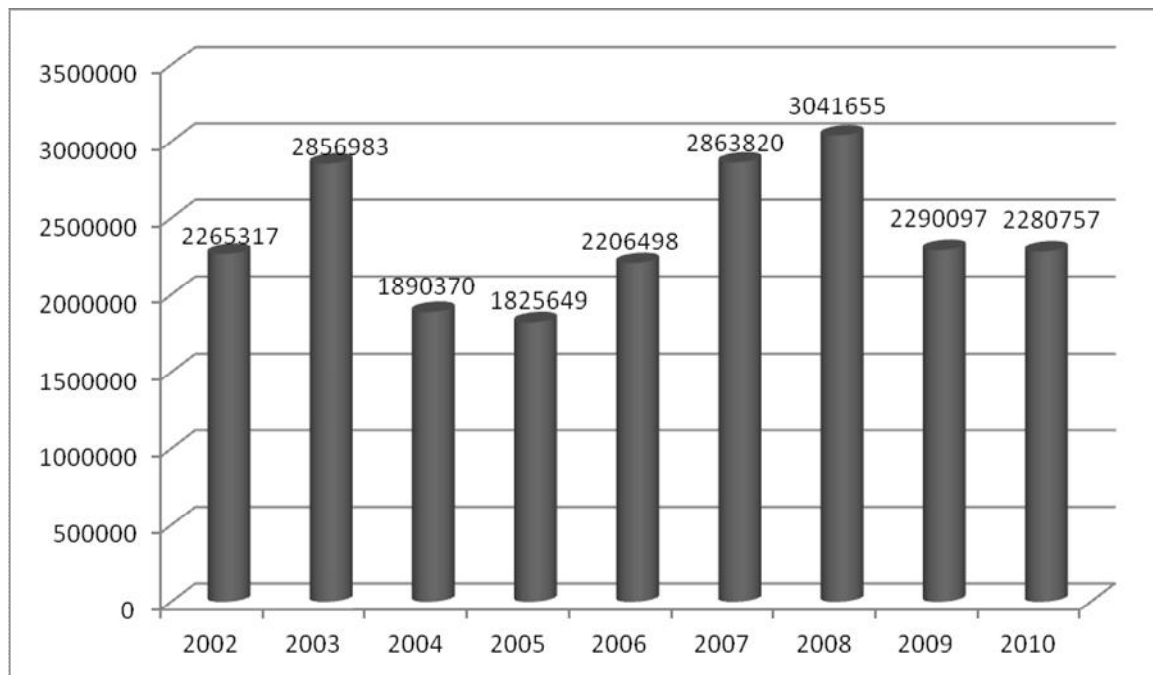


Рис. 3.0. Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності за 2002- 2010 рр.

Ринок українських туристичних послуг диктує правила функціонування для суб'єктів туристичної діяльності, вимагаючи своєчасних та адекватних реакцій на зміни зовнішніх умов господарювання. Жорсткі параметри якості туристичних продуктів встановлені міжнародними стандартами та очікуваннями споживачів вимагають від туристичних підприємств постійної концентрації та координації своєї діяльності.

Основні показники діяльності туристичних підприємств протягом останніх років свідчать про сталий розвиток такої галузі економіки як туризм.

Таблиця 2.9.

Динаміка кількості ліцензіатів протягом 2006-2010 рр.

ПОКАЗНИК	Роки					Відхилення								
	2006	2007	2008	2009	2010	+	-	%	+	-	%	+	-	%
						2007/06		2008/07		2009/08		2010/09		
1.Кількість ліцензіатів:	3670	4508	5338	6106	7322	838	22,8	830	18,4	768	14,4	1216	19,9	

1.1. Туроператори	1382	1579	1606	1904	2146	197	14,3	27	17	298	18,6	242	12,7
1.2. Турагенти	2288	2929	3732	4202	5176	641	28,0	803	27,4	470	12,6	974	23,2
2. Кількість фактично діючих ліцензіатів:													
2.1. Туроператори	2828	3502	3833	4631	4829	674	23,8	331	95	798	20,8	198	43
2.2. Турагенти	1095	1246	1281	1517	1475	151	13,8	35	28	236	18,4	-42	-2,8
2.2. Турагенти	1733	1806	2552	3114	3354	73	42	746	41,3	562	22,0	240	77

Джерело: складено за даними Держкомстату України

Наведені дані в табл. 2.9 та рис. 3.1 показують, що протягом 2006 – 2010 років кількість туристичних підприємств (ліцензіатів) прискорено зростала в середньому на 17,5%, при цьому кількість фактично діючих туристичних підприємств не перевищувала 30 – 40% від загального обсягу ліцензіатів.

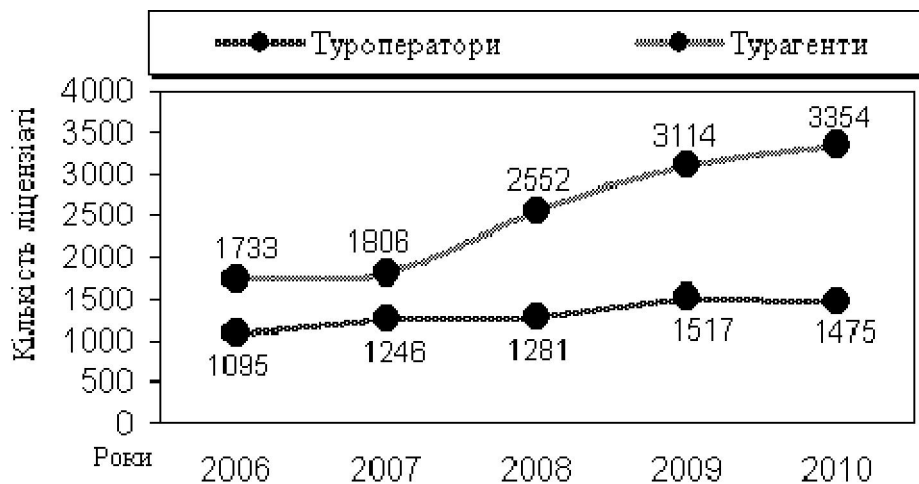


Рис. 3.1. Динаміка ліцензіатів, що фактично надавали послуги протягом 2006-2010 рр.

Протягом аналізованого періоду значна питома вага кількості туристичних підприємств, а саме 55 – 65% припадає на туристичні агентства, що пояснюється легкістю управління даним типом туристичного підприємства по відношенню до туроператорів.

Пріоритетним напрямом туристичної галузі України у 2010 році є внутрішній туризм, на який припадає 48% туристів. Протягом 2010 р. туристичними підприємствами надано послуг за видами туризму:

- в'їзний – 16%;
- виїзний – 36%;
- внутрішній – 48%.

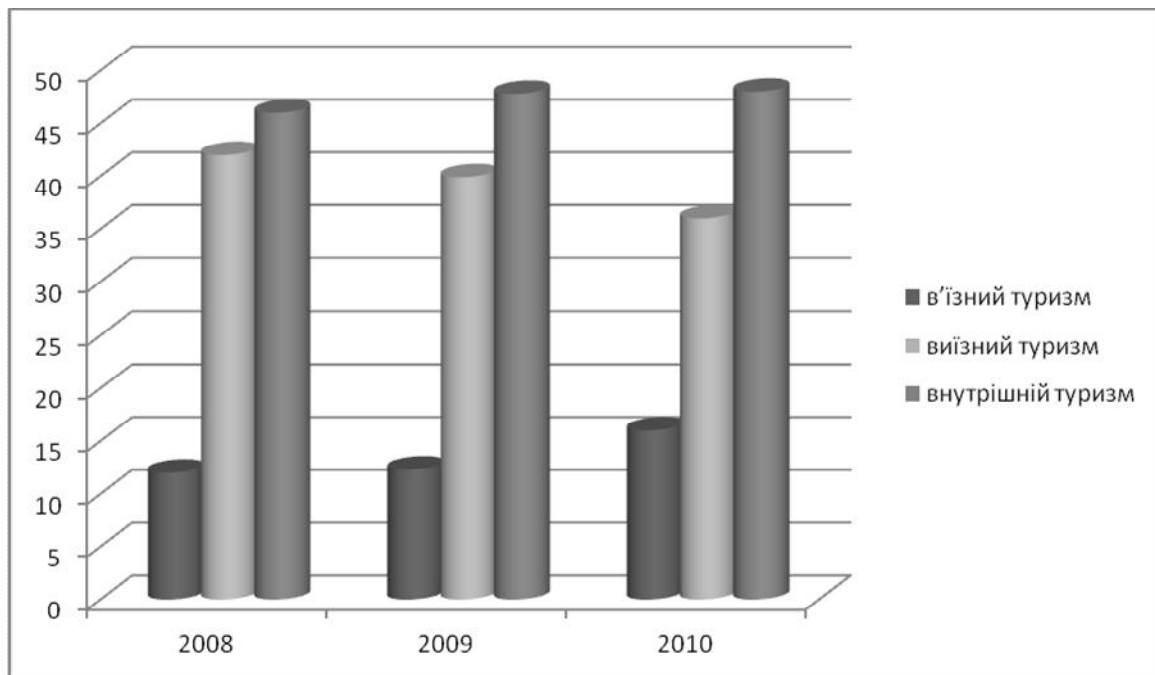


Рис. 3.2. Динаміка розвитку видів туризму в Україні за період 2008-2010рр.

Всього протягом 2010 року туристичними операторами обслуговано 1,7 млн. туристів (на 9% менше, ніж 2009 рік) та 1,7 млн. екскурсантів (на 6% більше) в т.ч. за видами туризму:

- в'їзний – 288,7 тис. осіб (на 26% більше, ніж за 2009 рік);
- виїзний – 916,7 тис. осіб (на 32% більше, ніж за 2009 рік);
- внутрішній – 522,4 тис осіб (на 46% менше, ніж 2009 рік).

Обсяг наданих туристичних послуг ліцензіатами (туроператорами та турагентами) України за 2010 р. збільшився у порівнянні з аналогічним періодом 2009 року на 15% і становить майже 6,7 млрд. грн.

Платежі до бюджету ліцензіатів за 2010 р. збільшилися порівняно з 2009 р. на 18% і становлять 175,6 млн. грн.

Серед українських туристичних об'єктів для розміщення відвідувачів свої послуги у 2010 р. пропонують 1684 підприємства готельного типу, більше 3000

рекреаційних об'єктів. Розподіл кількості обслугованих внутрішніх туристів за основними регіонами України у 2010 р. відбувся таким чином (табл. 3.0).

Таблиця 3.0.

Рейтинг 10 основних регіонів внутрішнього туризму в Україні

Рейтинг	Регіон	Кількість внутрішніх туристів, осіб	У % до підсумку
1	Івано-Франківська	501040	34,9
2	м. Київ	307477	21,4
3	АР Крим	162240	11,3
4	Херсонська	117456	8,2
5	м. Севастополь	76940	5,4
6	Донецька	69725	4,9
7	Запорізька	52756	3,7
8	Дніпропетровська	50955	3,5
9	Харківська	48604	3,4
10	Хмельницька	48372	3,4
	Усього	1435565	100,0

Також у розвитку сфери туристичних послуг в Україні простежуються негативні тенденції. Насамперед, це скорочення обсягу інвестиції у туристичну сферу. Відомо, що матеріально-технічна база туристичної галузі застаріла, а готелі не відповідають міжнародним стандартам. Однак, незважаючи на великий потенціал розвитку галузі, інвестиції у розвитку туристичних послуг скорочується. Так, за даними Держкомстату України, у 2010 р. освоєно інвестицій в основний капітал у діяльність готелів та ресторанів на суму 2589 млн. грн., що на 27,9% менше, ніж у 2009р. Розвиток туристичної галузі в Україні потребує також кваліфікованих спеціалістів, професійних маркетологів, які ефективно сприяють просуванню туристичних послуг до споживача.

Зміна загальної структури відбувається за рахунок зростання кількості внутрішніх і в'їзних (іноземних) туристів. За даними Державного комітету статистики України на першому місці серед українці, які подорожують в межах країни, є організований туризм (43,9%); на другому – службова поїздка (31,2%), на третьому – приватна поїздка (24,9%). На відміну від внутрішнього туризму, за метою поїздки серед в'їзних та виїзних туристів домінують приватні поїздки – відповідно 74,6% та 67,0% відповідей.

За географічними напрямками туристичні потоки майже не зазнали змін. Як і у попередні роки українці подорожували до Туреччини (42%), Єгипту (28%), Греції (3%), Болгарії (2%), Об'єднаних Арабських Еміратів (1,7%). До України приїжджали переважно з Росії (44%), США (10%), Білорусії (5%), Німеччини (4%), Англії (3,6%).

Формування конкурентоспроможної туристичної індустрії неможливе без знання особливостей ринку, на якому вона працює. Щодо розподілу ринку між туроператорами за регіонами, лідерами у АР Крим та Івано-Франківська область. Зокрема, м. Київ посідає 1 місце майже за усіма основним показникам, крім кількості обслугованих екскурсантів – 2 місце та внутрішніх туристів – 4 місце. АР Крим займає 2 місце за усіма показниками, крім кількості виїзних туристів – 17 місце та внутрішніх туристів – 3 місце. Івано-Франківська область займає 1 місце за показниками: кількість обслугованих екскурсантів та внутрішніх туристів. Разом вони займають 74,3% туристичного ринку.

Оцінка та тенденції в'їзного туризму. Кількість в'їзних (іноземних) туристів, обслугованих ліцензіатами протягом 2010 р., становила 1,7 млн. осіб, що менше на 9% у порівнянні з 2009 р.

Зростання кількості обслугованих в'їзних туристів протягом 2010 р. відбулось лише в таких областях: Луганській (на 29%), Івано-Франківській (28%), Тернопільській (у 2 рази) та Харківській (на 25%).

Найменша кількість іноземних туристів (27 осіб) обслугована ліцензіатами туристичної діяльності в Житомирській області, це дорівнює 0,005% від обсягу по Україні. Також дуже низький цей показник в Сумській (134 особи), Луганській (163 особи), Черкаській (441 особа), Тернопільській (453 особи), Кіровоградській (541 особа), Київській (611 осіб) та Полтавській (718 осіб) областях.

Традиційно більше 80% іноземних туристів припадає на 4 регіони: м. Київ (50%), АР Крим (16,6%), м. Севастополь (11%), Одеську область (5,7%).

Кількість внутрішніх туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності протягом 2010 р. становила 1,1 млн. осіб, що менше ніж у 2008 р. на 292,7 тис. осіб або на 1,1%.

Зростання кількості обслугованих внутрішніх туристів протягом 2009 р. відбулось лише в Житомирській (на 5%), Сумській (на 17%) та Херсонській (на 45%) областях.

Найменша кількість внутрішніх туристів – 6,4 тис. осіб – обслугована ліцензіатами туристичної діяльності в Київській області, це дорівнює 0,34% від обсягу по Україні. Також низький цей показник в Житомирській (0,55%), Чернігівській (0,78%), Кіровоградській (0,86%) та Тернопільській (0,9%) областях.

Більше 50% обслугованих внутрішніх туристів припадає на туристичні підприємства Івано-Франківської області (26,8%), м. Києва (17%), АР Крим (8,7%).

Кількість екскурсантів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності протягом 2010 р. становила 1,9 млн. осіб, що менше на 21% або на 496,4 тис. осіб порівняно з 2009 р.

Зростання кількості обслугованих екскурсантів протягом року, відбулось лише в Луганській (на 42% або на 8,9 тис. осіб), Київській (на 316 осіб), Львівській (на 2% або на 1,3 тис. осіб), Сумській (на 1% або на 175 осіб) та Херсонській (на 68% або на 23,8 тис. осіб) областях.

Найменша кількість екскурсантів – 4 тис. осіб – обслугована ліцензіатами туристичної діяльності в Київській області, це дорівнює 0,21% від обсягу по Україні. Також низький цей показник в Житомирській (8,3 тис. осіб або 0,44%), Кіровоградській (9,6 тис. осіб або 0,5%), Миколаївській (10,3 тис. осіб або 0,54%) та Вінницькій (12,8 тис. осіб або 0,67%) областях. Більше 60% обслугованих екскурсантів припадає на туристичні підприємства Івано-Франківської області (27,3%), АР Крим (26,7%), та м. Севастополя (8,2%).

Обсяг послуг, наданих суб'єктами туристичної діяльності протягом 2011 р. становив 9,388 млрд. грн., та збільшився на 17% або на 1,3 млрд. грн., порівняно з 2010 р. Обсяг туристичних послуг, наданих суб'єктами туристичної діяльності в Україні, щорічно збільшується.

Це зумовлено наступними тенденціями:

- на фоні збільшення загальної кількості туристів відбулося зменшення тривалості подорожей й збільшення їх вартості;
- зросла середня вартість путівки з виїзного туризму;
- подорожчали путівки у сфері в'їзного туризму при тому, що тривалість подорожі для іноземних туристів залишилася майже без змін.

Стійке зростання обсягу туристичних послуг, навіть в останні роки, роки дії та наслідків економічної кризи, багато в чому пояснюється загальним зростанням цін, в т.ч. на туристичне обслуговування. Зростання обсягу послуг у 2011 р. зареєстровано не у всіх областях України, найбільш суттєве спостерігається у Івано-Франківській (на 93,2 млн. грн.) та Донецькій (на 33,7 млн. грн.) областях, у м. Севастополь (на 15,2 млн. грн.) та у м. Києві 9 на 1,5 млрд. грн.). У цілому 70% обсягів наданих послуг припадає на туристичні підприємства м. Київ.

Висновки до 2 розділу:

Туризм інтенсивніше розвивається там, де стабільні економічна і політична ситуація, а також різноманітна в цілому соціально-культурна і зокрема туристська інфраструктура.

У теперішній час найбільш гальмівним фактором у розвитку туризму на суспільному рівні є відсутність уваги та підтримки з боку політиків та громадської влади. Коли на туризм не зважають, його доходи не визначені, відсутнє ретельне планування та, як наслідок, відсутній і розвиток. Як тільки буде глибока зацікавленість на законодавчому рівні, поєднання зусиль для піднесення статусу індустрії туризму на більш високий рівень, конкретних заходів щодо встановлення і підтримки економіки, туризму.

Добробут населення, щорічне збільшення громадян України в майбутньому приведе до більш інтенсивної туристичної діяльності, відпочинок, подорожі, мистецтво, культура стануть основними елементами, які заповнять вільний час людини.

РОЗДІЛ 3. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Стратегічні напрямки розвитку в'їзного туризму в Україні

Актуальність дослідження полягає в тому, що питання розвитку в'їзного туризму стоять в ряді першочергових серед завдань економічного піднесення країни. Реалізація стратегічних проектів дозволить здійснити відповідну переструктуризацію діяльності туристичної галузі у взаємозв'язку з напрямками соціально-економічного життя держави, дасть можливість зорієнтувати населення, владні, управлінські та бізнесові структури та комплексний підхід до забезпечення ефективного використання переваг і можливостей вітчизняної туристичної сфери, обумовлених природно-кліматичними умовами, національними традиціями та історичними особливостями, з урахуванням вимог щодо захисту довкілля та збереження і збагачення історико-культурної спадщини.

Так, М.П. Мальська розглядає стратегію розвитку в'їзного туризму, яка повинна передбачати комплексний структурно-функціональний методичний підхід, який полягає у поєднанні різноманітних компонентів туристичної індустрії та її інфраструктури [26].

О.В.Шершньова трактує стратегію розвитку в'їзного туризму як розробку загальної концепції розвитку цільових програм, для реалізації яких необхідний час і значні фінансові ресурси [77].

Отже, в розвитку туристичної галузі є певні проблеми. Основним з них є те, що сьогодні є неефективне та нераціональне використання відповідних ресурсів, немає фінансування з боку держави, сьогоднішній рівень розвитку туристичної індустрії не відповідає наявному потенціалу. Це є визначальним питанням, яке має диференційовану структуру, складаючись, у свою чергу, з ряду інших, більш конкретних питань. Так, до останніх можна віднести, насамперед, відсутність розвиненої інфраструктури, низьку якість

обслуговування, відсутність якісної реклами та глибинної інформації про готелі, санаторії, тури по країні та послуги, які надаються, на світовому рівні, значний податковий тягар тощо.

На думку Ушакова Д.С. [62] одним із важливих принципів впливу на розвиток в'їзного туризму є необхідність управління національним туристичним продуктом, до якого відносять такі основні складові:

- формування стратегії розвитку в'їзних туристичних потоків;
- управління номенклатурою в'їзних турів;
- контроль якості національного туристичного продукту.

Він же пропонує застосовувати різні стратегії розвитку в'їзного туризму [62]. Так, не можна не враховувати нерівномірності розвитку туристичної інфраструктури по території країни, що склалася історично. Статистичні дані свідчать, що найбільш розвинутими є Крим, Причорномор'я, Карпати, Київ. Розвиток уже сформованих і конкурентоспроможних туристичних центрів можливо планувати, використовуючи стратегію радіального розвитку. Сутність її полягає в послідовному проходженні приймаючим регіоном ряду етапів.

На початковому етапі повинно проводитися максимально можливе поглиблення пропозицій туристичного продукту за рахунок розширення готельної бази, транспортних, екскурсійних та анімаційних послуг, що дозволяє приймати туристів з різним рівнем доходів, котрі здійснюють подорожі будь-якої цільової спрямованості і тривалості.

На другому етапі передбачається поступове включення до турпродукту сусідніх (не далі як за 300 км від туристичного центру) туристичних ресурсів чи об'єктів показу як додаткової чи обов'язкової екскурсії (без ночівлі) і подальша популяризація цих об'єктів. Наприклад, для відвідувачів Києва це можуть бути Чернігівська, Черкаська, Житомирська та ін. області.

Третій етап зводиться до складання комбінованих турів, які передбачають не тільки екскурсійне відвідування, але й туристичне (тобто з ночівлею) безпосередньо в об'єкті показу. Сутність третього етапу полягає в диверсифікації туристичного потоку і можливості його перерозподілу на

користь раніше невідомих туристичних центрів, а також у перетворенні туристичного центру в ще більш значний транзитний пункт.

На заключному, четвертому, етапі починається автономізація, тобто перетворення раніше маловідомих об'єктів у значні туристичні центри зі своєю власною туристичною інфраструктурою і певним рівнем популярності серед відвідувачів. Далі такі центри починають розширювати свою номенклатуру, формують і популяризують нові об'єкти показу, поступово охоплюючи все більшу територію країни. Вважається, що така стратегія є практично без ризиковою, хоча вона призводить до стрімкого зростання негативного впливу в'їзного і внутрішнього туризму внаслідок значного збільшення кількості прибуттів без забезпечення рівномірності розподілу турпотoku по території.

Враховуючи, що територією України проходять транснаціональні транспортні коридори, можливо планувати розвиток в'їзного туризму на основі стратегії транспортних коридорів. Аналізуючи карту України, можна виділити декілька таких коридорів, найбільш важливих у стратегічному розвитку національної економіки: це траси Е-95 (Гельсінкі Санкт-Петербург Київ Одеса), Е-101 (Москва Київ Західна Європа), траси Москва Харків Крим, Київ Дніпропетровськ Крим та ін.

Згідно стратегії транспортного коридору необхідно, перш за все, займатися розвитком туристичних центрів, якими, як правило, є великі промислові міста зі значним туристичним потенціалом в середині коридору з наступним охопленням приміських зон і навколишніх населених пунктів. Як приклад можна назвати розвиток туристичного потенціалу Козелецького району на Чернігівщині, зокрема смт. Козелець, с. Лемеші, с. Чемер, які мають досить цікаві об'єкти показу (церкви, храми), пов'язані з родиною Розумовських, і далі Чернігівський, Ріпкинський райони аж до кордону з Білоруссю (траса Е-95). По трасі Е-101 знаходяться с. Вертіївка (музей М. Кирпоноса), с. Заньки (музей М. Заньковецької), у 18-ти км - Ніжин з його потужним історико-культурним потенціалом, с. Крути (музей Героїв Крут), с. Пальчики (батьківщина бджоляра М. Прокоповича), славнозвісні Батурин,

Глухів і т.д. Крім того, ці траси проходять через рекреаційні зони біля річок Остер, Сейм, Десна.

Перевагами даної стратегії є:

- наявність розвинутої транспортної і туристичної інфраструктури,
- центрів дозвілля, розваг, високо кваліфікованої робочої сили;
- можливість залучення іноземного і національного капіталу внаслідок того, що ці території є відомими серед вітчизняних і іноземних споживачів.

Недоліком такої стратегії є погіршення екологічних умов і неможливість охопити більш віддалені від доріг території країни.

Точкова стратегія розвитку в'їзного туризму оптимальна для таких його видів як сільський, аграрний, екологічний, мисливство, рибальство. Відповідно до неї, розвиток точкового туристичного центру відбувається автономно, без зв'язку з навколишніми територіями. При цьому необхідно вирішити проблему транспортного забезпечення. Як правило, використовуються автомобілі підвищеної прохідності, мала авіація, малотоннажний флот. Наприклад, Дніпровські водосховища, Шацькі озера, Кримські та Карпатські гори і т.д. Найбільшою перевагою цієї стратегії є саме сталий розвиток віддалених територій, тобто забезпечення екологічної складової туризму.

Ще однією стратегією розвитку є стратегія рекреаційного районування. Вона базується на розвитку в конкретних регіонах України певних видів туризму і типів в'їзних турів, що формує спеціалізовану на прийомі певного контингенту відвідувачів туристичну зону. Найбільш відомими прикладами є розвиток бальнеологічних зон (Трускавецька, Саксько-Євпаторійська), спелеологічних (Тернопільська обл.), альпіністичних (с. Дениші Житомирської обл., місцевість в Криму біля селища Форос), пляжного туризму (узбережжя Чорного та Азовського морів), пізнавального (Київ, Чернігів, Львів, Кам'янець-Подільський), замкового туризму (Західна Україна), відвідування парково-палацових комплексів (Умань, Качанівка, Тростянець, Батурин) тощо.

Головною ідеєю стратегій рекреаційного районування є спеціалізація туристичної зони на організації турів, у яких вона має конкурентні переваги, і

відмова від виробництва (або незначний розвиток порівняно з основним напрямом) і просування непрофільного туристичного продукту.

Позитивними моментами даної стратегії є:

- перспективне позиціонування туристичного регіону на туристичній карті світу з певною оптимальною спеціалізацією;
- ідентифікація регіону з певним видом туризму у свідомості іноземних споживачів;
- концентрація зусиль на роботі з вузьким сегментом споживачів.

Вони ж є і негативними моментами, оскільки:

- не дозволяють використовувати весь наявний туристичний потенціал;
- створюють нерівномірність розподілу туристичних потоків, як правило, дуже залежать від сезонності;
- створюють нездорову конкуренцію між регіонами, що надають ідентичні послуги.

Очевидно, що в Україні можуть застосовуватись усі названі стратегії розвитку національного в'їзного туризму, оскільки всі вони мають свої переваги і недоліки. У той же час, бажано дотримуватись наступних принципів:

Україна повинна розвиватись як країна всесезонного туризму, що робить можливим наявність широкого спектру туристичних ресурсів;

в'їзні тури не повинні бути тільки вузької спеціалізації, навіть якщо їх організовують регіональні туроператори;

в розподілі в'їзних міжнародних туристичних потоків повинні приймати участь якомога більше регіонів;

для досягнення цінових переваг туристичне керівництво країни і регіонів повинне орієнтуватись на туристичні ринки прикордонних держав (перш за все, країн СНД), оскільки статистичні дані за всі роки незалежності свідчать, що саме туристи із сусідніх країн складають і будуть надалі складати більшість серед споживачів туристичних послуг України;

в Україні повинен розвиватися значно ширше конгресний, подієвий туризм, особливо, враховуючи ті можливості, що їх надає чемпіонат Європи з футболу EURO-2012.

Потрібно розвивати номенклатуру в'їзних турів вшир і вглиб. Під шириною розуміють наявність в пропозиціях вітчизняних туроператорів великої кількості географічних напрямів в'їзного туризму, привабливих для іноземного споживача впродовж усього року. З іншого боку, розширення номенклатури вимагає посилення контролю державних і місцевих органів за підтриманням необхідної якості туристичного продукту, а найбільше - за створенням умов безпеки для приїжджаючих туристів і, в той же час, недопущенням поширення криміналізації, незаконної міграції, контрабанди і інших злочинів, які стимулюються розвитком міжнародного туризму. Глибина номенклатури в'їзних турів визначається можливостями модифікації (можливості зміни окремих характеристик туру) туристичних поїздок в одному напрямку. Для цього можливо змінювати такі його характеристики:

- тривалість туристичної поїздки;
- умови розміщення під час поїздки;
- якість транспортних послуг, що закладені в туристичний пакет;
- мету туристичної поїздки.

Це дозволить збільшити число туристів, що відрізняються доходами і потребами, збільшить ціновий діапазон туристичної пропозиції, допоможе зростанню конкуренції і спеціалізації між туроператорами, а отже, підвищенню професіоналізму персоналу і якості турпродукту.

Окрім того на даному етапі розвитку в'їзного туризму, не можливо обминути тему, яка є досить актуальна на сьогоднішній день це є проведення чемпіонату Євро 2012 з футболу. Отримання Україною права на проведення чемпіонату Європи з футболу в 2012 році, стало своєрідною «візиткою» в глобальний туристичний бізнес, однак загальнонаціональні проблеми, притаманні практично всім сегментам туристичного ринку нашої держави, суттєво стримують подальший його розвиток. Тому першочерговим завданням у сфері побудови потужної туристичної індустрії в Україні є розробка стратегії адаптації вітчизняного туристичного бізнесу та в'їзного туризму до сформованих лідерських стандартів країн ЄС і світу в цілому.

До основних перешкод розвитку вітчизняної туристичної галузі, які потребують усунення в контексті підготовки та проведення фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу, доцільно віднести.

Недостатня кількість готелів, інших закладів розміщення туристів та значні бар'єри входження на ринок готельних послуг України. В Україні бракує близько 70 чотирьох та п'ятизіркових готелів (7 тис. номерів) та 400 тис. номерів в готелях нижчої категорії. В Донецьку та Харкові бракує 80 % номерів для гостей, місто Київ – може задовольнити попит лише наполовину. Загалом до 2012 р. заплановано ввести в експлуатацію 200 готелів.

Частково задовольнити попит на місця розміщення могли б малі готелі та хостели, вартість проживання у яких значно нижча. Проте, і мережа хостелів в Україні розвинена недостатньо, малі готелі та апартаменти будуються хаотично і в більшості випадків не обліковуються як засіб колективного чи індивідуального розміщення.

2) Невідповідність цін рівню якості готельних послуг. Вартість проживання в українських готелях в 2-3 рази перевищує вартість проживання в готелях аналогічного рівня країн Європи, що зумовлено неналежним державним регулюванням цієї сфери (відсутній державний орган сертифікації готелів та інших закладів розміщення) та низьким рівнем диференціації готельних послуг (слаборозвинена мережа хостелів, мотелів, кемпінгів).

3) Неналежний рівень підготовки кадрів для туристичної галузі. В цьому контексті найбільш гострими є декілька аспектів: брак кадрів середньої та нижчої обслуговуючої ланки (у т.ч. зі знанням іноземних мов), аніматорів, стюардів для проведення спортивних заходів, волонтерів; відсутність реєстру гідів, екскурсоводів; недостатня кількість кваліфікованих спеціалістів та викладачів з досвідом стажування або роботи за кордоном з підготовки кадрів для туристичної галузі; не сформованість системи підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів в туристичній галузі.

4) Нерозвиненість мережі туристичних інформаційних центрів, вказівників, інформаційного облаштування вздовж автомагістралей, що стримує розвиток не лише в'їзного, але й внутрішнього туризму.

5) Відсутність туристичних представництв України за кордоном. В контексті підготовки та проведення фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу актуалізується необхідність популяризації України за кордоном з метою поширення інформації серед потенційних туристів про країну, культуру, туристично-рекреаційні ресурси, готелі, транспортне сполучення тощо.

6) Обмеженість практики використання електронних та автоматизованих систем бронювання готельних номерів, залізничних та автобусних квитків, що свідчить про низький рівень «культури» обслуговування туристів. Зокрема, в Україні впровадження системи Інтернет-бронювання залізничних квитків розпочато з 1 червня 2008 р., проте лише на Південній залізниці. Бронювання в режимі on-line автобусних квитків на міжнародні та внутрішні рейси можна здійснити лише через Інтернет-сайти декількох центральних автовокзалів країни. Процедура Інтернет-бронювання авіаквитків в Україні є складною і, в окремих випадках, важкою і недоступною для пересічних громадян.

7) Недостатність фінансування та кваліфікованих спеціалістів для реставрації і відновлення історико-культурних, архітектурних пам'яток, раціонального використання та збереження туристично-рекреаційних і природних ресурсів. Проблема раціонального використання та збереження туристично-рекреаційних та природних ресурсів особливо актуальна в умовах очікування значної кількості відвідувачів, оскільки відсутність та, відповідно, недотримання науково-обґрунтованих максимально допустимих норм навантаження на туристично-рекреаційні та природні ресурси може призвести до незворотних процесів їх руйнування.

8) Низький рівень якості транспортних послуг, що є характерним для всіх видів транспорту в Україні, проте в проведенні ЄВРО-2012 чи не найгострішими постають проблеми авіаційного транспорту (йдеться про невирішені питання власності в цій сфері, які суттєво перешкоджають перебудові аеропортів, будівництву нових аеропортів та терміналів; незавершеність переговорного процесу про інтеграцію України в європейський авіаційний простір; неможливість розширення напрямів авіасполучення

внаслідок зношення матеріальної бази та низького рівня безпеки польотів на літаках українських авіакомпаній та в результаті заборони польотів над територією окремих країн тощо). Зокрема, в Україні експлуатуються 42 аеропорти та аеродроми, з яких тільки 25 обслуговують комерційні рейси, а 95 % пасажиропотоків сконцентровані в 7 аеропортах. Згідно стандартів ІКАО, при чисельності населення 46,7 млн чоловік Україна потребує близько 210 аеропортів для обслуговування тільки регулярних рейсів. Водночас, регіональні аеропорти Західної України можуть стати важливим видом сполучення з Європою, в тому числі з Польщею, в період проведення Євро-2012 та забезпечити швидке перевезення туристів, вболівальників і спортсменів.

Питання розвитку туристичної галузі, її підготовки та реформування передбачені в Законі України «Про організацію та проведення фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу в Україні» і Державній цільовій програмі підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу. Окрім того, в Україні затверджено Галузеву програму туристичного забезпечення в рамках підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу та План дій із забезпечення підготовки та проведення в Україні туристичного обслуговування в рамках фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року. Разом з тим, у зазначених нормативно-правових актах не враховано такі вагомні аспекти у контексті розв'язання вищенаведених проблем: (додаток)

- в частині нормативно-правового забезпечення та державного регулювання не передбачено створення державного органу обліку та контролю сертифікації готелів, якості їх послуг тощо;

- в частині інвестиційної політики не передбачено інвентаризація садиб зеленого туризму як альтернативних засобів розміщення, внесення їх до реєстру, підготовка їх власників до прийому іноземних туристів та вболівальників; виділення земельних ділянок під створення тимчасових кемпінгів, залучення хостел-організацій та пошуку інвесторів для розвитку мережі хостелів;

- в частині підготовки кадрів не передбачено обов'язковість формування реєстру та підготовки волонтерів, стюардів для проведення масових заходів (в т.ч. спортивних заходів), залучення іноземних спеціалістів для підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів всіх ланок і спеціальностей;

- в частині інформаційно-рекламної діяльності не враховано необхідність створення туристичних представництв за кордоном.

У контексті вирішення вищенаведених проблем видається доцільним передбачити в стратегії розвитку туристичної галузі в рамках підготовки до чемпіонату з футболу Євро-2012 такі заходи:

1. Внести до нормативно-правових актів, які регулюють організацію та проведення фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу, зміни, які передбачають:

- створення державного органу обліку, контролю та сертифікації готелів, якості їх послуг, підпорядкованого Державній службі курортів та туризму;

- проведення інвентаризації садиб зеленого туризму як альтернативних засобів розміщення відвідувачів Євро-2012 та внесення їх до першого електронного каталогу розробленого Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму;

- виділення земельних ділянок під створення тимчасових кемпінгів, створення сприятливих умов для залучення інвестиційних коштів для розвитку мережі хостелів;

- формування реєстру та організації системи підготовки волонтерів, стюардів для проведення масових заходів (в т.ч. спортивних заходів), залучення іноземних спеціалістів для підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів всіх ланок і спеціальностей туристичної галузі;

- розробку концепції створення туристичних представництв України за кордоном та її поетапну реалізацію.

2. Врахувати у документах стратегічного планування підготовки, організації та проведення Євро 2012 досвід Португалії та Німеччини, зокрема щодо: 1) прогнозування очікуваної кількості туристів та учасників Євро 2012;

2) диверсифікації закладів розміщення туристів (мотелі, хостели, садиби зеленого туризму та туристичні бази в рекреаційних зонах прилеглих до міста); 3) розробки спеціальних економічних режимів для залучення інвесторів у розвиток мережі хостелів; 4) впровадження електронних інформаційних та автоматизованих систем бронювання місць в готелях, автобусних, залізничних квитків тощо.

3. В межах реалізації концепції створення туристичних представництв України за кордоном, відкрити туристичні представництва, в першу чергу в тих країнах звідки прогнозуються найбільші туристичні потоки під час проведення Євро-2012.

4. Розробити організаційно-економічні заходи стимулювання розвитку системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів, включаючи залучення іноземних спеціалістів та фахівців до навчального процесу, розвиток «дефіцитних» спеціальностей на туристичному ринку (стюардів, аніматорів, середнього та нижчого обслуговуючого персоналу для готелів, ресторанів тощо).

5. Створити інформаційно-туристичні центри на базі вітчизняних туристичних підприємств.

6. Розробити та впровадити заходи з посилення роботи щодо збереження туристично-рекреаційного та природного потенціалу України.

Для досягнення цього результату Україні, маючи вагомий рушій (Євро 2012), необхідно розробити ефективну стратегію світового туристичного ринку. При розробці стратегії необхідно враховувати, що найкращі умови розвитку туристичних послуг вже є сформованими в інших більш розвинутих державах, що створює жорстку конкуренцію на цьому ринку, а тому побудову такої стратегії в Україні доцільно здійснити шляхом розвитку решти галузей економіки й оптимізації цінової політики вітчизняних підприємств туристичної індустрії.

3.2. Шляхи збільшення туристичних потоків в Україні

Туристичний потенціал території - ємне, багатоаспектне поняття, що охоплює сукупність природних, етнокультурних та соціально-історичних ресурсів, а також наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, що служать чи можуть служити передумовами розвитку певних видів туризму.

З дослідження туристичного потенціалу територій розпочинається майже кожна наукова праця, присвячена проблемам розвитку туризму, а оцінка рівня рекреаційного потенціалу регіонів та їх забезпеченості рекреаційними ресурсами є проблемою, що чи не найбільш часто піднімається у наукових виданнях з географії, економіки, медицини та екології. Це свідчить про беззаперечну актуальність даного питання, а також, як це не парадоксально звучить, його невивченість. Принаймні, не зважаючи на велику кількість наукових розробок, досі залишається невивченим ряд важливих теоретичних та практичних питань, зокрема, немає кадастру рекреаційних ресурсів України та не проведена грошова їх оцінка, за виключенням загальної оцінки вартості природних рекреаційних ресурсів адміністративних областей та районів, зробленої В.П.Руденком в 90-х рр. минулого століття [48].

Особливу увагу дослідженню туристичного потенціалу території необхідно приділяти в процесі виявлення можливостей розвитку в'їзного туризму. Адже, туристичний потенціал території має вивчатися під кутом зору його придатності для організації обслуговування іноземних туристів та збільшити туристичний потік в Україні.

Туристичний потенціал території складається з трьох елементів:

- ресурси;
- інфраструктура;
- імідж.

Оцінюючи придатність туристичних ресурсів для організації в'їзного туризму, необхідно пам'ятати про їх естетичний, емоційно-психологічний, інтелектуальний та духовний вплив. Традиційно для обслуговування іноземних туристів залучаються найкращі ресурси. Тож, передусім, до уваги необхідно приймати привабливість об'єктів природного та антропогенного походження,

що виражається в ступені їх відомості, збереженості, доглянутості, відвідуваності тощо. З іншого боку, те, що цікавить вітчизняних споживачів турпродукту, може не викликати інтересу з боку туристів-іноземців, і навпаки, ті ресурси, що українцями сприймаються як постійність, можуть стати об'єктом жвавого туристичного попиту приїжджих. В такому випадку, передусім, треба звертати увагу на гомогенні туристичні ресурси, етнокультурні особливості регіонів, традиційні ремесла.

Гомогенні туристичні ресурси - соціальні та природні об'єкти, явища, події, походження яких тісно пов'язане як з територією України (де вони розташовані або відбувались), так і з територією тієї зарубіжної країни, в межах якої даний об'єкт, явище, подія первісно виникла [4с.42]. Безперечно, інтерес з боку іноземних громадян можуть викликати місця, пов'язані з життєвим шляхом їх видатних земляків, а також поховання іноземців, архітектурні пам'ятки, створені ними, або що носять їх імена, пам'ятники та меморіальні дошки, споруджені на честь подій, пов'язаних з історією тієї чи іншої держави, або видатних іноземців тощо.

Етнокультурні особливості регіонів виявляються в об'єктах та явищах матеріальної і духовної культури життєдіяльності етносу на території його історичного розвитку. Найбільш цікавими для іноземців можуть бути об'єкти матеріальної (українські храми, могили, пам'ятні хрести, традиційне українське житло, господарські будівлі, декоративно-ужиткові вироби народних майстрів, національний одяг) та явища духовної етнокультури, пов'язані з побутовими та культовими обрядами, народними традиціями, усною народною творчістю. Дані ресурси, в першу чергу, орієнтовані на вихідців з урбанізованого середовища, що знаходиться під впливом масової культури, а їх розміщення тісно пов'язане з селами як найбільш консервативними за своїми культурними особливостями формами розселення.

Необхідно звертати увагу на лікувально-оздоровчі ресурси. В Європейському рекреаційному макрорегіоні саме Східна Європа спеціалізується на наданні курортних послуг через їх порівняну дешевизну, а також значну забезпеченість кліматичними, бальнеологічними рекреаційними

ресурсами та давні традиції їх використання. Головний їх споживач - населення Західної та Північної Європи. Таким чином, Україна повинна використовувати свої переваги на ринку лікувально-оздоровчих послуг.

Не можна також не брати до уваги транспортної доступності туристичних ресурсів. Тоді як в межах України дістатися до то того чи іншого населеного пункту не є проблемою, то тривалість, зручність та комфортність подорожей в деяких випадках викликають сумніви. Тому, в першу чергу, необхідно залучати рекреаційні ресурси населених пунктів, що розташовані поблизу транспортних коридорів, міжнародних автомобільних та залізничних магістралей та доріг республіканського значення.

На наданні послуг організації дозвілля спеціалізується ряд підприємств, установ і організацій, що належать до різних галузей соціальної інфраструктури: будинки та палаци культури, клуби, концертні організації, театри, кінотеатри, музеї, бібліотеки, виставкові центри, тематичні парки, зоопарки, казино, фітнес-центри та інші. Як правило, туристичним попитом з боку іноземців користуються послуги, споживання яких не пов'язано з необхідністю досконало знати мову приймаючої сторони. Тож у в'їзному туризмі найбільше значення мають тематичні парки, казино, виставкові центри та музеї.

Тематичні парки - порівняно нова концепція розважальних об'єктів, що динамічно розвивається. В основу роботи тематичного парку покладається захоплююча тема, якій підпорядковані усі вистави і атракціони, що пропонує парк [50]. Тематичні парки користуються величезною популярністю, у тому числі, й іноземних туристів, їх мережа інтенсивно розвивається, справа приносить значні прибутки і відноситься до перспективних напрямів розвитку індустрії дозвілля. Проте, в Україні немає жодного такого парку. Успіх цієї справи в світі говорить про доцільність створення подібних об'єктів, в основу яких могла бути покладена ідея відтворення різних епох та періодів з історії України: трипільської культури, Давньої Русі, козацької доби тощо.

В Україні немає також жодного казино міжнародного класу, подібного казино Монте-Карло, Атлантик-Сіті чи Лас-Вегаса. Тим більше, що для того,

щоб таке казино приваблювало іноземних туристів, це повинен бути цілий гральний комплекс з відповідною інфраструктурою, готелями, закладами ресторанного господарства. Сам гральний бізнес в Україні часто виявляється поза законом.

Таким чином, із закладів розважальної інфраструктури в Україні найбільше значення для розвитку туризму мають музеї як інституції, що зберігають, досліджують і популяризують предмети найрізноманітнішого призначення, виконуючи про цьому пізнавальну, розвиваючу та виховну функції.

В залежності від спеціалізації виділяють природничі, історичні, художні, архітектурні, літературні, музичні, театральні та інші музеї. Їх мережа широко представлена в Україні: тут функціонує 485 подібних закладів, кількість експонатів основного фонду яких становить 11,2 млн. одиниць. Найбільший інтерес для іноземців можуть становити історичні, художні, етнографічні та природничі музеї, які репрезентують довілля та культуру держави, яку вони відвідують. В Україні їх нараховується 223. Наймасовішими ж є краєзнавчі музеї (155 закладів), які, здебільшого, мають місцеве значення. Увагу іноземців приваблюють і нетрадиційні музеї, в яких зібрані унікальні колекції, якими є, скажімо, музей писанкового розпису у Коломиї, музей пошти у Ніжині чи музей однієї вулиці у Києві.

Найбільшу кількість музеїв мають м. Київ, Кіровоградська, Полтавська, Чернігівська та Харківська області. А найбагатші музейні фонди - м. Київ, Львівська область та АР Крим.

Є особлива категорія музеїв-ансамблів, що створюються на основі пам'яток архітектури, їх інтер'єрів та навколишньої території. Особливо цінні з них мають статус музеїв-заповідників. В Україні таких об'єктів понад 50. Статус національних мають заповідники «Софія Київська» та Києво-Печерський історико-культурний заповідник, що увійшли також до об'єктів всесвітньої спадщини, Шевченківський національний заповідник у Каневі, «Чигирин» у однойменному місті Черкаської області, «Чернігів стародавній»,

«Хортиця» у Запоріжжі, «Херсонес Таврійський» у Севастополі, «Давній Галич» у м. Галич Івано-Франківської області.

Незважаючи на те, що музейна справа в Україні набула значного рівня розвитку, для неї характерна певна традиційність і навіть консервативність. У світі виникають і успішно функціонують нові типи музеїв: культурні центри, в яких культурно-просвітницька діяльність ведеться за допомогою творів мистецтва, книг, кіно, театру, аудіовізуальних програм, екскурсій та лекцій. Відвідувачі центрів можуть не лише ознайомитись з основною експозицією та тематичними виставками, але й мати у своєму розпорядженні книги, фільми, слайди, електронні видання та інші джерела, що допомагають знайти відповіді на різноманітні питання. До нових типів музеїв відносяться інтерактивні дитячі музеї з бібліотеками, лабораторіями, кінотеатрами, різноманітними колекціями, у яких відвідувачі є не лише спостерігачами, але й активними дослідниками, а також екомuzeї, присвячені людині та її природному та культурному оточенню. На жаль, в Україні таких музеїв поки що немає.

Бурхливий розвиток транспортних засобів та шляхів сполучення в кінці XIX на початку XX століть поряд з іншими чинниками (науково-технічна революція, наслідками якої стала зміна якісного рівня продуктивних сил; урбанізація; збільшення вільного часу; загальне зростання культурного рівня населення) став потужним поштовхом для посилення міжнародної туристичної діяльності.

З розвитком туристичної сфери транспорт став невід'ємною її складовою. За участю у задоволенні туристичних потреб транспортні засоби відносяться до первинних, вторинних і третинних підприємств рекреаційного комплексу:

- первинні - транспортні підприємства, що беруть безпосередню участь в обслуговуванні туристів (в залежності від використовуваних транспортних засобів виділяють автомобільний, автобусний, мотоциклетний, авіаційний, залізничний, велосипедний, водний на гребних судах, водний на моторних судах, кінний види туризму);

- вторинні - транспортні підприємства, що виконують внутрішні (міські) та зовнішні пасажирські перевезення, але не спеціалізуються на перевезенні туристів;

- третинні - транспортні підприємства, що обслуговують промисловість та сільськогосподарські підприємства і тим самим опосередковано залучені в обслуговування туристів [30]. Особливості техніко-економічних характеристик транспортних засобів та їх комфортність обумовили популярність певних видів транспорту на маршрутах різної протяжності. Так, поїздки від 5-10 до 500 км здійснюються за допомогою автомобільного транспорту. У поїздки від 500 до 1000 км туристи, здебільшого вирушають залізницею. Що ж до використання авіаційного транспорту, то на відстанях менше 500 км він просто нерентабельний і активно використовується у поїздках більше 1000 км.

Взаємодія транспортного комплексу з туристичним взаємовигідна. З одного боку, за даними Мінекономіки України, 80 - 90% доходу від пасажирських перевезень на транспорті одержується від обслуговування туристів. З іншого - завдяки транспорту до туристичного користування залучаються периферійні ділянки рекреаційного простору [50]. А в умовах високого транзитного потенціалу, що має Україна, розвиток транспортної мережі міг би сприяти прискоренню інтеграції України в міжнародний економічний простір, а також збільшенню потоків іноземних туристів.

Україна займає вигідне транспортно-географічне положення. Через її територію здійснюється транспортний зв'язок країн СНД з країнами Центральної та Південної Європи, Близького Сходу та Африки. Крім того, налагоджені комунікації Західноєвропейських, Скандинавських та Балтійських країн з країнами Закавказзя, Центральної Азії, Далекого Сходу, Китаєм та Індією. У подальшому розвитку і укріпленні цих зв'язків зацікавлені всі учасники транспортно-комунікативних процесів. В зв'язку з цим в Європі та Азії ведеться створення системи транспортних коридорів, в якій українські магістралі відіграють важливу роль. Територією України проходять ділянки наступних міжнародних транспортних коридорів (Додатки Д і Е):

- критський коридор №3 - Берлін - Дрезден - Вроцлав - Львів - Київ;

- критський коридор №4 - Трієст - Любляна - Будапешт (Братислава) - Львів - Рівне - Сарни - Мінськ;
- критський коридор №5 - Дунайський (водний);
- критський коридор №9 - Гельсінкі - Санкт-Петербург - Мінськ (Москва)
- Київ - Кишинів (Одеса) - Дмитровград - Александрополіс;
- Балтійське море - Чорне море - Гданськ - Варшава - Ковель - Одеса;
- Європа - Азія - Франкфурт - Краків - Львів - Дніпропетровськ - Алма-Ата (продовження коридорів №3 і 5);
- ЧЕС - Анкара - Єреван - Тбілісі (Баку) - Ростов-на-Дону - Донецьк - Одеса (Кишинів) - Бухарест (Тірана) - Дмитровград (Афіни) - Стамбул;
- Євразійський - Одеса - Тбілісі (Єреван) - Баку - Ашгабат;
- Північ - Південь - Харків - Полтава - Кіровоград - Одеса.

Це мають бути швидкісні магістралі міжнародного класу. Їх створення повинно суттєво поліпшити транспортне обслуговування, сприяти соціально-економічному розвитку прилеглих територій і, разом з тим, відіграти значну роль у подальшому розвитку туризму. Планується вздовж транспортних коридорів, а особливо в місцях перетинання магістралей та поблизу великих населених пунктів, створити обслуговуючі комплекси, які б забезпечували ночівлю, відпочинок, технічне обслуговування подорожуючих. За даними уряду, безпосередньому впливу транспортних коридорів підлягають смуги територій завширшки 150 - 200 кілометрів [23]. А це, за умови будівництва намічених магістралей, практично вся територія України. Отже, реалізація цієї програми дозволила б прив'язати до транспортних магістралей до 90% туристичних об'єктів.

Сучасний же стан транспортної інфраструктури в Україні рядом експертів визнається незадовільним. Щоб не бути голослівними, порівняймо основні показники транспортної забезпеченості декількох європейських держав з українськими (табл.3.1)

Порівнявши дані показники, можна визначити, що Україна має досить високий рівень забезпеченості залізницями (за цим показником вона входить в першу десятку світу), хоча дещо відстає від Польщі, Франції і Німеччини.

Рівень електрифікації залізниць теж досить високий. На жаль, щодо забезпеченості автомобільними дорогами Україна зовсім не вигідно відрізняється від даних країн: будучи трохи більшою за площею від Франції та Німеччини, Україна має, відповідно, у 5,6 та в 3,8 разів менше автодоріг. Якщо ж брати до уваги щільність автодоріг, то Україна залишається далеко позаду.

Таблиця 3.1.

Порівняння транспортної забезпеченості деяких країн Європи

Країна	Площа, тис. км	Довжина автошляхів, тис. км	Щільність автошляхів, км/ тис.	Довжина залізниць, тис. км	Щільність залізниць, км/тис.
Україна	603,7	169,4	280,6	21,7	35,9
Польща	312,6	424,0	1355,9	22,3	71,4
Франція	551,6	951,5	1749,1	29,2	53,7
Німеччина	357,0	644,6	1805,3	41,9	117,4
Іспанія	307,6	681,2	1349,5	15,3	30,3
Італія	301,2	487,7	1618,7	19,7	65,6

Складено автором за даними ДержПрикордонної служби України

В сучасних умовах зростання туристичного інтересу до різних країн і народів, імідж країни відноситься до найважливіших факторів, що впливають на вибір іноземними туристами місць відпочинку. Основним питаннями, що турбують туристів в процесі визначення з країною подорожі, є як ті, що можна віднести до загального іміджу держави (культурний рівень, екологічна ситуація, криміногенна обстановка, національна та релігійна толерантність, політична та економічна стабільність), так і ті, що стосуються розвитку туристичної індустрії (наявність туристичних ресурсів та комфортність відпочинку, відповідність рівня сервісу рівню цін, безпека подорожі, цілість багажу і таке інше). Загальний імідж країни значно впливає на формування туристичного іміджу. Хоча трапляються випадки, коли саме туристичний імідж стає для країни визначальним, оскільки країна стає відомою світові через туризм. Так, наприклад, маючи безліч проблем у політичній, економічній,

соціальной сферах, Єгипет, Туреччина, Таїланд та інші країни змогли сформувати позитивний туристичний імідж в очах іноземних туристів.

У більшості випадків рішення про поїздку залежить не від того, що потенційний турист володіє вичерпною інформацією про країну, а від сформованих стереотипів, інформації в засобах масової інформації, відзвітів інших туристів. Іноді вони можуть не відповідати дійсності. В таких умовах погана репутація або відсутність такої можуть звести нанівець зусилля щодо розвитку в'їзного туризму в країні. Таким чином, імідж та репутацію держави необхідно розглядати як необхідні складові її стратегічного надбання.

Це як торгова марка, бренд, якому або довіряють, або ні. Недарма останнім часом у вивченні проблем іміджу країн та практичному застосуванні отриманих результатів використовуються маркетингові технології, а сам напрям називається державний брендинг або брендинг країн. Брендинг країн - це цілеспрямований процес створення та постійного поширення за допомогою іноземних засобів масової інформації бренду країни. Бренд країни - це комплекс думок, почуттів, асоціацій та уявлень, які виникають у людини, коли вона чує або бачить назву певної країни. На формуванні бренду країни найбільше позначаються її впливовість у світі, соціально-економічне та політичне становище, рівень культури, інтелектуальна власність, спортивні досягнення тощо.

Більш детальне знайомство з уявленнями, що мають іноземці про Україну, дає невтішний результат. Як показало дослідження міжнародного іміджу України, проведене на основі аналізу публікацій та повідомлень впливових іноземних ЗМІ спеціалістами Українського центру економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова [32], сьогоднішні уявлення про неї є досить поверховими, фрагментарними і переважно негативними.

Із країн далекого зарубіжжя більш-менш регулярно повідомлення про Україну з'являються в американських, канадських та західноєвропейських виданнях. Уявлення жителів цих держав про нашу країну формується на основі інформації про корупцію, нелегальних мігрантів, Чорнобильську проблему, співробітництво з НАТО, миротворчу діяльність, про вади української

демократії, голодомор 1932-33 рр., складні взаємовідносини з Росією, значний нереалізований потенціал української науки, незахищеність прав інтелектуальної власності, а також на основі необґрунтованих звинувачень України в постачанні зброї в «гарячі точки». Іноземні бізнесмени небезпідставно вважають Україну державою з нестабільним політичним та економічним становищем, несприятливим інвестиційним кліматом, сприймають нас як ненадійного партнера на основі періодично виникаючих проблем з транзитом російського газу, приватизацією та реприватизацією підприємств, квотами на вивезення сільськогосподарської продукції та митними зборами на ввезення товарів, що постійно змінюються. Переважно негативно становище України оцінюється провідними міжнародними організаціями та міжнародними фінансовими інституціями. Думка ж про репутацію України як туристичної держави практично несформована.

Донедавна назва «Україна» багатьом пересічним громадянам країн далекого зарубіжжя була або взагалі незнайома, або ідентифікувалась через назву «Росія», або асоціювалась з Чорнобилем, Андрієм Шевченком та братами Кличками. Події політичного та культурного, домагання українського президента визнати голодомор 1932-33 рр. геноцидом, привернули до України увагу, зробили її більш відомою у світі. Проте, нестабільна економічна і політична ситуація продовжують робити свій внесок у формування здебільшого негативного іміджу України. В очах наших сусідів Україна виглядає значно привабливіше, хоча і вони не оминають увагою рівень корупції в країні, проблеми нелегальних мігрантів, ненадійність України як ділового партнера.

Проблематичним є формування позитивного іміджу України в очах росіян. Російські публікації, присвячені Україні, відбивають усю складність україно-російських взаємин. У більшості статей у російських ЗМІ Україна постає як держава політично й економічно залежна від Росії, проте із великими амбіціями.

Російськими ЗМІ формується переважно непривабливий туристичний імідж України. Пов'язано це з інформаційними методами конкурентної боротьби за споживача туристичних послуг. Росіян, що здебільшого мають

уявлення про туристичний потенціал України, зокрема АР Крим, і охоче проводять свої відпустки біля Чорного моря, періодично залякують страйками кримських татар, несприятливою епідеміологічною та екологічною ситуацією, економічними та соціальними проблемами, нетолерантністю місцевого населення до росіян, напруженою криміногенною обстановкою і т. ін. У більшості випадків інформація є безпідставною і пов'язаною з недобросовісною конкуренцією.

Отже, імідж України як туристичної держави є швидше негативним. Він оцінюється за реальним станом речей, а не за її багатим потенціалом. Неспроможність держави належним чином розпорядитися останнім лише погіршує її репутацію.

Позитивний туристичний імідж можливо сформувати лише шляхом покращення загального іміджу держави. Для цього необхідно задіяти весь іміджевий потенціал нашої України, провадити продуману державну інформаційну політику, адже одним із важливих джерел інформації для зарубіжних ЗМІ виступають вітчизняні публікації, які іноді з тих чи інших причин не відповідають дійсності. Маючи на меті власні політичні або економічні цілі, вітчизняні бізнесмени, політики і журналісти випускають в інформаційний простір скандальні відомості, зовсім не думаючи, яким чином це може позначитися на іміджу країни, у тому числі, туристичному, в очах зарубіжної спільноти. Так, нещодавній скандал навколо дитячого оздоровчого центру «Артек» завдав нищівного удару по репутації цього закладу і зашкодив Україні в очах туристів як з близького, так і далекого зарубіжжя.

Важливою у цій справі є чітко спланована брендінгова кампанія, непогані умови для старту якої створює проведення в країні міжнародних масових спортивних та культурних заходів. Але передусім необхідно створити реальні підстави для створення туристичного бренду України шляхом зміцнення рекреаційно-ресурсного потенціалу та матеріально-технічної бази індустрії туризму, поліпшення інфраструктури загального користування та створення високоякісного конкурентоспроможного турпродукту.

3.3. Інноваційне забезпечення в'їзного туризму в Україні

У даний час формується нова парадигма економічного зростання на базі використання нових знань та інновацій як найважливіших ресурсів. Поширюється усвідомлення того, що наука, як головне джерело нововведень, - не замкнена система, а органічно пов'язана з економічними процесами, які відбуваються в країні [7,с.4-10].

Вважається, що термін «інновація» вперше запропонував австрійський вчений-економіст Й. Шумпетер. Він у своїй праці «Теорія економічного розвитку» зазначив, що інновація – це введення нового товару, впровадження нової технології виробництва відкриття нового ринку освоєння нового джерела сировини та істотно удосконалені методи їх виробництва і надання, які не можуть бути забезпечені попередніми виробничими методами.

Інноваційна діяльність - комплекс наукових, технологічних, організаційних, фінансових, комерційних заходів, які приводять до інновацій. Діяльність є інноваційною, якщо в неї приносяться нові знання, технології, приймання, підходи для одержання результату, який широко затребуваний у суспільстві. Інноваційну діяльність підприємства можна визначити як спільну роботу всіх працівників, спрямовану на створення й впровадження нововведення. Інноваційна діяльність носить системний характер, систему утворюють суспільство й суб'єкти інноваційної діяльності [35,с. 31].

Основні напрямки інноваційної діяльності в сфері в'їзного туризму й гостинності:

- випуск нових видів туристського продукту, ресторанного продукту, готельних послуг і т.д.;
- використання нової техніки й технології у виробництві традиційних продуктів;

- використання нових туристських ресурсів, що раніше не використовувалися. Унікальний приклад - подорожі туристів на космічних кораблях;

- зміни в організації виробництва й споживання традиційного туристського, ресторанного продукту, готельних послуг і т.д.; новий маркетинг, новий менеджмент;

- виявлення й використання нових ринків збуту продукції (готельні й ресторани ланцюги).

Оснoву інноваційної діяльності у всіх секторах економіки становить реалізація досягнень науково-технічного прогресу. Сказане повною мірою ставиться й до сфери соціально-культурного сервісу й туризму [35 с. 56].

Науково-технічна революція не тільки стала матеріальною основою формування масового туризму. Вона вплинула на інноваційну діяльність у соціально-культурний сервіс і туризм через високі технології, до яких належать нові матеріали, мікропроцесорна техніка, засоби інформації й зв'язки, біотехнології.

Поява полімерних, композитних і інших нових матеріалів привело до появи нових видів одягу й взуття, нового спортивного й іншого спорядження, нової тари й упакування і т.д. Нові матеріали стали матеріальною основою екстремального туризму, сприяли розвитку водного, гірського й ряду інших видів туризму.

Поява сучасних засобів інформації й зв'язку вплинула на суспільне виробництво й побут людей. Сучасну туристську діяльність і роботу туристських фірм не можна представити без Internet. Сучасна аудіо-відео техніка суттєво змінила технологію менеджменту. Керування переводиться в режим реального часу і т.д.

Таким чином, інноваційна діяльність у сфері в'їзного туризму спрямована на створення нового або зміна існуючого продукту, на вдосконалювання транспортних, готельних і інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

Стимулюючий вплив на інноваційні процеси в туризмі надають різноманітні фактори:

- нові напрямки розвитку науки і техніки, поява нових технологій;
- економічна і політична ситуація в окремих регіонах світу і країнах;
- нововведення, здійснювані міжнародними організаціями, правила економічних взаємовідносин, що встановлюються Світовою організацією торгівлі, нові форми співпраці, що впроваджуються Всесвітньої туристської організацією, рішення, прийняті міжнародними або регіональними туристськими організаціями, асоціаціями, отримання нових знань про туристичні ресурси в різних регіонах земної кулі та інформації про додаткові можливості туристських можливостей;
- державні закони, а також інші правові акти, що визначають економічні та політичні принципи функціонування туристських підприємств, включаючи розробку державної концепції розвитку туризму, прийняття нових нормативно-правових актів з соціально-економічних питань;
- зміна ситуації на ринках: поява нових туристських напрямків, невідповідність пропонованих послуг потребам мандрівників, зміна структури попиту, поява нових вимог з боку споживачів до якості туристичного продукту;
- впровадження нововведень у діяльність виробничих галузей, тісно пов'язаних з туристським бізнесом (транспортні компанії, готелі, оздоровчі установи, засоби зв'язку тощо);
- прагнення компаній зміцнити позиціонування на ринку або боротьба за виживання;
- несподівані події, які не залежать від волі людей: екологічні та техногенні катастрофи, терористичні акти та інші.

До основних принципам інновацій у туризмі відносять:

1. Принцип науковості, що полягає у використанні наукових знань і методів для реалізації інновацій, відповідних до потреб туристів.
2. Принцип системності. Розроблювальна стратегія інноваційного розвитку сфери туризму в регіоні повинна враховувати фактори й умови, необхідні для задоволення потреб людей у відпочинку; ресурсні можливості

регіону (економічні, фінансові, кадрові й інші); соціальний вплив на суспільство; фактори зовнішнього середовища.

3. Принцип відповідності інновації потребам туристів. Пропонуються тільки ті нововведення, які дійсно потрібні клієнтові, а не ті, які може зробити й впровадити туристська організація.

4. Принцип позитивності результатів, що полягає в попередженні нерозумного, не продуманого створення й впровадження нововведення, яке може бути небезпечно, по-перше, для туриста; по-друге, для конкретного підприємства; по-третє, для біосфери й суспільства в цілому.

5. Принцип іманентності інвестиційним процесам. Для проведення необхідних досліджень, розробки й матеріалізації інновацій використовуються інвестиційні ресурси, ефективність яких визначається ступенем значимості й масштабністю нововведень.

6. Відповідність інноваційної діяльності і її результатів (нововведень) рівню розвитку суспільства.

7. Принцип зв'язності. Процес нововведення закінчується появою на ринку продукту, який повинен на певному етапі свого життєвого циклу викликати потреби (стимулювати ідею) створення наступного нововведення й забезпечувати фінансову підтримку цього процесу.

8. Принцип безпеки. Будь-яке нововведення повинне гарантувати відсутність шкоди для людини й навколишнього його середовища [9, с. 124].

Цінність інформаційних технологій обумовлена створюваними ними можливостями збору, аналізу й передачі інформації: куди завгодно, миттєво й з мінімальними витратами. Ці технології доповнюють інтелектуальні можливості людини точно так само, як технології промислової революції доповнювали мускульну енергію. Електричне висвітлення допомогло подовжити робочий день, залізниці й авіація дозволили людям і товарам значно легше й швидше переміщатися з однієї території на іншу. Впровадження Інтернету дозволило одержувати найбільші економічні вигоди у всіх сферах економіки.

Активний розвиток сфери інформаційних технологій почалося після поширення наприкінці 1960-х рр. універсальних обчислювальних машин

(«мейнфреймов») і винаходу в 1971 р. мікропроцесора. За останні 40 років глобальні обчислювальні потужності збільшилися в мільярд раз. До 2012 р. процесова потужність звичайного комп'ютера буде в 10 млн. раз перевищувати потужність комп'ютера 1975 р., однак коштувати в реальних цінах він буде набагато менше.

Інтернет став належним чином функціонувати тільки після винаходу Всесвітньої павутини в 1990 р. і браузера в 1993 р. Число користувачів Інтернету перевищило 1 млрд. 20 млн. і продовжує активно рости. В Інтернету є багато загального з телеграфом, винайденим в 30- е рр. XIX в. Телеграф теж привів до різкого падіння витрат на зв'язок і збільшенню інформаційних потоків в економіці. Але впровадження телеграфного зв'язку не привело до зміни традиційного економічного мислення, як це відбувається в епоху розвитку Інтернету. [17 с. 122] .

Інформаційні технології - це тільки одна з галузей, що відбуваються нині науково-технічних революцій, які можуть забезпечити набагато могутнішу «довгу хвилю», ніж їх попередники. Неминуче перетинання телекомунікаційних і інформаційних проблем і засобів їх розв'язку. Найбільшою мірою це ставиться до Інтернету як найбільш масштабному інформаційно-телекомунікаційному засобу.

У сучасному світі учасниками телекомунікаційних систем є: 1) оператори зв'язку, які фактично забезпечують інфраструктурні можливості з повним набором універсальних послуг; суверенітет над національним сегментом інтернету належить тій країні, на території якої він розміщується; 2) постачальники послуг доступу до Інтернету, глобальних розподільних систем; це провайдери - власники певної частини передавальних технологій, що й розподіляють їх серед споживачів і постачальників інформації; 3) постачальники інформації - власники інформаційно-торговельних порталів, серверів; 4) користувачі.

Сучасні телекомунікаційні системи й комп'ютери скорочують час і витрати на зв'язок, границі держав не впливають на їхнє застосування, вони сприяють прискоренню поширення знань у світовому масштабі.

Нові технології в області телекомунікації з'являються безупинно, і кожна з них розширює ринок послуг. Переважна більшість цих нововведень можна охарактеризувати двома властивостями - мобільність і висока швидкість передачі даних. В 2000 р. до стандартної аббревіатури в Інтернет- адресах www (world wide web) додалася нова - wap (wireless application protocol) - протокол бездротового зв'язку, що дозволяє переглядати інтернет-сайти на екрані мобільного телефону. Однак одним з істотних недоліків цього протоколу є те, що телефон на час доступу в мережу займає лінію, змушуючи користувача платити за дорогий стільниковий час. На сьогоднішній день з'явилася телекомунікаційна технологія GPRS (General Packet Radio Service) - пакетна передача даних у стільникових мережах. По одному каналу може працювати велика кількість абонентів, користувач же платить тільки за передані дані. Одним з найважливіших застосувань GPRS стане так званий технологічний моніторинг. Вбудовані у всілякі комунальні лічильники, банкомати, автомобільні сигналізації, автомати роздрібної торгівлі та інші обладнання Gprs- Термінали будуть не тільки миттєво збирати телеметричну інформацію, але й генерувати стільниковим операторам величезний трафік [47с.68].

Інформаційні технології мають чотири характерні риси:

- мають проникаючий характер;
- сприяють більш ефективній роботі ринків шляхом спрощення й розширення доступу до інформації, ліквідації бар'єрів для нових учасників, тим самим допускаючи на ринок безліч покупців і продавців, знижуючи операційні витрати до нульової оцінки;
- мають глобальне поширення, завдяки чому величезна кількість знань може зберігатися, пересилатися й ставати надбанням людей у будь-якій крапці земної кулі;
- прискорюють інноваційний процес, дозволяючи простіше й дешевше обробляти величезні обсяги інформації й скорочуючи час, необхідне для розробки нової продукції.

У світі зараз три постачальники стандартів інформаційних технологій - США, Європа і Японія. Верховенство США в цій області зрозуміло - у цій

країні перебувають майже всі провідні інформаційно-технологічні компанії миру. Їхньої угоди один з одним і норми Федеральної комісії з комунікацій (FCC) визначають тенденції розвитку Іт - Галузі на кілька років уперед. Японія застосовує й удосконалює переважно американські стандарти, а Європа прагне до самостійності. Їй це вдалося в області стільникового зв'язку й програм для бізнесу. Останнім часом на роль експортера стандартів в області інформаційних технологій почав претендувати Китай.

Україна поки не може запропонувати миру новий Іт- Стандарт або перспективну технологію, яка могла б відразу захопити значну частину ринку, хоча в області розробок інформаційних технологій є конкретні успіхи. Що являє собою «електронний уряд». Громадяни будь-якої країни змушено спілкуватися з державними службами по різних питаннях. Будь-який уряд має кілька десятків різного роду відомств. Навіть при найпростіших операціях (одержання ліцензії, продаж нерухомості, оформлення спадщини й ін.) доводиться звертатися в кілька відомств, кожне з яких вимагає заповнення різних форм і особистої присутності громадянина. Завдяки інформаційним технологіям стає можливим корінна перебудова державних служб. Шлях до «електронного уряду» можна підрозділити на чотири етапи. На першому державні відомства створюють сайти з одностороннім зв'язком, що передбачають розміщення інформації про себе. На другому етапі ці сайти стають інструментами двостороннього спілкування із громадянами, практично, крім телефонних дзвінків і напрямок листів по питаннях, що цікавлять. На третьому етапі сайти нададуть можливість здійснення офіційного, що й піддається кількісному виміру вартісного обміну (продовження терміну дії ліцензії, сплату штрафу або запис на курси навчання). Такі сайти за допомогою елементів онлайн самообслуговування забезпечують заміну тієї роботи, яку колись виконували державні службовці. Останній, четвертий етап припускає наявність порталу, що інтегрує весь комплекс послуг уряду, що й забезпечує доступ, до них виходячи з потреб і функціональних аспектів, а не з існуючої структури департаментів і відомств. Просте ім'я для входу в систему й пароль дозволять користувачеві спілкуватися з будь-яким підрозділом уряду.

Прийнята «Стратегія співробітництва країн СНД у сфері інформатизації» припускає створення автоматизованої системи міждержавного інформаційного обміну. Україна цілком може не тільки експортувати свої інформаційні технології в країни СНД, але й стати лідером світового ринку інформаційних технологій. Обсяги експорту програмного забезпечення з України будуть рости швидкими темпами й у перспективі можуть перевищити 1 млрд. дол. США в рік.

Комп'ютери й Інтернет сприяють повній реорганізації бізнесу - від закупівлі засобів виробництва й продажу продукту до децентралізації керування й аутсорсинга (передачі ряду функцій стороннім організаціям). Інформаційні технології дають можливість торгувати деякими, що раніше не перебували в торговельному обороті послугами точно так само, як матеріальними товарами.

Зараз спостерігається нестача статистичних даних, за допомогою яких можна було б виміряти дійсний економічний ефект від використання інформаційних технологій. Статистика недостатньо пристосована для виміру обсягу виробництва в ХХІ в. Робити виміри завжди було сутужніше всього в сфері послуг, а інформаційні технології й Інтернет тільки збільшили цю проблему, оскільки більша частина вигід від їхнього застосування ухвалює форму більш високої якості продуктів, зручностей і більш досконалого обслуговування споживачів. Інформаційні технології дозволяють простіше й з меншими витратами пропонувати персоніфіковані товари й послуги. Однак офіційна статистика не може врахувати вигоди, пов'язані з більш широким вибором, який є в споживачів у цей час. Показники ВВП не контролюють і нематеріальний виграш від росту задоволеності споживачів.

Усі технологічні революції сполучені не тільки з вигодами, але й з ризиками. Будь-який технологічний прогрес приводить до скорочення робочих місць і професій, але на зміну їм з'являється ще більше нових. Впровадження інформаційних технологій збільшує попит на спеціальності, що вимагають певної кваліфікації й гарного утвору. Економіка усе більше стає залежною від знань.

Усі викладені тенденції розвитку інформаційних технологій будуть безпосередньо впливати на організацію туристського бізнесу й на впровадження інновацій у сфері туризму.

Для того щоб інноваційні продукти знаходили широке застосування, їх передають зацікавленим особам і організаціям. Передача інноваційних технологій являє собою переміщення науково-технічних досягнень усередині країни або за її межі. Як правило, у технологічний обмін бувають залучені чотири сфери людської діяльності - наука, техніка, виробництво й керування. Здійснюється передача як на комерційній, так і на безоплатній основі.

У сфері туризму є численні випадки придбання й продажу технологічних процесів, прав на використання розроблених туристськими компаніями нововведень економічного, технологічного й фінансового характеру, тому працівникам туристського бізнесу необхідно мати виставу про те, як відбувається передача інноваційних технологій.

Комерційна передача. Основними формами передачі технологій на комерційній основі є:

- патентні угоди - торговельна угода, по якій власник патенту уступає свої права на використання винаходу покупцеві патенту;

- ліцензійні угоди - торговельна угода, по якій власник винаходу або технічних знань надає іншій стороні дозвіл на використання в певних межах прав на інтелектуальну власність;

- ноу-хау - надання технічного досвіду й безпатентних секретів виробництва, що мають комерційну цінність, що й включають відомості технологічного, економічного, адміністративного, фінансового характеру;

- інжиніринг - надання технологічних знань, що включають широкий комплекс заходів щодо підготовки техніко-економічного обґрунтування проектів, консультування, нагляд, проектування, випробування й обслуговування. [16с.156].

У міжнародній практиці основною формою науково-технічного обміну є продаж ліцензій. Ліцензійні угоди встановлюють вид ліцензії (патентна, безпатентна), характер і обсяг прав на використання технології (проста,

виняткова, повна), виробничу сферу, територіальні границі й строк використання предмета ліцензії, а також порядок оплати.

Незважаючи на швидкий розвиток інформаційних технологій, телекомунікації і електронної торгівлі, більшість туристських організацій тільки в середині 1990- х рр. стали активно використовувати Інтернет у своїй діяльності.

Інтернет дозволяє туристським організаціям, без більших витрат одержати доступ до більших груп споживачів з метою передачі конкретної інформації про пропоновані продукти й про організацію їх продажів; надійно поширювати повну й докладну інформацію про свою діяльність; швидко й ефективно ухвалювати заявки клієнтів і робити бронювання необхідних послуг; скоротити витрати на виробництво й поширення друкованої продукції; прискорити й спростити взаємодія з партнерами на ринку.

У момент продажу туристська послуга - не більш ніж інформаційний продукт про послуги, які будуть надані клієнтові. Зараз конкурентна боротьба серед учасників туристського ринку крім ціни і якості обслуговування розвертається навколо довіри клієнта до надаваної його інформації.

Традиційно постачальники туристських послуг (готелю, ресторани, транспортні компанії, музеї й ін.) взаємодіяли із клієнтами через посередників: туроператорів, тур агентства, готельні мережі, комп'ютеризовані мережі бронювання. Сьогодні з'явилися віртуальні посередники - сайти готелів, авіакомпаній, туристських фірм. Це дозволяє туристові безпосередньо, без участі туристських фірм, одержувати інформацію й замовляти послуги в будь-якій комбінації виробників і посередників.

Із загальної маси послуг, що здобуваються через Інтернет, три чверті припадає на Сполучені Штати, де понад 60 % туристів використовують Інтернет для пошуку підходящих турів. Результати проведених досліджень підтверджують, що в туристській галузі попит сильно залежить від вартості й оперативний пошук необхідної інформації часто відіграє вирішальну роль, тому усе більше споживачів віддають перевагу пошуку й замовлення квитків і готелів саме в мережі Інтернет будь-якому іншому джерелу інформації. В 2009

р. обсяг продажів туристських послуг у США з використанням онлайн технологій значно зріс і склав 54 млрд. дол. США, або 23 % усіх угод. Найбільший дохід принесла онлайн продаж авіаквитків - 23,3 млрд. дол. США, на другому місці - бронювання місць у готелях (11,6 млрд. дол. США). Обсяг мережних послуг росте як у великих віртуальних турагентствах, так і на сайтах туроператорів. Згідно з дослідженнями, розробка й впровадження нових онлайн технологій приведе до подальшого збільшення кількості бронювань туристських послуг в Інтернеті, а обсяг продажів через веб-сайти туроператорів до 2012 р. може скласти 60 % (в 2010 р. 56 %).

Висновки до 3 розділу:

Сучасний туризм – це та сфера економіки й життєдіяльності суспільства в цілому, яка в тій чи іншій мірі інтегрує практично всі галузі, що визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці.

Стратегічною метою розвитку сфери туризму в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби іноземних туристів і населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного довілля.

Одне із ключових питань, яке необхідно вирішити в найближчий час, - це питання оптимізації взаємодії туризму і культури як на рівні центральних органів, так і на місцях. Культурна спадщина, музеї, театри є виключно важливим фактором залучення туристів, генерації міжнародних і локальних туристичних потоків.

Перспективний розвиток в'їзного туризму в Україні суттєво вплине на зайнятість населення.

Прийняте рішення про проведення Чемпіонату Європи з футболу в Україні та Польщі допоможе якнайкраще заявити про туристичні можливості України у всьому світі.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі вирішено науково-практичне завдання по забезпечення перспектив та розвитку в'їзного туризму. Виконане дослідження дозволяє сформулювати ряд висновків та пропозицій теоретичного, методичного й прикладного змісту.

Одним з найважливіших чинників, які впливають на формування і вдосконалення туристичного продукту, є туристичні ресурси. Їх слід розглядати у всій різноманітності, починаючи з природних умов, через історичні традиції та інтелектуальний доробок держави і закінчуючи описом її сучасних досягнень.

Навіть побіжний аналіз туристичних ресурсів свідчить про їх різноманітність на території України. Слід, однак, зазначити, що ці ресурси часто зруйновані або не пристосовані до використання туристами.

В Україні є багато занедбаних або зруйнованих замків, фортець і церков. Можна нарахувати понад 1500 архітектурних пам'яток, багато з яких чекають на реставрацію та адаптацію для потреб сучасного туристичного руху. Недостатнє фінансування цих об'єктів є на даний момент головним бар'єром, що затримує подібні дії. Без рішучої політики держави, спрямованої на врятування пам'яток історії, ці об'єкти ще довго можуть чекати кращих часів.

Не можна обминути увагою і враження про естетику культурного ландшафту, його збереження та відповідність регіональним особливостям. На цей чинник особливо звертають увагу іноземні туристи.

Аналіз сучасного готельного господарства вказує на недостатню кількість об'єктів середнього та нижчого рівнів стандартів послуг, тобто двох і тризіркових готелів.

Головною перешкодою, що затримує розвиток в'їзного туризму в Україні, є сьогодні недостатність фінансування, спрямованого на розширення готельної бази.

Належне транспортне обслуговування туристичного руху вимагає заміни великої частини значною мірою зношеного парку автотранспорту та рухомого

складу залізниці. Недостатня транспортна доступність України є однією з перешкод, що обмежують розвиток туризму.

Особливо важливою для туризму є активізація програми будівництва автострад. Передусім це стосується шляхів, що сполучають Київ зі столицями європейських держав. Будівництво доріг повинно супроводжуватись модернізацією та розбудовою контрольно-пропускних пунктів на державному кордоні, перебудовою під'їзних доріг до цих КПП, а також збільшенням їх кількості з метою уникнення концентрації всього руху на існуючих сьогодні прикордонних переходах.

Слід підкреслити, що крім вищезгаданих проблем важливим елементом покращення образу України серед іноземних туристів є створення і утримання на належному рівні так званих малих елементів туристичної інфраструктури, які забезпечують чистоту міст, доріг, а особливо узбіч доріг та придорожніх паркінгів, відповідна кількість дороговказів до головних туристичних центрів (українською та англійською мовами) тощо.

Обсяги туристичного руху іноземців обмежуються передусім стандартом пропонованих послуг, культурою обслуговування та рівнем цін на послуги. Розвиток туристичної інфраструктури, яка забезпечила б створення відповідної пропозиції послуг на рівні сучасних вимог до цих послуг, є чинником зростання туристичного потоку. Наявність як осіб, що прагнуть до індивідуального туризму, так і тих, хто воліє подорожувати в організованих групах, вимагає створення, крім сучасних фондів розміщення та бази харчування, також розвинених систем інформації та бронювання готелів і квитків.

Необхідна державна підтримка розвитку так званого малого підприємництва (наприклад, шляхом зменшення податків), оскільки саме завдяки ініціативі приватних підприємців стане можливим подальший розвиток так званої доповнюючої туристичної інфраструктури.

В цілому можна стверджувати, що на сьогодні більшість туристичних фірм країни працюють переважно на вивіз туристів, а отже і капіталу, за кордон, тобто на «імпорт вражень». При цьому, сфера відпочинку і туризму в Україні пройшла етап спаду та поступово покращує свої економічні показники.

Тенденції, які намітилися за останні роки щодо збільшення «експорту вражень» в галузі іноземного туризму, виявили також проблеми, з якими стикаються туристичні організації в процесі своєї діяльності, і які, в основному, полягають в складності візових процедур, низькою якістю вітчизняних автодоріг, недостатньо розвиненою інфраструктурою, її піковим переповненням чи навіть, в окремих випадках, її відсутністю.

Як показує проведений аналіз, в'їзний туризм розвивається нерівномірно за регіонами країни – є адміністративні одиниці (області) - як найбільш розвинені, так і регіони, які значно відстають в розвитку санаторно-курортного лікування і туризму.

Такий стан не відповідає потенційним можливостям регіонів нашої держави і потребує свого удосконалення. Це спонукає до прийняття термінових юридичних, економічних та проектних заходів як на загальнодержавному так і на регіональному рівнях.

Ключовими дійовими особами цього процесу мають бути, окрім інших фахівців, архітектори, як на етапі наукового обґрунтування перспективних видів середовища для відпочинку і туризму в країні, так і на стадії його проектування.

Такий підхід сприятиме процесу вирівнювання розвитку туристичної галузі в регіонах країни, та значно покращить загальні показники розвитку даної сфери в Україні загалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абалкін Л. Назревшие пермены / Л. Абалкин // Вопросы экономики. – 1998. – №6.
2. Азар В. И. Экономика и организация туризма / В. И. Азар. – М: Профиздат, 1993.– 214 с.
3. Анализ инфраструктуры туристических бизнес-услуг [электронный ресурс]. –Електрон. Текстові дані (22358 байт) – Режим доступу:<http://www.alushta.org/referats.php?page=view_text&id=590>.
4. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України [Текст] / О.О.Бейдик. - К.: КНУ ім. Шевченка, 2001. - 395 с.
5. Білецька І.М., Карташевська І.Ф., Плуگار О.В. Навчальний посібник «Організація підприємницької діяльності у туризмі», 2011. – с.43
6. Герасименко В. Г. Основы туристского бизнеса / В. Г. Герасименко. – Одесса: Изд-ство «Черноморье», 1997. – 160 с.
7. Данилишин Б. Научно-инновационное обеспечение устойчивого экономического развития Украины / Б.Данилишин, В.Чижова // Экономика Украины. – 2004. - № 3. 10с.
8. Державна туристична адміністрація України, Державний комітет статистики України, Наказ Про затвердження Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності (Методика, п.2.1) 12.11.2003 N 142/394.
9. Донцова Л.В. Інноваційна діяльність М.: 2006. 320 с.
10. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 224 с.
11. Євдокименко В.К. Регіональна політика розвитку туризму (Методологія формування, механізм реалізації) [Текст] / В.К.Євдокименко. - Чернівці: Прут, 1995. - 288с.
12. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М.А.Жукова. – М.:Финансы и статистика,2006. – 200 с.

13. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе /М.А.Жукова. – М.: КНОРУС, 2005. – 192 с.
14. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР // Відомості Верховної Ради України. – № 31. – 1995. – с. 241.
15. Зведені звіти державної статистичної звітності за формою №1-тур (річна) "Звіт про діяльність туристичної організації", - головне управління з питань туризму, євроінтеграції, зовнішніх зв'язків та інвестицій облдержадміністрації.
16. Игнатъева Д.А. Инновационный процесс. М.:2002. – с.340
17. Івченко Л.М. Інновації в туризмі. К.:2007. – с.268
18. Кабушкин Н. И. Менеджмент в туризме / Н. И. Кабушкин. – Минск: Издательство БГЭУ, 1999. – с.644
19. Кадацька Ю. А. «Релігійний туризм в Україні» Предмет «Маркетинг туризма» <http://tourism-book.com/books/book-29/chapter-1346/>.
20. Квартальнов В. А. Туризм: теория и практика. Изб. труды в 5 т. / В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 384с. – (Т.3: Новые цели и функции туризма: экономика и управление).
21. Квартальнов В.А. Иностраный туризм /В.А.Квартальнов – М.: Финансы и статистика,1999. – с.312
22. Кифяк В.Ф. Організація туризму: Навч. посібник. – Чернівці: Книги – XXI,- 2008. – 334 с.
23. Концепція створення та функціонування національної мережі міжнародних транспортних коридорів в Україні. – Затверджено Постановою КМУ від 4 серпня 1997р.
24. Ламбен Жан-Жак. Маркетинг, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг /Жан-Жак Ламбен. – СПб.: Изд-ство «Питер», 2007. – 796с.
25. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг, К.:Альтерпрес, 2002. –436 с.
26. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.

27. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник / М. П.Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. - К.: Знання, 2008. - 661 с.
- 28.Маркетинг туризму: підруч. / [за заг.ред. Ю.М.Правика]. – К.: «Знання», 2008. – 303 с.
- 29.Менеджмент туристичної індустрії: навч.посіб. / [І.М.Школа, Т.М.Ореховська, І.Д.Козьменко та ін.]; за ред. І.М.Школа. – Чернівці: Книги-XXI,2005. – 596 с.
- 30.Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география / Н.С.Мироненко, И.Т.Твердохлебов. – М.: Изд-во МГУ,1981. – с.208
- 31.Михайловський М.О., Коваль П.Ф., Алешугіна Н.О., Андрєєва Г.П., Зеленська О.О., Григор'єва Т.В., Пархоменко О.Г., Дудко В.Б., Михайловський М.О., Бондар С.І. «В'їзний туризм» Навчальний посібник: Ніжин, Видавництво Лук'яненко В.В., 2010. – 304 с.
- 32.Міжнародний імідж України: міфи і реалії [Електронний ресурс]. - Режим доступу http://razumkov.org.ua/additional/analitical_report_NSP3_ukr.pdf
- 33.Міщенко А.П. Стратегічне управління: Навч. посіб . – Київб Центр навчальної літератури,2004. – 336с.
- 34.Музиченко А.С. Інвестиційна діяльність в Україні. Навчальний посібник. - Київ,- 2005. - 406 с.
- 35.Новіков В.С. Інновації в туризмі: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів / В.С. Новіков. - М.: Видавничий центр «Академія», 2007. - 208 с.
- 36.Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / С.И.Ожегов, Н.Ю.Шведов. – 4-е узд.,доп. - М.: Азбукових, 1999. – 381с.
37. Опанасюк Н.А. Конституційно-правові основи туризму в Україні: Автореф. дис. ... канд. юр. наук / Н.А.Опанасюк, Інститут держави і прав ім. В.М.Корецького. [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://tourlib.net/aref_tourism/opanasuk.htm
- 38.Остапчук В.В., Коваль П.Ф., Андрєєва Г.П. Історія туризму: Навч. посіб. [Текст]. - Ніжин: НДУ ім. Миколи Гоголя, 2008. - 143 с.

39. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2068-2010-%F0>
40. Офіційний сайт туристичної державної адміністрації [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/>
41. Павленко А.Ф. Маркетинг: / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.
42. Павленко А.Ф. Маркетинг: навч.- метод. посіб. [для сам ост. вивч. дисц.] / А.Ф. Павленко. – 2-ге вид., доп. Та випр. – К.: КНЕУ, 2001. – 106с.
43. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 453 с.
44. Постанова Кабінету Міністрів України № 1132 від 17.08.2002 р. «Про утворення Наукового центру розвитку туризму» www.tourism.gov.ua
45. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів [Текст] / Під заг. ред. проф. В.К. Федорченка. - К.: Юрінком Інтер, 2002. - 640 с.
46. Професійна юридична система, словник законодавчих термінів - <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1078.14233.0>
47. Романенко І.Ф. Інновації в туризмі. К: 2005. – 235с.
48. Руденко В.П. Довідник з географії природно-рекреаційного потенціалу України [Текст] / В.П. Руденко. - К.: Вища школа, 1993.
49. Севастьянова С.А. Регіональне планування розвитку туризму й готельного господарства: навчальний посібник / С.А. Севастьянова. - М.: КНОРУС, 2007.- 250 с.
50. Смаль І.В. Основи географії рекреації і туризму [Текст] / І.В. Смаль. - Ніжин: Вид-во НДПУ імені Миколи Гоголя, 2004. - 264 с.
51. Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / Т.Г. Сокол. – К.: Грамота, 2006. – 264 с.
52. .Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / Т.Г. Сокол. – К.: Музична Україна, 2002. – 256 с.

53. Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / Т.Г. Сокол. – К.: Грамота, 2004. – 327 с.

54. Статистичний щорічник України за 2010 рік, ДЕРЖАВНА СЛУЖБА СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ За редакцією О.Г. Осауленка Відповідальний за випуск Н.П. Павленко, Київ ТОВ «Август Трейд», 2011. – 559 с.

55. Стратегічний аналіз: навч.-метод. посіб. [для самост. вивч. дисц. / за ред. М.В. Кужельного]. – К.: КНЕУ, 2002. – 198 с.

56. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: [монографія]. / Т.І. Ткаченко. – К.: Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 537 с.

57. Указ Президента України «Положення про Міністерство культури й туризму України» № 680 від 20.04.2005 www.tourserver.com.ua/

58. Указ Президента України « Про деякі заходи щодо розвитку туристичної та курортно-рекреаційної сфер України» від 11.03.2003 р. № 207/2003 [Електронний ресурс] /Президент України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/207/2003>

59. Указ Президента України «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні» від 21.02.2007 р. № 136/2007 [Електронний ресурс] /Президент України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/136/2007>

60. Указ Президента України «Про підтримку розвитку туризму в Україні»

від 02.03.2001 р. № 127/2001 2007 [Електронний ресурс] /Президент України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/127/2001>

61. Указ Президента України «Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у галузі туризму» від 14.12.2001 р. № 1213 [Електронний ресурс] /Президент України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1213/2001>

62. Ушаков Д.С. Технологии въездного туризма [Текст] / Д.С. Ушаков. - М.: МарТ; Ростов н/ Д: МарТ, 2006. - 384 с.

63. Фаріон І.Д. Індустрія туристичного та готельного бізнесу : навч. посіб. / І. Д. Фаріон, С. М. Жукевич, Л. В. Аксьонова. – Тернопіль : ТАНГ, 2004. – 184 с.
64. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні: Навч. посіб. / Передм. В.А. Смолія. – К.: Вища шк., - 2002. – 195 с.
65. Хортин Х. Стратегія в умовах неоприделенности / Х. Хортин, Р. Керкленд, П. Вигери // Вестник McKinsey. – 2002. - №1. – с. 21-22
66. Худо В.В. Інформаційні технології в управлінні туризмом [Текст] / В.В. Худо. - Трускавець, 2000. - с. 161-166.
67. Цьохла С. Ю. Активізація та розвиток інвестиційної діяльності в сфері курортно-рекреаційного господарства / С. Ю. Цьохла // Інвестиції: практика та досвід. – 2008. – № 22. – с. 6–10.
68. Цьохла С. Ю. Економіка курортної індустрії: ринкові принципи / С. Ю. Цьохла // Формування ринкової економіки: Зб. наук. праць. Спец. вип. Економіка підприємства: теорія і практика. – Ч. II. – К.: КНЕУ, 2008. – с. 631-636.
69. Цьохла С. Ю. Стратегічні пріоритети розвитку курортно-рекреаційної сфери України / С. Ю. Цьохла // Регіональна бізнес-економіка та управління. – 2008. – № 3 (19). – 124-131с.
70. Цёхла С. Ю. Иностраный туризм в Украине и направления его развития / С. Ю. Цёхла // Тенденции развития экономики и формирование современной системы управления внешнеэкономическими связями: региональный аспект / Под общей ред. Крамаренко В. И. – Симферополь: Культура народов Причерноморья, 2007. – 263 с.
71. Цехла С.Ю. Систематизация факторов развития туристской индустрии / С.Ю. Цьохла // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2009. – Т. 22 (61), № 2. – 373-380с.
72. Цибух В.І. Державне регулювання у сфері туризму в Україні [Текст] / В.І. Цибух // Статистика України : Щоквартальний науково-інформаційний журнал. - 2005. - №1. - 80-85с.

73. Черниш О.І., Дімова О.І. Інноваційні впровадження як основні чинники пріоритетного розвитку сфери туризму та рекреації в Україні /О.І. Черниш, О.І. Дімова //Економічний простір. – 2009. – № 22/2. – 208-213с.

74.Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії: навч. посіб. /Н.В.Чорненька. – К.: АТІКА, 2009. – 392 с.

75.Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії: навч. посіб. /Н.В.Чорненька. – К.: Атіка, 2006. – 264 с.

76.Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії: навч. посіб. /Н.В.Чорненька. – К.: Атіка,2004. – 345 с.

77.Шершньова, О.В. Нормативно-правове закріплення видових класифікацій туризму в Україні та їх відповідність міжнародним вимогам [Текст] / О.В. Шершньова // Верховенство права у процесі державотворення та захисту прав людини в Україні : матер. ІХ Всеукр. наук.-практ. конф. (30-31 травня 2008 р., м. Острог). — Острог : Вид-во Нац. ун-ту «Острозька акад.», 2008. —390—393 с.

78.Щербина О.А. Модели развития рекреационной системы / Щербина О.А. // Применение математических методов в экономических исследованиях и планировании. – К.: ИК АН УССР,1975

79.Burns Peter. Tourism: A New Perspective / Peter Burns, Holden Andrew. – London: Prentice Hall, 1995. – 239 p.

80.Goeldner Charles R. Tourism: Principles, Practices, Philosophies / R. Charles Goeldner, J. R. Ritchie: [9th ed.]. – N.-Y.: John Wiley and Sons, Inc., 2002. – 642p.

Умови розвитку туризму

Фактори розвитку туризму	
Позитивні	Негативні
Стабільність і відкритість політики та економіки	Напруженість у міжнародних відносинах
Зростання суспільного багатства і доходів населення	Нестабільність політики та закритість економіки
Скорочення робочого і збільшення вільного часу	Стагнація економіки та падіння добробуту населення
Розвиток транспорту, засобів комунікації та інформаційних технологій	Невпорядкованість туристичних ресурсів
Посилення урбанізації	Не розвинута індустрія туризму
Побудова інтелектуального суспільства	Нераціональне використання культурно-історичної і культурної спадщини й довкілля
Орієнтація країни на інтелектуальну економіку	Низький рівень доходів населення та нестача вільного часу
Заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму	Забруднення навколишнього середовища й екологічна небезпека
Зміцнення позицій України на світовому туристичному ринку	Юридичні обмеження туризму: заборона на вільне пересування туристів, наявність недоступних для туристів зон тощо
Спрощення та гармонізація податкового, валютного, митного, прикордонного та інших форм регулювання	Низький рівень знань про туризм серед населення, погана реклама, недооцінка ролі туризму в інтелектуалізації суспільства
Стимулювання туризму для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів і малозабезпечених сімей шляхом надання пільг	Відсутність ефективних стимулів інвестування розвитку індустрії туризму на рівні світових стандартів

Сприяння розвитку індустрії пріоритетної туристичної діяльності	Недооцінювання ролі туристичного бізнесу в наповненні бюджету
---	---

Додаток Б

ЗАКОН УКРАЇНИ

Про туризм

(Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, N 31, ст.241)

(Вводиться в дію Постановою ВР

N 325/95-ВР від 15.09.95, ВВР, 1995, N 31, ст.242)

(Із змінами, внесеними згідно із Законом

N 2470-III (2470-14) від 29.05.2001, ВВР, 2001, N 32, ст.172)

(В редакції Закону

N 1282-IV (1282-15) від 18.11.2003, ВВР, 2004, N 13, ст.180)

(Із змінами, внесеними згідно із Законами

N 1276-VI (1276-17) від 16.04.2009, ВВР, 2009, N 38, ст.535

N 2468-VI (2468-17) від 08.07.2010, ВВР, 2010, N 49, ст.567

N 2608-VI (2608-17) від 19.10.2010, ВВР, 2011, N 11, ст.69

N 3679-VI (3679-17) від 08.07.2011)

Цей Закон визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України.

Розділ I ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ**Стаття 1. Визначення термінів**

У цьому Законі наведені нижче терміни вживаються в такому значенні:

туризм — тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає; (Абзац другий статті 1 із змінами, внесеними згідно із Законом N 1276-VI від 16.04.2009)

турист — особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін;

туристичний продукт — попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо);

супутні туристичні послуги та товари — послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких несуттєво скоротиться без їх реалізації туристам;

характерні туристичні послуги та товари — послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких суттєво скоротиться без їх реалізації туристам;

просування туристичного продукту — комплекс заходів, спрямованих на створення та підготовку до реалізації туристичного продукту чи туристичних послуг (організація рекламно-ознайомлювальних подорожей, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, видання каталогів, буклетів тощо);

місце продажу (реалізації) туристичних послуг — країна, в якій зареєстровано відповідний суб'єкт господарювання, що реалізує туристичний продукт;

місце надання туристичних послуг — країна, на території якої безпосередньо надаються туристичні послуги;

готель — підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням. Порядок встановлення категорій готелям визначається Кабінетом Міністрів України; (Статтю 1 доповнено абзацом десятим згідно із Законом N 2468-VI від 08.07.2010)

готельна послуга — дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачу відповідно до категорії готелю; (Статтю 1 доповнено абзацом одинадцятим згідно із Законом N 2468-VI від 08.07.2010)

аналогічні засоби розміщення — підприємства будь-якої організаційно-правової форми власності, що складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, включно з щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів. (Статтю 1 доповнено абзацом дванадцятим згідно із Законом N 2468-VI від 08.07.2010)

Стаття 2. Законодавство України про туризм

Законодавство України про туризм складається з Конституції України, цього Закону, інших нормативно-правових актів, виданих відповідно до них.

Майнові відносини в галузі туризму, засновані на рівності, автономії волі і майновій самостійності їх учасників, регулюються Цивільним та Господарським кодексами України з урахуванням особливостей, встановлених цим Законом.

Якщо міжнародним договором України, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України, передбачені інші правила, ніж ті, що встановлені цим Законом, застосовуються правила міжнародного договору.

Стаття 3. Туристичні ресурси України

Туристичними ресурсами України є пропоновані або такі, що можуть пропонуватися, туристичні пропозиції на основі та з використанням об'єктів державної, комунальної чи приватної власності.

Напрями освоєння і розвитку туристичних ресурсів України визначаються органами державної влади, органами місцевого самоврядування відповідно до програм розвитку туризму.

Класифікація та оцінка туристичних ресурсів України, режим їх охорони, порядок використання з обліком гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля, порядок збереження цілісності туристичних ресурсів України, заходи для їх відновлення визначаються відповідно до закону.

Унікальні туристичні ресурси можуть знаходитися на особливому режимі охорони, що обмежує доступ до них. Обмеження доступу до туристичних ресурсів визначається їх реальною пропускною спроможністю, рівнем припустимого антропогенного навантаження, сезонними та іншими умовами.

Під час містобудівного планування, проектування, розміщення, будівництва і реконструкції об'єктів містобудування на територіях рекреаційних зон відповідні органи виконавчої влади, власники об'єктів містобудування повинні передбачати максимальну інтеграцію споруджуваних об'єктів до місцевого соціально-економічного, природного та історико-культурного середовища.

Стаття 4. Організаційні форми та види туризму

Організаційними формами туризму є міжнародний і внутрішній туризм.

До міжнародного туризму належать: в'їзний туризм — подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території, та виїзний туризм — подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни.

Внутрішнім туризмом є подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території.

Залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак існують такі види туризму:

дитячий;
молодіжний;
сімейний;
для осіб похилого віку;
для інвалідів;
культурно-пізнавальний;
лікувально-оздоровчий;
спортивний;
релігійний;
екологічний (зелений);
сільський;
підводний;
гірський;
пригодницький;
мисливський;
автомобільний;
самодіяльний тощо.

Особливості здійснення окремих видів туризму встановлюються законом.

Стаття 5. Учасники відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності

Учасниками відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, є юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги (перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування) чи здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг, а також громадяни України, іноземці та особи

без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

(Частина перша статті 5 із змінами, внесеними згідно із Законом N 1276-VI від 16.04.2009)

Суб'єктами, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність (далі — суб'єкти туристичної діяльності), є:

туристичні оператори (далі — туроператори) — юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність;

туристичні агенти (далі — турагенти) — юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг; (Абзац третій частини другої статті 5 із змінами, внесеними згідно із Законом N 2608-VI від 19.10.2010)

інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;

гідн-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу — фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом і які в установленому порядку отримали дозвіл на право здійснення туристичного супроводу, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування;

фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

Перелік посад фахівців туристичного супроводу, кваліфікаційні вимоги до них та порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу визначаються центральним органом виконавчої влади в галузі туризму.

Додаток В

Розділ II ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ТА ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Стаття 6. Основні способи та цілі державного регулювання в галузі туризму. Основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму

Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності.

Реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом:

визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму;

визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони;

спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму;

визначення основ безпеки туризму;

нормативного регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян);

ліцензування в галузі туризму, стандартизації і сертифікації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу, видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу;

встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу;

організації і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;

визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та підготовки кадрів у галузі туризму;

участі в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму.

Державне регулювання в галузі туризму здійснюється іншими способами, визначеними законом.

Основними цілями державного регулювання в галузі туризму є:

забезпечення закріплених Конституцією України

прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;

безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;

збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій;

створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

Основними пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму є:

удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;

забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць;

розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму;

розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;

створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;

забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб.

Стаття 7. Органи, що здійснюють регулювання в галузі туризму

Регулювання в галузі туризму здійснюється Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, центральним органом виконавчої влади в галузі туризму, Верховною Радою Автономної Республіки Крим та Радою міністрів Автономної Республіки Крим, місцевими державними адміністраціями, органами місцевого самоврядування, а також іншими органами в межах їх компетенції.

Стаття 8. Повноваження Верховної Ради України, Верховної Ради Автономної Республіки Крим та органів місцевого самоврядування в галузі туризму

1. До виключних повноважень Верховної Ради України в галузі туризму належать:

визначення основних напрямів державної політики в галузі туризму;

визначення правових засад регулювання відносин у галузі туризму, їх удосконалення та адаптація із загальновизнаними нормами міжнародного права;

визначення в законі про Державний бюджет України обсягу фінансового забезпечення туристичної галузі.

Верховна Рада України відповідно до Конституції України може брати до свого розгляду й інші питання, що стосуються туризму.

Верховна Рада Автономної Республіки Крим, обласні і районні ради відповідно до їх повноважень:

затверджують регіональні програми розвитку туризму, що фінансуються з бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів;

визначають кошти бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів для фінансового забезпечення регіональних програм розвитку туризму;

контролюють фінансування регіональних програм розвитку туризму за кошти бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів.

2. Верховна Рада Автономної Республіки Крим відповідно до Конституції та законів України здійснює інше нормативне регулювання з питань туризму, історико-культурних заповідників, музеїв, інших закладів культури, вирішує питання щодо організації і розвитку курортно-рекреаційної сфери і туризму тощо.

3. Представницькі органи місцевого самоврядування — сільські, селищні, міські ради відповідно до їх повноважень:

затверджують місцеві програми розвитку туризму;

визначають кошти місцевих бюджетів для фінансового забезпечення місцевих програм розвитку туризму;

доручають своїм виконавчим органам фінансування місцевих програм розвитку туризму за рахунок коштів місцевого бюджету;

вживають заходів для стимулювання суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність з надання туристичних послуг.

Стаття 9. Повноваження Кабінету Міністрів України в галузі туризму
Кабінет Міністрів України відповідно до Конституції та законів України:

здійснює державне управління та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму;

розробляє та затверджує програми розвитку туризму в Україні і фінансує їх виконання відповідно до бюджетного законодавства;

приймає нормативно-правові акти, що регулюють відносини в галузі туристичної діяльності;

забезпечує раціональне використання туристичних ресурсів і вжиття заходів для їх збереження;

сприяє розвитку туристичної індустрії та створенню ефективної туристичної інфраструктури;

вживає заходів щодо забезпечення безпеки туристів, захисту їх прав, інтересів і власності;

організовує та забезпечує реалізацію державної інвестиційної політики в галузі туристичної діяльності;

готує та подає на розгляд Верховної Ради України як складову частину проекту закону про Державний бюджет України на відповідний рік пропозиції щодо обсягів бюджетних коштів для фінансової підтримки проектів і програм з розвитку туризму;

інформує Верховну Раду України про виконання програми розвитку туризму в Україні;

визначає порядок організації рятувальних команд і порядок вжиття рятувальних заходів;

створює державну систему наукового забезпечення в галузі туристичної діяльності;

здійснює міжнародне співробітництво в галузі туризму;

вирішує інші питання, віднесені Конституцією

та законами України до його повноважень.

Стаття 10. Повноваження центральних органів виконавчої влади в галузі туризму

1. Центральний орган виконавчої влади в галузі туризму:

організує та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму, виконання цього Закону та інших нормативно-правових актів;

бере участь у підготовці проектів нормативно-правових актів у галузі туризму, у межах своєї компетенції розробляє і затверджує нормативно-правові акти, узагальнює практику застосування законодавства в галузі туризму, курортно-рекреаційної сфери, вносить пропозиції щодо його удосконалення;

забезпечує реалізацію програм розвитку туризму в Україні;

організує облік туристичних ресурсів України, забезпечує їх раціональне використання та охорону;

бере участь у розробці стандартів, діяльності з метрології та сертифікації, у проведенні робіт з підтвердження відповідності в законодавчо регульованій сфері;

організує здійснення контролю за якістю наданих туристичних послуг;

реалізує державну інвестиційну політику в галузі туризму та курортно-рекреаційній сфері;

бере участь у розробці програм облаштування транспортних магістралей об'єктами туристичної інфраструктури;

бере участь у підготовці, перепідготовці та підвищенні кваліфікації кадрів, визначенні пріоритетних напрямів наукових досліджень у галузі туризму та проведенні науково-дослідних робіт у цій галузі;

проводить дослідження туристичного ринку, готує і поширює інформацію про Україну і її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та всередині держави;

у межах своєї компетенції розробляє, укладає і виконує міжнародні договори в галузі туристичної діяльності, представляє країну у міжнародних туристських організаціях і на міжнародних заходах щодо туризму;

вживає заходів щодо розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;

сприяє координації діяльності органів виконавчої влади, суб'єктів підприємницької діяльності, їх об'єднань, що здійснюють діяльність у галузі туризму;

надає суб'єктам туристичної діяльності методичну, консультативну та іншу допомогу;

пропонує для спільного використання юридичними особами та громадянами-підприємцями, які надають туристичні послуги, знаки для товарів і послуг;

поширює соціальну рекламу в галузі туризму;

для забезпечення реалізації своїх повноважень, узгодження та врахування інтересів суб'єктів туристичної діяльності утворює координаційно-дорадчий орган.

2. Інші центральні органи виконавчої влади в межах своїх повноважень:

забезпечують реалізацію державної політики в галузі туризму;

здійснюють підготовку пропозицій щодо реалізації державної політики в галузі туризму;

беруть участь у створенні організаційно-правових та економічних механізмів реалізації державної політики в галузі туризму.

Стаття 11. Повноваження Ради міністрів Автономної Республіки Крим, місцевих державних адміністрацій, виконавчих органів місцевого самоврядування в галузі туризму

1. Рада міністрів Автономної Республіки Крим, місцеві державні адміністрації в межах своїх повноважень:

здійснюють виконавчі та організаційно-розпорядчі функції щодо організації і розвитку курортно-рекреаційної сфери і туризму;

розробляють проекти регіональних програм розвитку туризму і подають їх для затвердження відповідно Верховній Раді Автономної Республіки Крим, обласним і районним радам;

вживають заходів щодо виконання регіональних програм розвитку туризму;

сприяють туристичній діяльності у своєму регіоні і створенню сучасної туристичної інфраструктури;

розробляють і впроваджують заходи для захисту місцевих туристичних ресурсів;

видають дозволи на право здійснення туристичного супроводу;

аналізують ринок туристичних послуг у межах адміністративно-територіальних одиниць, представляють центральному органу виконавчої влади в галузі туризму необхідні відомості про розвиток туризму в адміністративно-територіальних одиницях;

здійснюють соціальну рекламу туристичних ресурсів, утворюють відповідні інформаційні центри;

сприяють дитячому та молодіжному туризму;

беруть участь у підготовці, перепідготовці і підвищенні кваліфікації кадрів у галузі туристичної діяльності, що фінансуються за рахунок коштів місцевого бюджету;

надають суб'єктам туристичної діяльності методичну і консультативну допомогу щодо організації їх діяльності;

залучають підприємства, установи і організації, розташовані на підпорядкованій їм території, до розв'язання проблем розвитку туризму в регіонах;

подають центральному органу виконавчої влади в галузі туризму пропозиції стосовно включення заходів з регіональних програм розвитку туризму до відповідних програм;

вносять у встановленому порядку до центрального органу виконавчої влади в галузі туризму пропозиції про анулювання відповідної ліцензії;

здійснюють іншу діяльність у галузі туризму відповідно до законодавства.

2. Виконавчі органи місцевого самоврядування в межах їх повноважень:

розробляють проекти місцевих програм розвитку туризму і подають їх для затвердження відповідним місцевим радам;

вживають заходів щодо виконання місцевих програм розвитку туризму;

залучають на договірних засадах підприємства, установи і організації, розташовані на відповідній території, до розв'язання проблем розвитку місцевого туризму та підтримки туристичних ресурсів;

організують проведення інвентаризації туристичних ресурсів місцевого значення;

сприяють охороні і збереженню туристичних ресурсів;

залучають місцеве населення до туристичної діяльності, створюючи нові робочі місця;

сприяють розвитку на відповідній території різних видів туризму.

Стаття 12. Програми розвитку туризму в Україні

Для забезпечення охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, раціонального використання, забезпечення безпеки туризму, конституційних прав громадян на відпочинок та інших прав громадян, патріотичного виховання органами державної влади та органами місцевого самоврядування в межах їх повноважень затверджуються державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму.

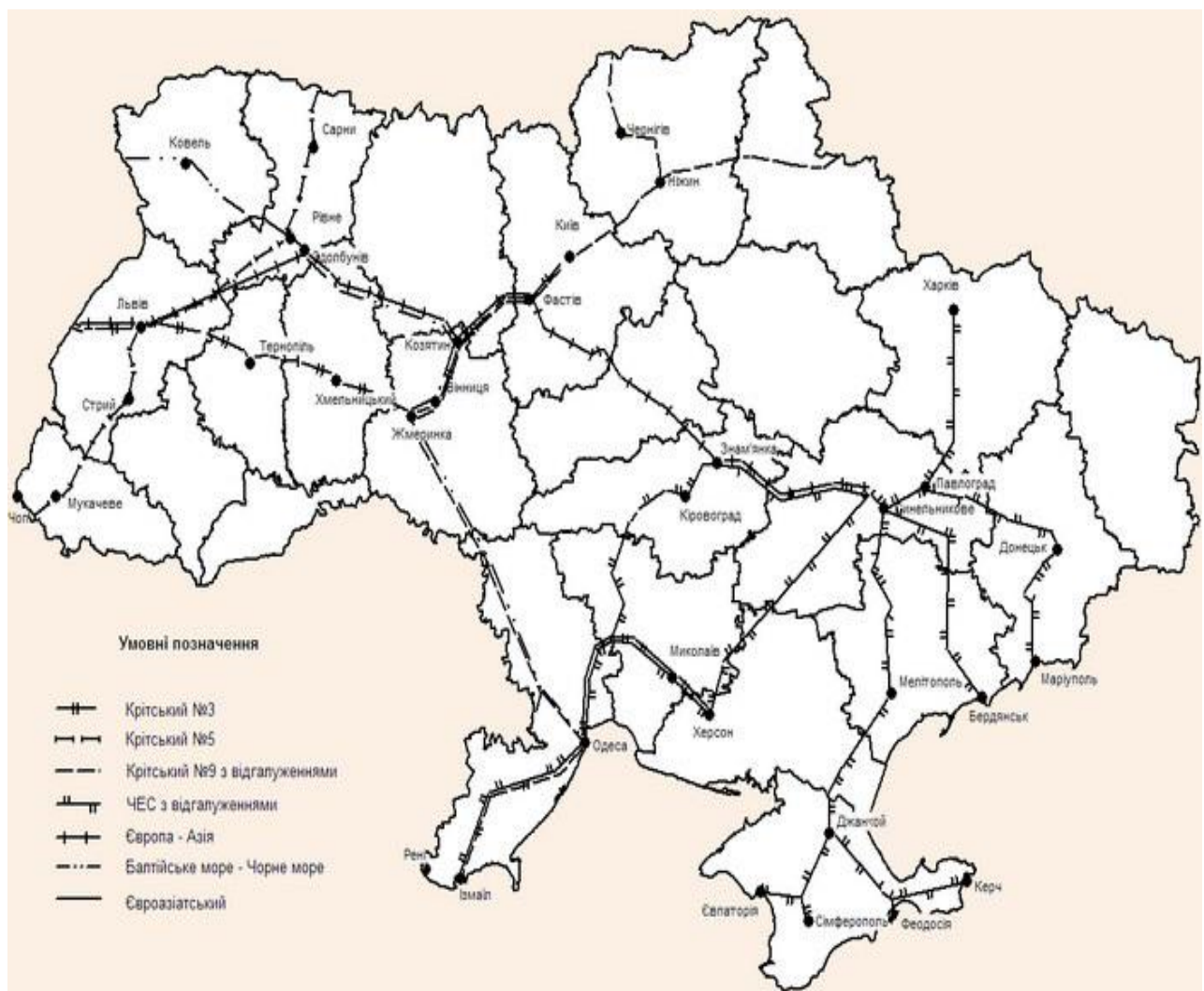
Програми розвитку туризму затверджуються з метою реалізації довгострокових пріоритетів країни в галузі туризму і становлять комплекс взаємопов'язаних правових, економічних та організаційних заходів, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян, розвиток туристичної галузі.

Державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму повинні передбачати заходи щодо забезпечення безпеки в галузі туризму.

Порядок формування, фінансування і реалізації регіональних та місцевих програм розвитку туризму визначається законом.

Додаток Г

Залізничні транспортні коридори, що проходять територією України



Додаток Д

Автомобільні транспортні коридори, що проходять територією України

