

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Івано-Франківський інститут менеджменту
кафедра міжнародної економіки ІФІМ

ТЕЛЬКА БОГДАН ДМИТРОВИЧ

**ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛЮДСТВА І РОЗВИТОК
ТУРИЗМУ**

**СПЕЦІАЛЬНІСТЬ: 8.03050301- МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА
МАГІСТЕРСЬКА ПРОГРАМА - МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ**

ДИПЛОМНА РОБОТА ЗА ОСВІТНЬО-КВАЛІФІКАЦІЙНИМ РІВНЕМ «МАГІСТР»

**СТУДЕНТ ГРУПИ МЕМТЗМІ-54
Б. Д. ТЕЛЬКА**

**НАУКОВИЙ КЕРІВНИК
БІЛОУС Л. Й.**

**ДИПЛОМНУ РОБОТУ ДОПУЩЕНО ДО
ЗАХИСТУ:**

“ _ ” _____ 20__ Р.

ЗАВІДУВАЧ КАФЕДРИ

_____ **В. Є. КУРИЛЯК**

ТЕРНОПІЛЬ 2012

АНОТАЦІЯ

Телька Б. Д. Глобальні проблеми людства і розвиток туризму. – Рукопис.

Дослідження на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр» за спеціальністю 8. 03050301 «Міжнародна економіка». Івано-Франківський інститут менеджменту. – Івано-Франківськ, 2012.

В роботі здійснене комплексне дослідження теоретичних та практичних аспектів реалізації процедур що до запобігання глобальних проблем людства, виявлені переваги туризму щодо запобігання глобальних проблем сучасності.

На підставі вивчення теорії по вирішенню глобальних проблем людства шляхом туризму, визначаються концепції щодо їх застосування в процесі реформування системи розвитку міжнародного туризму в Україні та світі.

ANNOTATION

TELKA B. D. Global problems of humanity development of tourism. – manuscript.

Research on the receipt of educationally qualifying level is a masters «degree» after the speciality 8. 03050301 « The international economy» are the Ivano-Frankivsk institute management. Ivano-Frankivsk. – 2012.

In work Complex research of theoretical and practical aspects of realization of procedures is in-process carried out that to prevention of global problems of humanity, the found out advantages of tourism is in relation to prevention of global problems contemporaneity.

On the basis of study of theory on the decision of global problems of humanity by tourism, conceptions are determined in relation to their application in the process of reformation of the system of development of international tourism in Ukraine and world.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ОСНОВНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ ЛЮДСТВА	6
1.1 Причини виникнення глобальних проблем сучасності.....	6
1.2 Класифікація основних глобальних проблем людства.....	13
1.3 Глобальні проблеми людства та їх прояв в Україні.....	22
Висновки до 1 розділу.....	28
РОЗДІЛ 2. ТУРИЗМ, ЯК СПОСІБ ВИРІШЕННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ ЛЮДСТВА	30
2.1 Аналіз і оцінка діяльності туристичних закладів міжнародного туризму України.....	30
2.2 Virішення глобальних проблем людства в контексті розвитку міжнародного туризму на Прикарпатті.....	48
2.3 Міжнародний досвід розв’язання глобальних проблем шляхом розвитку міжнародного туризму.....	58
Висновки до 2 розділу.....	63
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ І НАПРЯМКИ РОЗВ’ЯЗАННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ СУЧАСНОСТІ	64
3.1 Напрямки розв’язання глобальних проблем шляхом кластеризації міжнародного туризму.....	64
3.2 Ефективна взаємодія міжнародних туристичних організацій в напрямку подолання глобальних явищ суспільства.....	73
3.3 Передовий досвід світової науки у розв’язанні глобальних проблем людства.....	78
Висновки до 3 розділу.....	85
ВИСНОВКИ	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	89

ВСТУП

Актуальність дослідження. Таке визначення як «глобалізм» (від лат. «globus» – куля, іншими словами, той, що охоплює усю земну кулю) застосовується для визначення стилю у політиці, коли те чи інше питання аналізується і вирішується у контексті спільних проблем людства, що стосуються всіх і вимагають для свого розв’язання спільних зусиль.

Цей термін запровадили у 60-х роках ХХ ст. в науку відомі теоретики Римського клубу Д.Медоуз, Е.Ласло, А.Печчеї, М.Месарович, та ін. Глобалізація протегує взаємозв’язок і взаємозалежність всіх країн, єднає світ у одне ціле, трансформує планету на «світове село» («global village») зі громадськими проблемами.

З суттєво глибокими проблемами людство зустрілося на межі тисячоліть, які отримали назву «глобальні» і під ними слід розуміти сукупність суперечних процесів, що є сенсом сьогочасної кризи світової цивілізації. Глобальні проблеми становлять загрозу нормальному розвитку і навіть існуванню країн в цілому, і вони потребують, за для відвернення цих катастрофічних наслідків, спільних зусиль, тобто мають глобальний всеохоплюючий, планетарний характер.

Кожна із глобальних проблем зароджена особливими причинами, які з одного боку, спричинені специфічним розвитком продуктивних сил, рівнем прогресу техніки, географічним середовищем, природно-кліматичними умовами, себто речовим змістом суспільної манери виробництва, а з іншого – своєрідною суспільною формою, а також розвитку властивих їм відносин. За цілої різноманітності причин глобальних проблем фігурують також і спільні для них причинно-наслідкові зв’язки, притаманні розвитку технологічного способу виробництва.

Звичною практикою, яка є специфічною для туристичного продукту у туризмі, є вихід компанії за межі державних кордонів. Ініціатива інтернаціонального виробництва в туристичній індустрії належить країнам,

що формують потужні туристичні потоки, через те що саме їм вона приносить максимальний прибуток. У Європі – Велика Британія і Німеччина, Франція, в Північній Америці це – США та Канада, в Азії – Китай та Японія. Саме тому більшість транснаціональних компаній, діяльність яких охоплює туристичну сферу, знаходяться у США, Західній Європі, Японії і - з недавнього часу, в Сінгапурі і Гонконгу.

Транснаціональні корпорації набувають форми готельних мереж або ланцюгів, де у міжнародному туризмі процеси мультинаціоналізації та глобалізації найкраще просліджуються на прикладі сектора розміщення туристів.

США є безсумнівним гегемоном серед країн, де утворилися та сформувалися, поширилися світом найбільші готельні мережі. Вісім із десяти провідних готельних мереж мають американську "прописку".

Загострення глобальних проблем людської цивілізації викликане, безконтрольною та безсистемною утилізацією природних ресурсів, слабкою технологічною культурою матеріального виробництва, максимізацією, а не оптимізацією темпів економічного зростання, домінуванням технократичного підходу над соціальним, масштабним впливом людської цивілізації на навколишнє середовище, необмеженим вторгненням людства в біосферу.

Метою дипломної роботи є вивчення сутності глобальних проблем людства в галузі туризму та провідних шляхів їх вирішення.

Завданнями дипломної роботи є:

- розглянути причини виникнення глобальних проблем сучасності у галузі туризму;
- дослідити сутність глобальних проблем у туризмі;
- розглянути класифікацію глобальних проблем туристичної галузі;
- запропонувати шляхи вирішення глобальних проблем сучасності туристичної галузі.

Об'єктом дослідження виступає світове туристичне господарство.

Предметом дослідження є глобальні проблеми туристичної галузі та основні шляхи їх вирішення.

Методи дослідження. Методологічною основою роботи є теоретичні положення і розробки вітчизняних і зарубіжних вчених в області туризму, загальнонаукові принципи проведення комплексних досліджень.

Інформаційна база. Нормативною базою для написання дипломної роботи стали наступні нормативні акти: Закон України «Про туризм» (15.09.1995), 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 щодо вирішення глобальних проблем сучасності шляхом розвитку туристичної індустрії.

- обґрунтовано систему рекомендацій щодо вирішення глобальних проблем людства.

- запропоновано напрямки подальшого вдосконалення щодо розв'язання глобальних проблем людства шляхом кластеризації міжнародного туризму.

Структура роботи. Магістерська робота викладена на 95 сторінках комп'ютерного тексту, складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (35), містить 3 таблиці, та 2 рисунки.

РОЗДІЛ 1. ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ОСНОВНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ ЛЮДСТВА

1.1 Причини виникнення глобальних проблем сучасності

Будь-яка з глобальних проблем породжена характерними причинами, яка зумовлена - з однієї сторони, специфікою розвитку продуктивних сил, рівнем прогресу техніки, географічним середовищем, природно-кліматичними умовами, тобто речовим змістом суспільного способу виробництва, а з іншої – специфічною суспільною формою, особливістю розвитку відносин власності. За всієї різноманітності причин глобальних проблем існують спільні для них причинно-наслідкові зв'язки, властиві розвиткові технологічного способу виробництва.

Найбільшою та найзагальнішою основою загострення проблем сучасності, що розкриває технологічний спосіб виробництва, є швидке зростання народонаселення особливо в перші десятиріччя XXI ст., або демографічний вибух, який до того ж супроводжується нерівномірністю збільшення населення в різних країнах та регіонах [4, с.102].

Щоб прогодувати, одягнути, забезпечити житлом зростаючу кількість населення, потрібно постійно нарощувати виробництво промислової та сільськогосподарської продукції, а також збільшувати обсяг видобування корисних копалин тощо. Але внаслідок цього поступово вичерпуються природні ресурси, підвищується середня температура на Землі, забруднюється навколишнє середовище тощо.

В країнах з найвищим приростом населення продуктивні сили розвинуті недостатньо, панують масовий голод, злидні, оскільки демографічний вибух супроводжується нерівномірністю зростання населення у різних країнах та регіонах. Так, якщо темпи приросту населення в країнах, що розвиваються, у XXI ст. становили в середньому 2,5% за рік, то у промислово розвинутих країнах вони не перевищували 1%. Це призвело до

того, що в Азії, Африці та Латинській Америці майже 1 млрд. осіб живе в умовах абсолютної злиденності, приблизно 250 млн. дітей хронічно недоїдають, від голоду і постійного недоїдання щорічно вмирає понад 40 млн. осіб. За даними ООН, у 2008 р. із 4,4 млрд. жителів країн, що розвиваються, майже 3/5 позбавлені основних санітарних вигод, майже третина – чистої води, 20% – сучасного медичного обслуговування, 20% – не відвідують школи після 5-го класу і стільки ж не мають достатнього калорійного харчування.

Загострення таких глобальних проблем, як енергетична, сировинна, екологічна, продовольча, виступають детонатором демографічного буму.

Основними причинами загострення проблем сучасності, що розглядаються з погляду речового змісту, є:

1. Низький рівень впровадження ресурсо- та енергозощаджуючих, екологічно чистих технологій. Внаслідок цього із загального обсягу природної речовини, що залучається у процес виробництва, форми кінцевого продукту набуває лише 1,5%, з надр планети щорічно видобувають майже 100 млрд. т руди, корисних копалин і будівельних матеріалів (по 25 т на кожного жителя).

Річний обсяг видобутку мінеральної сировини в Україні становить 1 млрд. т, а гірської маси – до 3 млрд. т, з них лише 5-8% компонентів мінеральної сировини використовують для виробництва продукції, а решта йде у відходи. На початку 2007 р. на території України було накопичено всього понад 25 млрд. т різноманітних відходів, які зробили непридатними для користування майже 160 тис. га зелених угідь. Крім того, понад 60% сховищ відходів не відповідають екологічним нормативам, а отже, є джерелами забруднення довкілля. Якщо у 1980 р. на одного жителя припадало 240 т накопичених відходів, то у 2007 р. – 400 т [6, с.84].

Застосування недосконалих технологій, зокрема таких, як спалювання нафти, вугілля і природного газу, призвело до того, що вміст вуглекислого газу в повітрі щорічно зростає на 0,5%, а за останні 150 років зріс на 25%,

причому на 12% – за останні 30 років. Теплові електростанції, які працюють на вугіллі заподіюють найбільшої шкоди. Вони становлять 75% усіх ТЕС і на їхню частку припадає третина всіх викидів CO₂. У пило-газових викидах міститься понад 1400 шкідливих для людини речовин.

Температура земної покрівлі за останні 100 років поступово підвищилася на 0,6% тому що в атмосфері з кожним роком зростає вміст двоокису вуглецю. Це дає поштовх для підвищення рівня Світового океану на 10%, а швидкість його наступу на сушу постійно зростає і складає 1,1 см за 10 років.

2. Зростання гігантських мегаполісів, швидка урбанізація населення, спричиняє скорочення угідь у сільському господарстві, бурхливу автомобілізацію. В цілому, на 0,3% території земної кулі сконцентровано 40% всього населення. Міста, з кожною секундою забруднюються випарами легкових автомобілів. Зараз у світі їх налічується понад 700 млн. За останні 30–40 років втричі зросло забруднення довкілля вихлопними газами. В країнах колишнього СРСР у великих промислових центрах 60% викидів припадає на автомобільний транспорт. Через низьку якість авто у країнах СНД кожний із них викидає в повітря у 6 разів більше забруднюючих речовин, ніж у країнах Європи.

В наш час в Україні екологічна ситуація особливо складна. Глибокою екологічною кризою, близькою до катастрофи, охоплено майже 10% її території, і майже 70% загальної земельної площі наближається до такого стану. Лише 1% території України – екологічно чисті ареали. Такий стан довкілля спричинений надмірною концентрацією екологічно небезпечних виробництв. Так, загальна площа України становила лише 2% території колишнього СРСР, а на ній було зосереджено 25% всього промислового потенціалу, на частку України припадало 25% забруднення природного середовища колишнього Радянського Союзу. Понад 100 млн. т забруднюючих речовин, щороку шкідливі виробництва викидали в атмосферу, але при цьому не знешкоджувалася навіть четверта їх частина

[12, с.133].

Не поліпшилася з часом загальна ситуація. Так, на початку 2000-х років щороку промислові підприємства України і транспорт викидали у повітря майже 6 млн. т шкідливих речовин, що в розрахунку на кожного жителя становило до 150 кг. Внаслідок цього (минулого і сьогодення) з найвищим рівнем забруднення повітря з 68 великих міст СНД кожне п'яте було українським. Така ситуація значною мірою породжена тим, що до 55% електроенергії виробляють ТЕС, які, по-перше, конструювалися на низькому технологічному рівні, не було створено екологічно чистого котельного устаткування, по-друге, експлуатувалися тривалий час без достатнього оновлення виробничого апарату, по-третє, працювали на низькосортному кам'яному вугіллі. Оскільки Україна значно відстає від розвинутих держав світу у формуванні раціональної структури паливного балансу (у США в цьому балансі понад 80% припадає на вугілля, до 6% на мазут і 14% на газ, а в Україні в 2010 році на ці ж види енергоносіїв припадає відповідно 47, 12 і 41%), то в майбутньому при збереженні такої технології і структури паливного балансу екологічна ситуація погіршуватиметься.

3. Варварське ставлення людини до природи. Це найбільше виявляється в хижацькому вирубуванні лісів, створенні штучних водойм, знищенні природних річок, забрудненні шкідливими речовинами прісної води. Щороку у світі знищують 15 млн. га лісів, на одне посаджене дерево припадає 10 вирубаних, кожну секунду вирубують ліси площею з футбольне поле. В нашій державі за 1990–2010 рр. над допустиму норму вирубано понад 20 млн. куб. лісу, більшою мірою з метою експорту його торговельним структурам за рубіж [8, с.155].

Бідність українців є однією з причин незаконної вирубки лісу в Україні, у селах поблизу лісових масивів. Багатьом селянам не вистачає грошей на дрова, тому звичайною справою є зрубати кілька дерев для обігріву житла. Як розповідають місцеві лісники, у західних областях населення крадуть деревину для будівництва будинків і господарських споруд.

Споживання прісної води з початку ХХ ст зросло більше як у 7 разів, досягнувши позначки в 300 кубометрів з початку 2000-х р. У найближчі десятиріччя споживання прісної води тільки зростатиме. Водночас майже 80% всіх випадків захворювань пов'язані зі споживанням неякісної води. Чверть людства терпить від її нестачі. Майже 800 сіл в Україні користуються привізною водою, 89% - не мають водогону, кількість річок зменшилася на 3 тис. Водночас щорічно до водного басейну України скидають понад 14 млрд. куб. м стічних вод (майже 300 тис. літрів на одного жителя), внаслідок чого до водойм потрапило понад 2,1 млн. т хлоридів, 1,8 т сульфатів та інших шкідливих речовин. Ці негативні наслідки призвели до концентрації в них солей важких металів і фенолів, у декілька разів вищої від гранично допустимих норм. Хоча споживання прісної води з 2005 по 2010 р. скоротилося в Україні внаслідок кризи на 24%, викиди забруднених стічних вод у поверхневі води об'єкту зросли в 1,25 рази.

Втрата величезних масивів землі виявляється у нераціональному ставленні до природи. За останні 100 років людство втратило 200 млн. км² землі. В Україні за останні 20 років кількість ерозованих земель збільшилася з 13 млн. до 18 млн. га, а 2 млн. га так захімізовані, що їх рекультивація економічно нерентабельна. Крім того, за 1990–2010 рр. вміст гумусу в ґрунті зменшився з 3,5 до 3,1%, площі кислих ґрунтів зросли на 1,8 млн. га (25%), засолені – на 0,6 млн. га (24%). Ситуація погіршилася у наступні роки. Техногенний тиск на території України загалом у 6-7 разів вищий, ніж у розвинутих країнах Європи [9, с.103].

У країнах, що розвиваються, щорічно отруюються пестицидами майже 500 тис. осіб, з них 5 тис. – смертельно. Надмірна загазованість, отруєння хімікатами тощо призвели до того, що в кістках сучасної людини вміст свинцю у 50 разів вищий, ніж у наших давніх предків. Збільшується отруєння ртуттю, кадмієм, що спричиняє катастрофічно швидке зростання кількості серцево-судинних та онкологічних захворювань, отриманих шляхом харчування продуктами сільськогосподарського виробництва, навіть риби

продукти можуть завдавати шкоди, отруєні хімікатами, що разом із зливними водами потрапляють у річки і озера.

Загальними причинами загострення більшості глобальних проблем, з погляду суспільної форми є:

1) відносини приватнокапіталістичної власності, насамперед хижацьке ставлення монополій до природних ресурсів, Світового океану тощо. Тому за повоєнний період на США припадає 40% світового обсягу забруднення екологічного середовища, а на кожного мешканця – 1 кг токсичних речовин у повітрі;

2) в колишньому СРСР та деяких інших країнах Східної Європи деформація соціально-економічної системи, монопольна політика міністерств і відомств, панування тоталітарної системи.

Ці дві соціально-економічні причини призвели до того, що на частку США, за даними американського журналу «Саєнс», щорічно припадало 1,2 млрд. т двоокису вуглецю (приблизно чверть світового обсягу), на частку Західної Європи і Японії – 23%, а на колишній СРСР і Китай – приблизно 33%. Загалом США, країна, в якій проживає 5% населення світу, дає 40% світового забруднення. Кожен житель Америки заподіює природному середовищу шкоди у 50 разів більшої, ніж житель Індії.

Відносини капіталістичної власності, реакційна політика окремих держав були головними причинами зростання не лише мілітаризації економіки, а й міжнародної напруженості, політики «холодної війни», війн у різних регіонах планети. Після Другої світової війни, зокрема, у 130 конфліктах загинуло майже 20 млн. осіб.

Мілітаристські акції сталінського керівництва значною мірою сприяли розгортанню гонки озброєнь (дії Червоної армії в Ірані у 1946 р., у повоєнній Східній Європі), встановленню тоталітарної системи в країнах колишнього СРСР, його зовнішня політика, зокрема непередумане втягнення у війну в Афганістані. На сьогоднішній день на військові цілі у світі щорічно

витрачають майже 800 млрд. дол. Водночас на ліквідацію неписьменності дорослих у світі потрібно лише 1,2 млрд. дол., тобто менше, ніж на військові витрати на один день.

Соціальними причинами загострення глобальних проблем є непродумана регіональна політика держав, відсутність економічного суверенітету республік у колишньому СРСР, національної власності на свої природні ресурси, засоби виробництва тощо. Так, в Україні власність держави (українського народу) на засоби виробництва становила лише 5%, не існувало власності на природні ресурси. Значно зросла смертність через хижацьке ставлення загальносоюзних міністерств і відомств до землі, отруєння її пестицидами, надмірна загазованість (на території України розташовано майже 1000 хімічних комбінатів) тощо. Внаслідок поглиблення екологічної кризи щорічні витрати ВВП України становлять 15–20%, або 15 млрд. крб. Втрати від аварії на Чорнобильській АЕС сягнули приблизно 130 млрд. крб. без урахування втрат, які пов'язані із захворюванням людей. Зокрема, внаслідок цієї аварії було забруднено понад 10 млн. га земель, у тому числі 9 млн. га сільськогосподарських угідь. Забруднення Дніпра в 4–5 разів перевищує гранично допустимі норми, але його воду змушені пити 35 млн. жителів України.

Глобальні проблеми за походженням, характером і способом розв'язання класифікуються на декілька видів.

До першої групи належать проблеми, які виникають у сфері взаємодії природи і суспільства. Серед них можна виділити надійне забезпечення людства сировиною, енергією, продовольством тощо, раціональне використання ресурсів Світового океану, раціональне природокористування і збереження природного навколишнього середовища, мирне освоєння космічного простору. Вони спричинені закономірностями розвитку світових продуктивних сил, що створює можливості для зростання масштабів господарської діяльності, потребує все більшої кількості світового видобутку сировини, вирубування лісів, використання прісної води, збільшення

навантаження на природний потенціал сільського господарства. Це сприяє зростанню старих виробничих потреб та виникненню нових, задоволенню потреб людини в засобах існування [7, с.439].

Характерною рисою цих проблем та їх переростання у глобальні є те, що споживання відновлюваних і невідновлюваних ресурсів досягло величезних масштабів, зростає високими темпами і реально постає загроза їх вичерпання. З 1990 по 2005 рр. спожито майже 35% усіх природних ресурсів планети, а з 2000-х швидкість їх виснаження збільшилася до 3% на рік. Щодо використання енергетичних ресурсів, прогнозується, що енерговиробництво впродовж найближчих 75 років зростатиме високими темпами до досягнення енергетикою теплового бар'єра, а потім залишиться на такому ж рівні. За такої умови всі види використовуваного палива будуть вичерпані через 130 років [2, с.213]. Суперечність між потребами суспільства досить гостро проявляється в енергетичних та інших невідновлюваних природних ресурсах і можливостями природи задовольнити ці потреби людства.

1.2 Класифікація основних глобальних проблем людства

Серед глобальних проблем найчастіше фігурують сировинна, екологічна, продовольча, енергетична, демографічна, проблеми миру та роззброєння, подолання бідності та відсталості, які не нові для людства. Можуть виникати і вже виникають нові глобальні проблеми з розвитком людської цивілізації. До глобальних почали зараховувати проблему освоєння та використання ресурсів Світового океану, Космосу. Цей аналіз дає змогу відзначити, що вони тісно взаємопов'язані. Так, енергетична та сировинна проблеми співвідносяться з екологічною, екологічна - з демографічною, демографічна - з продовольчою і т. д. Важливою ознакою проблем розвитку людської цивілізації є їх глобальний характер, адже вони зачіпають життєво важливі інтереси всіх держав і народів світу, а також виступають потужним фактором

посилення взаємозалежності та цілісності світу, надаючи йому нових інтеграційних рис.

Розвиток глобалізації світового господарства змінює та посилює пріоритети у глобальних проблемах. Якщо у 70-80-х роках ХХ ст. головною вважалась проблема запобігання світовій ядерній війні, то нині первинною окремі фахівці вважають екологічну проблему, інші - демографічну, а треті — проблему бідності та відсталості. Однак усі ці проблеми можна вважати найосновнішими, адже вони безпосередньо пов'язані з виживанням людства, хоча і породжені дією різних факторів, а отже, є об'єктами дослідження таких наук, як міжнародна економіка, право, соціологія, географія, біологія, екологія, океанологія та ін.

Загострення глобальних проблем людської цивілізації викликане безсистемною, безконтрольною утилізацією природних ресурсів, низькою технологічною культурою матеріального виробництва, максимізацією, а не оптимізацією темпів економічного зростання, перевагою технократичного підходу над соціальним, масштабним впливом людської цивілізації на навколишнє середовище, необмеженим вторгненням людства в біосферу. Суттєвими причинами цього загострення є швидка урбанізація населення планети, зростання гігантських мегаполісів і агломерацій, що супроводжується скороченням сільськогосподарських угідь, лісів, бурхливою автомобілізацією, поглибленням суперечностей між світовим економічним розвитком та соціальним прогресом.

Значна кількість глобальних проблем, їх багаторівневий та багатовимірний характер потребують класифікації.

За походженням, способом розв'язання і характером глобальні проблеми класифікуються на декілька видів.

До першої групи належать проблеми, які виникають у сфері взаємодії природи і суспільства. Серед них можна виділити надійне забезпечення людства сировиною, продовольством, енергією, раціональне природокористування і збереження природного навколишнього середовища,

раціональне використання ресурсів Світового океану, мирне освоєння космічного простору. Вони спричинені закономірностями розвитку світових продуктивних сил, що створює можливості для зростання масштабів господарської діяльності, потребує все більшої кількості світового видобутку сировини, вирубування лісів, використання прісної води, збільшення навантаження на природний потенціал сільського господарства. Ці чинники сприяють задоволенню потреб людини в засобах існування, зростанню старих виробничих потреб та виникненню нових [15, с.83].

Основною рисою цих проблем та їх переростання у глобальні є те, що споживання відновлюваних і невідновлюваних ресурсів досягло величезних масштабів, зростає високими темпами, і реально постає загроза їх вичерпання. З 1990 по 2005 рр. ХХ ст. спожито майже 35% усіх природних ресурсів планети, а з 2010-х швидкість їх виснаження збільшилася до 3% на рік. Щодо використання енергетичних ресурсів, прогнозується, що енерговиробництво впродовж найближчих 75 років зростатиме високими темпами до досягнення енергетикою теплового бар'єра, а потім залишиться на такому ж рівні. За такої умови через 130 років всі види використовуваного палива будуть вичерпані. Досить гостро проявляється суперечність між потребами суспільства в енергетичних та інших невідновлюваних природних ресурсах і можливостями природи задовольнити ці потреби людства.

Друга група проблем - це глобальні проблеми у сфері суспільних взаємовідносин, які пов'язані із конверсією військового виробництва і збереженням миру, роззброєнням, відверненням світової термоядерної війни, недопущенням локальних, регіональних і міжнародних криз та забезпечення стабільного миру; подолання економічної відсталості частини регіонів і країн світу [19, с.203].

Серед глобальних проблем основними є збереження миру - найактуальніша проблема, і вона потребує невідкладного розв'язання. Хоча закінчення "холодної війни" призвело до припинення протистояння двох антагоністичних соціально-політичних систем і зняло гостроту та

неминучість прямої загрози знищення людства у глобальній війні, війна не зникла з арсеналу засобів розв'язання суперечностей між країнами, націями, релігіями. В останні роки ХХ ст. - на початку ХХІ ст. зросли кількість та масштаби військових конфліктів локального характеру щодо територіальних, етнічних, релігійних розходжень, що загрожують перетворитись у регіональні або загальносвітові конфлікти з відповідним втягуванням нових учасників. За підрахунками, станом на 2010 рік у світі налічувалось близько 50 конфліктів, які мали негативні наслідки, де велись бойові дії та проливалась кров. Це, зокрема, конфлікти в Іраці, Південно-Східній Азії, Африці, Афганістані, колишній Югославії.

Новою загрозою для існування людства стало розширення "клубу" ядерних держав. У 1998 р. Індія та Пакистан здійснили випробування ядерної зброї. До держав, які здійснюють реалізацію програм зі створення ядерної зброї, належать ПАР, Ізраїль, Іран, КНДР, а до потенційно ядерних держав належать Японія, Бразилія, Тайвань, Аргентина.

До третьої групи належать глобальні проблеми у сфері розвитку людини та забезпечення її майбутнього існування. Вони охоплюють проблеми пристосування людини до умов природного і соціального середовища, яке динамічно змінюється під впливом НТР, подолання таких тяжких захворювань, як серцево-судинні, онкологічні, СНІД, різноманітних епідемій; культурно-моральні проблеми втрати окремою людиною довіри до соціальних інститутів, нестабільності сім'ї та послаблення зв'язку поколінь; боротьба з міжнародною злочинністю, торгівлею людьми, нарко-бізнесом, тероризмом; проблеми демократизації та охорони прав людини.

Транснаціональні корпорації перейшли від конкурентної боротьби до політики співпраці та реалізації спільних проектів. Ця тенденція знаходить вияв у створенні глобальних союзів корпорацій. Головна мета таких коаліцій полягає в об'єднанні фінансових, людських ресурсів і науково-технічних різних фірм для досягнення переваг у конкурентній боротьбі чи для реалізації спільних програм і проектів із допомогою співпраці [30, с.173].

Буде помилкою говорити про повне припинення конкурентної боротьби між виробниками чи продавцями туристичного продукту. Глобальні союзи укладаються між американськими, європейськими, американо-європейськими, японськими транснаціональними корпораціями для підвищення власної фінансової незалежності та конкурентоздатності. Дії таких союзів спрямовані проти небезпечних суперників із високорозвинутих та нових індустріальних країн.

Укладання глобальних союзів – поширена практика в різних секторах індустрії туризму. Яскравим прикладом діяльності подібних союзів є глобальні комп'ютерні системи бронювання широкого спектру туристичних товарів і послуг – від авіаційних перельотів, переїздів залізницею і придбання пакет-турів, до оренди автомобілів, попереднього замовлення місця в готелі чи квитків на футбольний матч або концерт у країні-дистинації. Серед таких систем найбільш відомими є "Амадеус" та "Галілео", які присутні і на українському ринку транспортних і туристичних послуг.

Одним із важливих завдань для української індустрії туризму має стати як створення власної подібної комп'ютерної системи, так і активніша інтеграція до існуючих світових мереж бронювання.

Крім глобальних союзів, яким притаманна зміна відносин власності, виникають стратегічні альянси, які формуються лише на домовленостях сторін і не зачіпають майнових питань. Формування та розвиток стратегічних альянсів в індустрії туризму має на меті створення єдиної системи збуту туристичного продукту шляхом просування на ринку товарного знаку (марки) і розподілу фінансового ризику. У ХХІ столітті за оцінками фахівців, альянси стануть основою стратегії розвитку готельних компаній.

Найбільшою мірою глобалізація торкнулася цивільної авіації. Щоб обмежити ринкові можливості дрібніших перевізників, провідні авіакомпанії світу віддають перевагу створенню стратегічних альянсів із конкурентами свого рівня [34, с.147].

Для індустрії туризму головною площиною взаємодії є угоди між авіаперевізниками, які стосуються заохочувальних програм, які існують для постійних клієнтів. Вони спрямовані на закріплення пасажирів за певним перевізником, шляхом надання їм суттєвих знижок. Це перешкоджає переходу пасажирів до інших авіакомпаній.

Нараховувалося більше 350 альянсів авіакомпаній у кінці 1990-х років і спостерігається чітка тенденція до їх збільшення. При цьому, допускається, що одна і та ж компанія може бути членом кількох альянсів. Найбільшими взаємовигідними об'єднаннями авіаперевізників є "Стар Альянс" та "Уануорлд". Кожне із цих об'єднань обслуговує до 180 млн. пасажирів за рік.

Здійснення спільних проектів є проявом глобалізаційних процесів у туризмі, які передбачають залучення природних, культурно-історичних і матеріально-технічних ресурсів кількох країн. Наприклад, реалізація екотуристичного проекту "Світ Майя" завбачує участь у ньому майже всіх країн Центральної Америки.

Для глобалізації туризму є і негативні моменти, які прямо й опосередковано впливають на розвиток індустрії туризму. Йдеться про екологічні проблеми, спалахи захворювань і епідемії у різних куточках світу та загрозу терористичних актів. Більшість із перерахованих проблем має регіональний характер, але глобалізація "примушує" реагувати на них всю світову індустрію туризму.

Взаємопов'язаність екології та туризму є одним із визначальних чинників глобального розвитку туристичної індустрії і власне глобалізації та регіоналізації. З одного боку, сприятливою екологічною ситуацією і унікальними природними ресурсами, транснаціональні корпорації освоюють країни, залучаючи їх до туристичного використання. Це часто призводить до деградації вразливих екосистем і необхідності впроваджувати заходи щодо їх охорони і розвивати альтернативні види туризму, розвиток яких базується на принципах сталості – екологічного, наукового, сільського зеленого, пригодницького тощо. З іншого – численні техногенні аварії і катастрофи в

районах традиційного відпочинку, інтегрованих у світову індустрію туризму, виводять їх із рангу популярних і створюють низку проблем на шляху подальшого розвитку [35, с.150].

Психологічні особливості контактів між представниками місцевих громад і туристами, в основу яких покладено уявлення про неминучість спілкування місцевого населення з приїжджими і необхідність контролю над цим спілкуванням, як і в попередніх випадках, дозволяють говорити про еволюційний характер даного процесу і виділяти кілька стадій реакції аборигенів як на туристів, так і на розвиток туристичної індустрії у межах конкретного регіону:

- початкова стадія, на якій формуються добрі, хороші стосунки між місцевим населенням і туристами, а туризм сприймається як економічне благо;

- місцеве населення починає сумніватися в користі туризму; виникають поодинокі конфлікти між аборигенами і туристами;

- повна формалізація контактів аборигенів із туристами, які стереотипно розглядаються місцевими мешканцями лише як джерело прибутків, а туризм перетворюється на рядовий вид господарської діяльності;

- всі соціальні і особисті проблеми місцеві мешканці пов'язують із туризмом; конфлікти між аборигенами і туристами набувають системного характеру [7, с.439].

Швидкість переходу від однієї стадії до іншої залежить від інтенсивності розвитку туризму в країні чи регіоні, загального культурного рівня туристів та особливостей місцевого культурного середовища.

Пандемія СНІДу, разом із несприятливими природними умовами та соціально-економічною відсталістю, унеможливило інтенсифікацію розвитку міжнародного туризму у багатьох країнах на африканському континенті.

Міжнародний тероризм набуває нових форм і можливостей пов'язаних з процесами глобалізації, розвитком світових інформаційних, економічних і

фінансових зв'язків. Експерти вважають, що головною метою терористів у XXI столітті – це нанести якомога більше шкоди здоров'ю і життю людей.

Адже саме проти людини під час відпочинку спрямована значна частина терористичних актів у різних куточках світу. Організатори цих злочинів і не приховують, що в багатьох випадках таким чином намагаються загальмувати, а то й зупинити потоки туристів, які для окремих країн є відчутним джерелом надходження валюти. Їх основною метою є послабити уряди цих держав і змінити напрямок їх політичного розвитку. Туреччина, Єгипет, Індонезія, Ізраїль, США, Філіппіни, Іспанія, Росія, Франція, Велика Британія – далеко не повний перелік країн, які відчули на собі наслідки терористичних актів, а нині через ці причини вони належать до терористично-потенційних, що утримує певну частину латентних туристів від подорожей як з них, так і до них.

Міжнародний тероризм ставить під загрозу розвиток туризму, що примушує урядовців, менеджерів і маркетологів шукати вихід із загрозової ситуації. Логічний і традиційний крок - посилення заходів безпеки. Рекламні акції є поширеним явищем, в яких проглядається спроба завуалювати існуючі потенційні проблеми чи намагання переорієнтуватися на новий споживчий ринок.

Антитуристичний тероризм, окрім політичного й економічного, носить яскраво виражене релігійне забарвлення. Досить часто виконавцями протиправних акцій стають мусульманські екстремісти, дії яких спрямовані проти туристів із християнських держав [20, с.157].

Яскравим прикладом залежності виробників туристичного продукту від негативних тенденцій розвитку суспільства у глобальному масштабі є підсумки фінансової діяльності за 2011 рік однієї з найбільших європейських туристичних компаній "Томас Кук". Прибутки компанії зменшилися на 10%, у порівнянні з попереднім роком. На думку аналітиків, головними причинами такого різкого падіння є трагічні події 11 вересня 2001 року у США і потенційна загроза інших терористичних актів, а також спалахи атипової

пневмонії (SARS) в азійському регіоні, які відлякують людей від мандрівок і купівлі турів. Таке становище змусило керівництво компанії вдатися до безпрецедентних кроків, спрямованих на економію коштів. Одним із заходів став продаж 13 "Боїнгів", які обслуговували клієнтів компанії [23]. Таким чином, події у США, Канаді та Східній і Південно-Східній Азії безпосередньо вплинули на ситуацію на туристичному ринку Європи.

У регіональному розрізі туризм еволюціонує у кількох площинах: просторовій або територіальній, соціально-економічній, психологічній.

Просторовий розвиток унаочнюють цикли еволюції туристичних територій – стадійний розвиток туристичних територій у просторі і часі: початкова стадія, яка включає пробну експлуатацію і поступове залучення ресурсного потенціалу; стадія консолідації або зміцнення настає з часу активного розвитку масового туризму й інтенсивного використання ресурсного потенціалу; стадія розвитку розпочинається з моменту відкриття даної території для масового туристичного використання; стадія стагнації приходить із досягненням максимально можливого рівня ємності як природних комплексів, так і інфраструктурних об'єктів та втратою новизни на ринку масового туризму.

Продовження розвитку можливе двома шляхами: спад, який супроводжується поступовим затуханням рекреаційно-туристичних процесів або відродження у разі появи нового туристичного продукту і переоцінки місця та ролі даної території на регіональному чи глобальному туристичному ринку [29, с.192].

Особливості соціально-економічного розвитку демонструє життєвий цикл туристичного продукту – модель еволюції туристичного продукту з моменту його появи на ринку туристичних послуг до повного припинення реалізації. Доцільно виділяти кілька послідовних стадій життєвого циклу – від створення, до повного зникнення з ринку, від чого залежить економічна ефективність туристичної діяльності у межах регіону.

1.3 Глобальні проблеми людства та їх прояв в Україні

У другій половині ХХ століття перед людством виникли проблеми, які науковці визначають як глобальні. Слово «глобальний» походить від фр. «global», що в перекладі означає «загальний», «всесвітній». Це проблеми, які стосуються не лише однієї окремо взятої держави, а й усіх країн світу, або великої групи. Відповідно і для їх розв'язання необхідно докласти зусилля усьому світовому співтовариству.

Усі глобальні проблеми людства можна об'єднати умовно у дві групи. До першої групи можна віднести ті, які стосуються взаємовідносин всередині людської спільноти. Зазвичай, це проблема збереження миру й відвернення загрози світової війни, а також: подолання економічної відсталості бідних країн, ліквідація небезпечних хвороб, боротьба проти наркоманії, тероризму, злочинності.

До другої — можна віднести проблеми, які є результатом кризи взаємовідносин між суспільством і природою. Сюди входять екологічна, енергетична, сировинна, демографічна, продовольча, а також освоєння світового океану, космосу.

Отже, ці проблеми стосуються майже всіх сфер життя людства, що свідчить про всеохоплюючий процес глобалізації у подальшому розвитку суспільства. Дослідженням цих процесів займається окрема наука, що виникла на стику географії, математики, економіки, біології, політології, соціології — глобалістика. В. Вернадський, український учений зробив значний внесок у формування її основ. Він визначив тенденцію перетворення антропосфери у ноосферу, тобто сферу панування людського розуму. Однак, аби вийти на такий високий ступінь розвитку світової цивілізації, людству необхідно докласти ще багато зусиль. Тому на сучасному етапі головним завданням є усвідомлення кожною людиною існування глобальних проблем, здійснення кроків, спрямованих на їх розв'язання.

Туризм для України, яка стоїть на шляху формування демократичного суспільства та ринкової економіки, сьогодні є важливим чинником соціально-економічного розвитку як усередині держави, так і в зовнішньоекономічній діяльності. Вже зараз туристична галузь виробляє 8% валового внутрішнього продукту та 20% зовнішньоторговельного обороту України. Станом на 1.01.11 р. у туристичній галузі функціонують 8,3 тис. підприємств, в тому числі 3,9 тис. суб'єктів туристичної діяльності, 3,2 тис. санаторно-курортних закладів, 1,2 тис. готелів та місць проживання. Більшу частину обсягів туристичної діяльності припадає на три туристичні регіони: Крим, Київ, Одеську область. Вони забезпечують до 67% обсягів туристичної діяльності в Україні [18, с.164].

На думку Джафара Джафарі, одного з експертів Всесвітньої туристичної організації, люди подорожували завжди. І хоча індустрія туризму є досить молодою галуззю підприємницької діяльності, на сучасному етапі розвитку суспільства обґрунтування розвитку туризму як в практичному, так і теоретичному аспектах базується на його характеристиці як найбільш розвинутої та однієї з найдинамічніших галузей економіки.

Туристичний бізнес, як його ще іноді називають „галузь вражень”, перетворилася в одну з найприбутковіших. Річні надходження від світової туристичної галузі становлять 500 мільярдів доларів США. Очікують, що цей показник до 2010 року зросте до одного трильйона доларів. У цих умовах Україна, аби її частка у наведеній цифрі була якомога більшою, теж повинна використати всі наявні можливості.

Справжня туристична революція відбулася у ХХ столітті. Туристичний бум стався завдяки зростанню купівельної спроможності населення, успішному розв'язанню транспортних проблем, збільшенню вільного часу у людей.

Якщо ще у далеких 50-х роках минулого століття у світі міжнародні подорожі здійснювали 25 млн. осіб, то у 2000-му - майже 700 млн. У 2010 році міжнародні подорожі здійснювали понад 1 млрд. осіб. А якщо додати і

внутрішні поїздки та екскурсії, то третина населення планети перебуває у статусі туриста. Крім того, туризм - це каталізатор розвитку як окремих галузей економіки, так і соціально-економічного розвитку цілих країн.

На початку XXI століття туризм характеризується як один із видів економічної діяльності, що стрімко і динамічно розвивається, випереджаючи за темпами зростання доходів нафтовидобуток і автомобілебудування. Індустрія туризму - дуже складна система, як і будь-яка інша сфера господарської діяльності. У ній зайнято близько 10% світових трудових ресурсів, виробляється близько 10% світового валового продукту, 7% світових інвестицій і 5% усіх податкових надходжень [25, с.106].

Усе це сприяло тому, що туристична сфера забезпечує не лише вагомий відсоток світового валового продукту, а й понад 30% обсягів послуг світової торгівлі і 11% світових споживчих витрат, 7% загального обсягу інвестицій. На сьогоднішній день безпосередньо у сфері надання туристичних послуг зайнятий кожен 10-й працівник (понад 200 млн. тих, хто працює). Крім того, послуги мандрівникам надають такі галузі, як транспорт, зв'язок, торгівля, сільське господарство, будівництво, виробництво товарів народного споживання тощо. Туризм у найближче десятиліття залишиться найбільшим джерелом створення нових робочих місць у ряді регіонів світу. Протягом наступних п'яти років, за прогнозами експертів, рівень щорічного зростання цієї галузі становитиме 5%, що дасть можливість створити два мільйони нових робочих місць. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (ВТО) питома вага туризму у створенні валового національного продукту (ВНП) країн світу в 2014 році сягне 11—12%. Крім того, результати проведених досліджень ВТО передбачають, що туристичний рух до 2020 року зросте до 1,6 млрд. туристів за рік, які витратять 2 трильйони доларів США, тобто 5 млрд. в день. У XXI столітті разом із телекомунікаційною індустрією, інформаційними технологіями туризм забезпечуватиме економічне зростання. Ця галузь розвивається швидкими темпами і в найближчі роки може стати одним із основних секторів підприємницької діяльності.

Подальша диференціація пропозиції туристського продукту прогнозується з метою усе більш широкого охоплення споживачів з різноманітними можливостями і потребами. Насамперед, продовжиться процес концентрації капіталів, створення великих інтернаціональних компаній і корпорацій, збережеться тенденція інтеграційних процесів в індустрії туризму [10, с.182].

Феноменальний успіх туризму зумовлений ще й тим, що в його основі лежить задоволення людства постійних прагнень пізнати навколишній світ. Це пізнання через туризм стало можливим за рахунок таких факторів: підвищення в багатьох країнах життєвого рівня населення, інформаційних та інших технологій, розвитку транспорту, глобалізації в цілому. Відбувається зміщення в моделях споживання - для багатьох туризм уже не розкіш, а природна необхідність. В деяких, особливо європейських, країнах навіть сформувалось таке поняття, як "право на туризм", відображене в Глобальному етичному кодексі туризму, прийнятому Всесвітньою туристичною організацією.

Таким чином, розвитку туризму у світі сприяли політичні, технічні, економічні, культурологічні та соціальні фактори. Інтенсивний розвиток туризму спостерігається в країнах зі сприятливою внутрішньою і зовнішньою політикою, високим рівнем культури, стійким економічним розвитком, соціальною підтримкою громадян.

В останні роки майже всі регіони світу продемонстрували значне зростання обсягів туризму, про це свідчать статистичні дані. Оптимістичними надалі залишаються довгострокові перспективи розвитку галузі.

Прогнози експертів Всесвітньої туристичної організації щодо розвитку туризму у світі повною мірою стосуються й України, адже вона має надзвичайно вигідне географічне та геополітичне розташування, розвинену транспортну мережу, володіє значними природно-рекреаційними та історико-культурними ресурсами, населена гостинним і працелюбним народом.

Забезпечити належну віддачу від цього потужного потенціалу, використати його в інтересах активного відпочинку та оздоровлення можна лише за умови чіткої організації туристичної діяльності, зміцнення існуючої та створення нової матеріально-технічної бази, залучення досвідчених і кваліфікованих кадрів, тобто за умови правильної організації та ефективного управління туризмом [16, с.93].

Україна з перших днів незалежності впевнено стала на шлях створення власної туріндустрії, проголосивши туризм пріоритетною галуззю розвитку економіки.

Туристичний бізнес приваблює підприємців невеликим стартовим капіталом, постійним зростанням попиту на туристичні послуги, швидким терміном його окупності, високим рівнем рентабельності. При цьому, зростає розуміння того, що знання основ організації туристичної діяльності має надзвичайно важливе значення при підготовці працівників туристичної сфери, підвищенні професійного рівня, вивченні світової економіки та економіки України.

Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, який здатний максимально задовольнити туристські потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічні інтереси при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурної спадщини.

Створення нового іміджу українського турпродукту, конкурентоспроможного в нашій державі та за кордоном, підтримка розвитку малого та середнього бізнесу у туристичній сфері, комплексний підхід до розвитку туризму та курортів на регіональному рівні, зумовили неухильне зростання кількості туристів та обсягів наданих їм послуг.

Позитивною та сталою динамікою характеризується розвиток туристичної та курортної галузей впродовж останніх чотирьох років. У непростих умовах перехідного періоду український туризм з року в рік

працює прибутково та динамічно, нарощує обсяги виробництва товарів і послуг, підвищує якість і культуру обслуговування. Так, у 2011 році було обслуговано 3735206 туристів, а обсяг наданих послуг становив 3785522 тис.грн. [23, с.109].

Згідно з оцінками Міністерства економіки України, продукти та послуги, пов'язані з діяльністю туристичної галузі, становлять близько 10 % ВВП, а за загальними оцінками, близько 15 % робочої сили в Україні зайнято в туристичному бізнесі та супутніх галузях.

Туристична діяльність в Україні сприяє розвитку тих територій, де є рекреаційні ресурси і немає перспектив для промисловості, створюючи нові робочі місця, підвищуючи рівень доходів населення, водночас забезпечуючи збереження пам'ятників історії, культури, архітектури.

Попри всі політичні та соціально-економічні негаразди останніх років індустрія туризму стала тією галуззю народного господарства України, яка без залучення державних дотацій стабільно нарощує обсяги виробництва туристичного продукту.

Розвиток туризму в Україні особливо актуальний. Оскільки саме завдяки туристичній галузі Україна може поліпшити соціально-економічну ситуацію. Сфера туризму створює додаткові робочі місця, а також підтримує майже 50 суміжних галузей. Один турист дає роботу 10 особам. Створення одного робочого місця в туризмі в 20 разів дешевше, ніж у промисловості. В Україні туризм може і мусить стати сферою реалізації ринкових механізмів, засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку й оздоровлення, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням нашого народу і держави.

Туристична індустрія - це саме той сектор економіки, який вартує підвищеної уваги для розвитку, тому що він може забезпечити вагомий вклад в економіку країни у вигляді нових робочих місць, підвищуючи рівень доходів населення, а також виступає джерелом поповнення державного та

місцевих бюджетів через сплату податків та зростання надходжень від зовнішньоекономічної діяльності.

За час свого існування туристична індустрія як галузь послуг пережила багато змін, як і галузі виробництва матеріальних благ. Як сфера економічної діяльності туризм, з одного боку, визначається попитом і споживанням відвідувачів, а з іншого боку, - належить до товарів і послуг, які виробляються з метою задоволення цього попиту. Отже, туризм охоплює широкий діапазон видів діяльності, в тому числі міжнародний і внутрішній транспорт, громадське харчування, розваги, послуги туроператорів і турагентів та ін. [28, с.72].

Висновки до 1-го розділу:

Отже, туристична індустрія - це саме та сфера економіки, в Україні, що вартує підвищеної уваги за для її розвитку, через те що вона може дати значний вклад в економіку нашої держави у вигляді створення нових робочих місць, збільшення надходжень від поповнень до державного чи місцевого бюджетів через сплату податків, та зовнішньоекономічної діяльності.

За час свого існування туристична галузь як сектор послуг пережила багато змін, як і галузі виробництва матеріальних благ. Як галузь економічної діяльності туризм, з одного боку, визначається попитом і споживанням відвідувачів, а з іншого боку, - належить до товарів і послуг, які виробляються з метою задоволення цього попиту. Таким чином, сфера туризму обіймає чималий діапазон видів діяльності, в тому числі міжнародний і внутрішній транспорт, громадське харчування, розваги, послуги туроператорів і турагентів та ін. [28, с.72].

Нині туристичний бізнес в Україні дає поштовх для розвитку тих територій, де немає перспектив для промисловості і є рекреаційні ресурси,

підвищуючи рівень доходів населення, створюючи нові робочі місця, і забезпечуючи водночас збереження пам'ятників культури, архітектури історії, тощо.

Попри всі політичні та соціально-економічні негаразди останніх років індустрія туризму стала тією галуззю народного господарства України, яка без залучення державних дотацій постійно підвищує обсяги виробництва туристичного продукту.

РОЗДІЛ 2. ТУРИЗМ, ЯК СПОСІБ ВИРІШЕННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ ЛЮДСТВА

2.1 Аналіз і оцінка діяльності туристичних закладів міжнародного туризму України

Туристичні послуги в Україні надають туристичні підприємства. Щоб створити туристичне підприємство в якості юридичної особи, необхідно пройти багато етапів. Але можна зауважити, що процедура створення і реєстрації таких підприємств йде до значного спрощення.

Отже, головні етапи створення туристичного підприємства:

- 1) обирають організаційно-правову форму;
- 2) складають протокол намірів учасників (засновників);
- 3) розробляють проекти установчих документів;
- 4) проводять установчі збори;
- 5) займаються підготовкою установчих документів для реєстрації;
- 6) виконують правову реєстрацію підприємства;
- 7) здійснюють облік та реєстрацію в податкових, статистичних органах, Пенсійному фонді, Фонді соціального страхування та інших установах [8, с.114].

Найгнучкіша форма для малого туристичного бізнесу – це товариство з обмеженою відповідальністю (ТзОВ), яке засновується однією особою або ж декількома. Щодо статутного фонду ТзОВ, то він поділений на певні частини. Розмір цих частин визначається засновницькими документами. Учасники даного товариства не відповідають по його зобов'язаннях, бо вони несуть відповідальність, що має зв'язок з діяльністю товариства в межах їхніх внесків.

Ще одна організаційно-правова форма туристичного бізнесу – це товариство з повною відповідальністю. В такому товаристві учасники несуть солідарну відповідальність за зобов'язання підприємства всім своїм майном.

На основі значних початкових інвестицій туристичний бізнес доцільно реалізовувати у формі акціонерного товариства. Головний атрибут акціонерного товариства – це акція, яка є цінним папером без встановленого терміну обігу, що свідчить про пайову участь у статутному фонді товариства, підтверджує членство в ньому і право на участь в керуванні ним. Розрізняють такі акціонерні товариства, як відкритого типу, в якому акції розповсюджуються через відкриту передплату та купівлю-продаж на фондових біржах, так і закритого типу, акції якого поширюються лише між його засновниками.

Така форма господарювання як акціонерна має значні переваги, а саме:

1. Фінансові, тобто створює механізм оперативної мобілізації великих за розміром інвестицій і регулярного одержання доходу у формі дивідендів на акції;

2. Економічні, коли акціонерний капітал сприяє встановленню гнучкої системи виробничо-господарських зв'язків, опосередкованих перехресним або ланцюговим володінням акціями;

3. Соціальні, де йдеться про те, що акціонування є важливою формою перетворення найманих працівників на власників певної частки майна підприємства [13, с.168].

Коли конкуренція в туристичному бізнесі й індустрії відпочинку і розваг дуже висока, тоді власники готелів беруть участь у дисконтних програмах. Адже інформація про знижки, що є безкоштовною, дається в каталогах для власників карток і залучає потенційних клієнтів. Банки також зацікавлені в поширенні карток. Вони видають їх в якості доповнення до емітуємих кредитних карток, але набагато дешевше роздрібною ціни, чи взагалі безкоштовно. Тим самим вони розширюють спектр послуг для своїх клієнтів.

Географія дисконтних карток дуже різноманітна. Найбільш популярна картка – це “ETN-CARD”. Ця система для мандрівників є клубом, членство в якому дозволяє зменшувати дорожні витрати.

Переваги використання карток “ETN-CARD”:

1) знижки для власників від 20 до 50% вартості в десяти тисячах готелів у 175 країнах світу, у тому числі в Російській Федерації й у країнах СНД. У США в 400 готелях власник картки заплатить 50% від вартості номера;

2) велика система знижок у ресторанах (від 20 до 50%);

3) зниження (до 1/3) тарифів при оплаті оренди автомобіля;

4) знижка при покупці авіаквитків, залізничних та автомобільних квитків у розмірі 3-10%;

5) можливість безкоштовно одержати картки “ETN- Telecard” і “Sprint Fonocard”, що дозволяє вести телефонні розмови за пільговими тарифами.

Коли власник отримує картку, йому ще видається ілюстрований каталог з адресами сервісних служб, які входять у систему. Обравши готель, власник замовляє знижку на резервування номера. Часто цю процедуру бере на себе сама дисконтна система [5, с.176].

Також банки реалізують дорожні чеки. Система дорожніх чеків схожа на систему акредитивів. Дорожні чеки можна не тільки обмінювати в банку на гроші, ними також можна розплачуватися в магазинах, що їх приймають.

Такі чеки дозволяють захистити гроші від крадіжки, адже платіжний документ стає дійсним тільки після того, як звіриться підпис власника з підписом на корінці книжки. Щоб придбати чек, не обов'язково мати рахунок у банку. Дорожній чек також називають туристським чеком, що являє собою платіжний документ, тобто грошове зобов'язання виплатити зазначену в ньому суму певної валюти його власнику.

З 1968 року у Європі стає популярним єврочек, який є чеком у євровалюті. Він виписується банком без попереднього внеску клієнтом готівки в рахунок банківського кредиту терміном до місяця. Чек можна оплатити в будь-якій країні-учасниці угоди “Єврочек”, тобто в країнах ЄС.

На світовому ринку зовсім нещодавно з'явився новий вид розміщення – тайм-шер. Тайм-шер – це власність, обмежена за користуванням в часі, тобто

це не продаж стандартної нерухомості і не розміщення в готелі, а середнє між ними. За одиницю часу приймається один тиждень.

Тайм-шер-індустрія має такі дві частини:

- продаж клубів чи апартаментів, які розділених на тижні;
- обмін цих тижнів через єдиний центр обміну, що називається клубом для відпочинку, де власники можуть обмінятися своїми тижнями.

Зараз у світі є п'ять обмінних організацій, серед яких лідирують “RCI” і “II” (Interval International).

Індустрія тайм-шера існує з початку 70-х років. З 1989 року світове число курортів, що працюють по системі тайм-шер, зросло аж на 600%, а річний обсяг продажів тижнів збільшився на 300%. До 2004 року у світі було продано тайм-шеров на суму, що становила чотири мільярди доларів.

Зі зростом популярності тайм-шерів змінюється і сама індустрія. Якщо в роки формування вона залучала в основному дрібних підприємців, то зараз нею займаються такі корпорації як “Хілтон”, “Марріот”, “Дісней”, “Шератон”, “Баррат”, “Вамлі” [9, с.118].

На сьогоднішній день тайм-шер – це одна з галузей індустрії відпочинку, яка найбільш швидко розвивається, і яка також вважається найсучаснішою технологією в області між туризмом і нерухомістю.

Курорти тайм-шер розташовані в 75 країнах світу. США займає перше місце по розвитку тайм-шера, на другому місці – Європа. Велика кількість країн, що приймають туристів, розглядають тайм-шер в якості важливої частини всієї системи організації відпочинку. У більшості регіонів він розширює сезон канікул, ще сприяє тривалому росту економіки, також поліпшує перспективи для інвестицій і, звичайно ж, підвищує зайнятість.

Отже, індустрія туризму – це дуже складна система. Ступінь розвитку її залежить від ступеня розвитку економіки країни в цілому.

Щоб конкретніше визначити мету і завдання підприємства, що створюється, а також погодження організаційно-правової форми, розміру статутного капіталу, розподілу доручень між учасниками та вирішення інших

організаційних питань, оформляється протокол намірів. Цей протокол не входить в число обов'язкових засновницьких документів. Формально особи, які його підписали, не несуть відповідальності за невиконання взятих зобов'язань, але, не зважаючи на це, такий протокол – це основа установчого договору і єдиний документ, який об'єднує засновників до того, як здійснюється момент реєстрації.

Один з важливих етапів створення туристичного підприємства – це його програма економічної діяльності, основа фінансового менеджменту як для підприємства, яке створюється, так і для діючої фірми.

Коли туристична діяльність обирається в якості основного виду, тоді потрібно розв'язати ще такі дві проблеми, як:

1) обирання супутних видів діяльності, тобто диверсифікування основи туристичного бізнесу для зниження фінансових ризиків у зв'язку з тим, що туризм є чутливим до цілого ряду факторів, а саме: економічних, інфраструктурних, політичних та ін.

2) обирання таких видів основної та додаткової діяльності, які були б пріоритетними на тривалий період [13, с.172].

Ще один етап – це вибір географії бізнесу. Якщо брати до уваги, що майбутня діяльність пов'язана тільки з реалізацією внутрішніх турів, тоді необхідно визначити місце прийому та відправки туристів. У випадку, коли підприємство займається міжнародним туризмом, тоді обираються ті країни і регіони, де буде реалізований та спожитий туристичний продукт. Потім варто дослідити ринок туристичних послуг та обрати свою частину туристичного бізнесу, а також підтвердити конкурентоспроможність особистого туристичного продукту. Отже, коли визначиться регіон ринку збуту туристичних послуг, тоді проводиться розрахунок пропозицій, які є максимально можливими, та попиту цього ринку на майбутню перспективу в роках, місяцях, сезонах, днях тижня. Вже потім робиться аналіз конкурентного середовища.

При цьому вивчається статистика кількості туристичних фірм, зареєстрованих у районі, обширність реалізації цими фірмами туристичних послуг, цінові чинники, наявність монополістів, відмінність власного туристичного продукту від відповідного продукту конкурентів тощо.

Якщо вибір регіону ринку збуту туристичних послуг визначається тільки вимогам конкуренції, то приймається (після аналізу конкурентного середовища) одне з трьох рішень:

- вихід з цього ринку збуту;
- приймання стратегії конкурентоспроможності і робота на ринку збуту шляхом опанування свого сегмента;
- виробництво позаконкурентного туристичного продукту та робота в цьому новоствореному сегменті ринку збуту.

Основними моментами діяльності туристичного підприємства є:

- планування виробництва туристичних послуг та контроль за якістю туристичного продукту. Це питання підготовки етапів, їх дослідження забезпечення, підготовка документів договору, робота із страховими й іншими зацікавленими компаніями;
- визначення технології реалізації туристичного продукту. Можливі такі варіанти: самостійна реалізація або через інші фірми, комісійний продаж через посередників чи створення дилерської розгалуженої мережі;
- методи стимулювання продажів. До них належать аукціони, виставки, туристичні лотереї, ярмарки, конкурси, пільг для постійних клієнтів, дітей, надання сезонних пільг, рекламні тури тощо;
- управління та підбір персоналу туристичного підприємства. Це розроблення штатного розкладу, розрахунок необхідної кількості працівників, форми оплати праці, розробка посадових інструкцій, регламенту роботи підприємства тощо [18, с. 127].

Спрощена модель функціонування туристичного підприємства наведена на рисунку 2.1.

Отже, економічна діяльність – це організована робота туристичного

підприємства, під час якої використовується рекреаційні ресурси, капітал, реалізації туристичного продукту та засоби виробництва і робоча сила для виробництва.

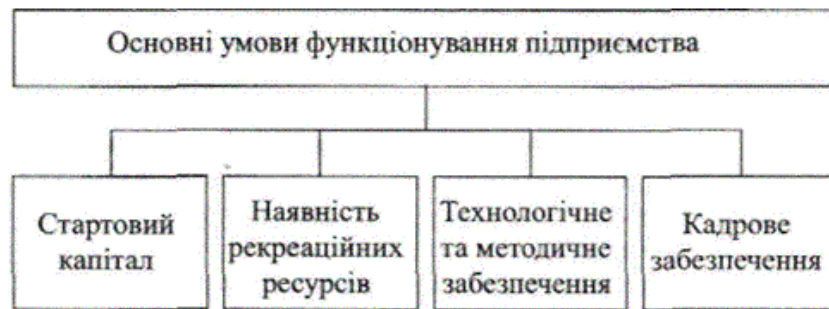


Рис. 2.1 Модель функціонування туристичного підприємства

Під визначенням «туристичне підприємство», маються на увазі ті фірми, основною роботою яких є надання туристичних послуг, а усі інші види діяльності – супроводжуючі та побічні. Але не кожне таке підприємство чи організація може назватись туристичною фірмою так, як вони можуть діяти як на комерційному, так і не на комерційному підґрунті. Комерційне туристичне підприємство має за головну мету своєї діяльності отримання прибутку за рахунок надання туристичних послуг.

Основною формою економічної діяльності туристичного підприємства в Україні є франчайзинг, який у широкому розумінні означає передачу права на надання послуг і виготовлення туристичного продукту та надання практичної допомоги у справі організації туристичного бізнесу.

Франчайзинг як особлива форма господарювання полягає в наступному: незалежне підприємство (франчайзодавець), яке виробляє туристичний продукт або надає послуги, передає право використовувати свій товарний знак іншому підприємству (франчайзоотримувачу) в обмін на зобов'язання виготовляти такий самий туристичний продукт або надавати послуги. За право господарювати від імені і під торговельною маркою франчайзодавця підприємство виплачує певний відсоток від свого доходу як матеріальну винагороду [10, с.115].

Франчайзинг поділяють на дві групи: створення умов продажу

туристичного продукту або послуг та форма підприємництва.

Франчайзинг – це угода між покупцем і продавцем, за умовою якої продавець продукту захищеного торговельною маркою або послуги надає виключне право на розповсюдження та продаж цього продукту або послуги незалежному підприємцю на регіональному ринку збуту в обмін на отримання від нього грошової винагороди за умови дотримання покупцем технологій обслуговуючих операцій.

В індустрії туризму найбільш поширена друга група франчайзингу, при цьому франчайзодавець створює повну концепцію підприємства або методів роботи, а франчайзоотримувач купує право використовувати наявні напрацювання.

Франчайзинг надає переваги обом сторонам – розширює бізнес однієї і надає можливість для підприємництва іншій стороні, яка функціонує у відповідності зі стандартами та режимом роботи, встановленими франчайзодавцем [7, с.98].

Туристично-екскурсійними організаціями називаються такі організації, які займаються формуванням і реалізацією турів, наданням різноманітних туристичних послуг.

На роботі їх називають по-різному: туристичні бюро чи агентства, екскурсійні бюро, туристичні фірми, бюро подорожей тощо. Види підприємницької діяльності на туристичному ринку можна поділити на туристичні агентства (турагент) та туристичних операторів (туроператор).

Ці види підприємницької діяльності на туристичному ринку (туроператор та турагент) і визначають шлях діяльності туристичного підприємства.

Туроператор – це юридична чи фізична особа (тобто підприємець), яка на основі ліцензії здійснює діяльність по формуванню, розвитку та реалізації туристичного продукту.

Туроператорами в Україні називають:

– туристичні підприємства, які мають свої або орендовані засоби

туристичного обслуговування і пропонують клієнтам комплекс послуг;

– оптових посередників між турагентствами і підприємствами туристичної індустрії, до яких належать фірми і організації, зайняті обслуговуванням туристів, але не відносяться напряму до туризму, а є представниками інших галузей економіки. Це страхові фірми, підприємства громадського харчування, транспортні компанії, спортивні, культурні заклади тощо.

Основним завданням туроператора є створення туру на основі програмами обслуговування. Програма обслуговування – це схема заходів, спрямованих на задоволення інтересів клієнтів, які обирають призначення та вид туру.

За видом діяльності туроператори поділяють на:

– туроператори масового ринку – продають великий обсяг турпродукту, формованого на масовий попит та завчасно визначені місця відпочинку;

– спеціалізовані туроператори – це такі оператори, які спеціалізуються на окремо вибраному продукті або частині ринку (певна країна, певний вид туризму тощо).

За місцем діяльності туроператори діляться на:

– внутрішні оператори – створюють турпродукт для споживання громадян своєї країни в межах країни;

– виїзні оператори – формують турпродукт для споживання громадянами своєї країни за кордоном;

– оператори на прийомі – базуються на місці призначення і обслуговують іноземних туристів [9, с.136].

Туроператор виконує одну з головних ролей у туризмі, саме він розробляє туристичні маршрути, заповнює їх послугами, готує рекламно-інформаційні видання по своїх турах, забезпечує функціонування турів і надання послуг, передає тури агентам для їх наступної реалізації, розраховує ціни.

Турагент – це юридична або фізична особа (тобто підприємець), яка здійснює на базі ліцензії діяльність по просуванню і реалізації формованого туроператором туру.

У разі необхідності туроператор до придбаного туру може додати вартість проїзду туристів від місця формування групи до першого на маршруті пункту призначення і від останнього на маршруті пункту призначення до місця формування групи.

Основним завданням турагента або турагентства є:

- повне висвітлення вмісту відпочинку і подорожей по всіх наявних турах, туристичних центрах, курортах;
- за допомогою реклами просувати інформацію про власні можливості;
- організація продажу туристичного продукту з урахуванням специфіки і особливостей туристичного ринку.

За спеціалізацією турагентства можуть бути такі: багатопрофільні, тобто здійснюють комплексне обслуговування різних за питаннями клієнтів, і спеціалізовані, які спеціалізуються на певних видах обслуговування (організація спортивних, ділових та інших поїздок).

Туристичне підприємство в Україні може бути одночасно і туроператором, і турагентом. Наприклад, бюро розробляє маршрути як туроператор і частково самостійно продає їх безпосередньо споживачу, а більшу частину продає турагенту, одночасно як турагент купує тури в іншого бюро (туроператора) і продає їх своїм туристам.

На рисунку 2.2 показана схема просування туристичних послуг.

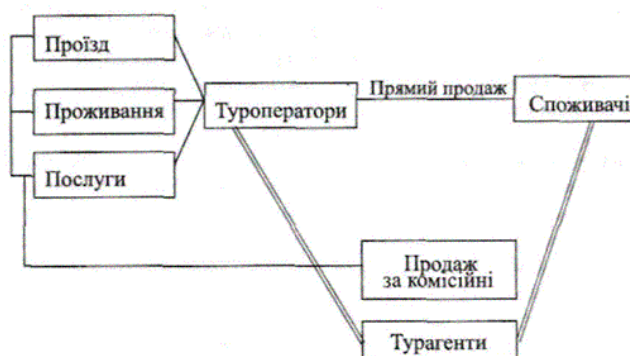


Рис. 2.2 Схема просування туристичних послуг

Згідно із Законом України „Про туризм” туроператори і турагенти можуть мати різні форми власності [1]. Ці форми можуть бути державними, приватними, акціонерними товариствами, але від цього їх підприємницька діяльність і ринкові функції не змінюються.

Туроператор і турагент відрізняються між собою не тільки у формуванні туристичного продукту та його реалізації, а й у системі доходів. У багатьох випадках туроператор закупляє окремі послуги, з яких потім формує комплексний туристичний продукт зі своїм механізмом ціноутворення. Але і водночас турагент діє як роздрібний продавець та його прибуток формується з комісійних від продажу чужого туристичного продукту; турагент реалізує туристичний продукт (часто й окремі послуги) за реальними цінами виробника послуг або туроператора.

Відмінність між турагентом і туроператором також у приналежності туристичного продукту. Туроператор зазвичай завжди має запас туристичного продукту для продажу, а турагент у свою чергу замовляє даний продукт або послугу тільки в тому випадку, коли клієнт проявляє зацікавленість у купівлі цього товару.

В загальному, як і будь-яка сфера діяльності, операторська та агентська діяльність у туризмі потребує високого професіоналізму і кваліфікації, глибоких знань маркетингу, технології і ринку.

Головні моменти, на які зазвичай повинні звертати увагу туроператори і турагенти:

– зазвичай ринок постійно змінюється, можуть вичерпатися старі можливості, а нові можливості - змінитися; потрібно сприймати з розумінням такий факт, що якщо фірма успішно реалізує свій туристичний продукт певний період, то так буде завжди. Значить потрібно знаходити нові можливості, розробляти нові види туристичних пропозицій.

–наскільки послідовно і рішуче туристичне підприємство буде боротися за своє місце на ринку, буде залежити майбутнє туристичного підприємства ;

– в даний час більше, ніж раніше, вимагають від працівників туристичної сфери знань, ефективності дій, спритності, тобто професіоналізму. Формування та продаж турів - це складніше, ніж приймання заявок;

– набагато краще спеціалізуватись на виробництві і збуті високодоходного і якісного туристичного продукту;

– необхідно постійно турбуватись про оновлення свого продукту через удосконалення послуг, диверсифікацію, урахування моди і ринкових тенденцій [18, с.134].

Діяльність, пов'язана з наданням туристичних послуг, підлягає обов'язковому ліцензуванню.

В законі України "Про туризм" записано, що ліцензуванню на здійснення туристичної діяльності підлягають туристичні агентства, бюро подорожей, екскурсійні бюро, бюро по прийому туристів, туристичні оператори, готелі, мотелі, кемпінги, туристичні комплекси і бази, інші юридичні особи незалежно від форм власності і фізичні особи, які здійснюють туристичну діяльність, передбачену їх статутами чи положеннями [1].

Ще в 1994 році – з моменту включення туризму в ліцензійні види діяльності – ліцензуванню підлягала будь-яка діяльність, пов'язана з наданням туристичних послуг. Потім з 29.04.98 року – з дати вступу в силу п.1 розділ 1 Закону України "Про внесення змін" в Закон України "Про підприємництво" від 23.12.97 року № 762/97 – ліцензія стала необхідною тільки для тих суб'єктів підприємництва, які здійснювали діяльність, пов'язану з організацією іноземного і зарубіжного туризму.

В кінці 2008 року законодавці знову перейшли до початкового варіанту ліцензування туризму, а також внесли деякі зміни до статті 4 Закону України "Про підприємництво" зі змінами і доповненнями, які вступили в силу 27 жовтня 2008 року. Зараз питання про ліцензування туристичної діяльності регулюються певним законом, а саме таким, як Закон України "Про

ліцензування окремих видів господарської діяльності” від 01.06.2010 р. № 1775-Ш, який набрав чинності з 21 жовтня 2010 року. Потрібно зауважити, що окремі види туризму, які підлягають ліцензуванню і що містяться в Законі про ліцензування, не змінили основну ідею щодо ліцензування всіх напрямків туристичної діяльності.

Отже, згідно з оновленим законодавством, ліцензуванню підлягають такі види туристичної діяльності:

- організація іноземного туризму;
- організація внутрішнього туризму;
- організація зарубіжного туризму;
- екскурсійна діяльність.

У відповідності до статті 13 Закону “Про туризм”, ліцензії на здійснення туристичної діяльності видаються Державним комітетом України по туризму.

Згідно з Указом Президента України “Про Державний комітет молодіжної політики, спорту і туризму України” від 31.05.2010 р. № 740/2010, новостворений Державний комітет молодіжної політики, спорту і туризму стає правонаступником Державного комітету України по туризму, отже, й органом ліцензування туристичної діяльності. А з 2002 року органом ліцензування туристичної діяльності стає новостворена Державна туристична адміністрація України.

Умови та правила здійснення туристичної діяльності є затвердженими інструкцією про умови і правила здійснення підприємницької діяльності, яка пов'язана з організацією іноземного і зарубіжного туризму, а також контролю за їх дотриманням, що затверджені наказом Ліцензійної палати України і Державним комітетом України по туризму від 12.01.10 р. № 5/1. Щодо правил організації внутрішнього туризму, то старі правила вже втратили силу, а нові тільки розробляються у зв'язку з поновленням ліцензування всіх видів туристичних послуг. До затвердження таких нормативних документів необхідно керуватись положеннями Інструкції

№5/1.

Великий попит на туристичні послуги в цілому світі є необхідним для взаємного визнання результатів діяльності різних підприємств сфери туризму. І найвищим рівнем такого визнання є сертифікація, яка гарантує, що послуга, тобто продукт, має відповідати певним вимогам і має мати відповідну якість.

Отже, сертифікація – це поєднання дій і процедур, проведених з метою підтвердження того, що продукт або послуга відповідають певним стандартам чи технічним умовам.

Залежно від того, хто її проводить, сертифікація може бути таких трьох видів:

- самосертифікація, яка проводиться самим підприємством - виробником продукції чи послуг;
- сертифікація, яка здійснюється споживачем;
- сертифікація, яка здійснюється третьою стороною - спеціальною організацією, незалежною від виробника і споживача. Але великою довірою у міжнародній і вітчизняній практиці користується саме сертифікація, яка здійснюється третьою стороною.

В Україні є такі види сертифікації, як обов'язкова та добровільна. Обов'язкова сертифікація здійснюється уповноваженими на те органами сертифікації, охоплює перевірку й випробування продукції з метою визначення її характеристик (показників) та подальший державний нагляд за сертифікованими виробами.

Добровільна сертифікація проводиться з ініціативи самих суб'єктів господарювання на відповідність продукції вимогам, які не є обов'язковими.

Згідно зі статтею 15 Закону про туризм, готельні послуги та послуги харчування, які надаються суб'єктами туристичної діяльності, піддаються неодмінній сертифікації на їх відповідність установам нормативних документів та відповідність вимогам міжнародних стандартів ІСО серії 9000.

Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг та Правила обов'язкової сертифікації послуг по харчуванню затверджені наказом Держкомстандарту України від 27.01.10 р. № 37. Держстандарт України встановив строк впровадження неодмінної сертифікації зазначених послуг - з 01.10.10 р.

У разі похвального рішення запиту щодо сертифікації суб'єкта туристичного функціонування йому у визначеному порядку надається сертифікат, що свідчить про рівень якості послуг.

Суб'єктами сертифікації є суб'єкти туристичної діяльності, які надають готельні сервіси.

Об'єкти сертифікації – готельні обслуговування, які надаються суб'єктами туристичної діяльності (туристичні бази, готелі, мотелі, оздоровчі заклади, кемпінги, гірські притулки, будинки відпочинку, місця для недовготривалого проживання в інших приміщеннях), процес надання сервісу.

Перелічення готельних послуг, які піддаються неодмінній сертифікації:

- послуги готелів без ресторанів;
- послуги готелів з ресторанами;
- інші місця для недовготривалого проживання, у тому числі:
- обслуговування молодіжних турбаз і гірських притулків;
- послуги кемпінгів, в т.ч. площадки для автофургонів;
- послуги дитячих і студентських літніх таборів;
- сервіси центрів і будинків відпочинку;
- обслуговування курортних установ оздоровчого характеру;
- послуги по наданню спальних місць у спальних вагонах та інших транспортних закладах.

Неодмінну сертифікацію готельних послуг виконують органи сертифікації, акредитовані в Системі сертифікації УкрСЕПРО.

Строк активності сертифікату відповідно залежить від установленної заявником схеми сертифікації та може складати 1 рік, 3 роки, 5 років.

Система взаємозв'язків між провідними суб'єктами діяльності міжнародного туризму юридично закріплюється різними договорами (контрактами).

Договір між туристичною фірмою і туристом, як правило, включає такі типові умови:

- предмет договору (придбання туристом прав(гарантій) на тур, оформлених у виді путівки);
- розцінку послуг фірми і форма їхньої оплати (нааявними або переказ грошей на розрахунковий рахунок фірми);
- обов'язки туристичної фірми (по наданню туристичного сервісу в абсолютному обсязі і якісно; по медичному страхуванню туристів; по оформленню для них посольських віз);
- відповідальність і звільнення від відповідальності сторін (у випадках форс – мажорних обставин, переміни якості наданих послуг, строків їх надання, відмовлення сторін від туру);
- обов'язки туриста (по оплаті, наданні потрібних документів для оформлення віз і т.п.) [21, с.142].

Варто вказати такі дані у договорі з клієнтом: терміни надання послуг, клас готелю, його найменування і місце розташування, вид транспорту до місця відпочинку й назад, дату договору.

Договір між туроператором і турагентом може бути кількох видів в залежності від змісту відносин між тур фірмами.

Агентські договори передбачають передачу виробником послуг туристичному агенту прав на продаж окремих видів послуг і інклюзивів-турів від імені і за рахунок туроператора. Звичайно у договорі містяться розбірливі інструкції з реалізації покладених завдань, територіальне обмеження сфери дії, установлюються права й обов'язки сторін, а також система виплат комісійних винагород. Обсяг і характер вимог до агента різний і залежить від визначених умов, що існують на національних ринках.

У договір може бути внесений доповнення, що вимагає агента не вступати в ділові стосунки з іншими підприємствами, а також доповнення про монопольне право продажі самостійних туристичних послуг. Похожа форма діяльності, з одного боку, дає перспективу працювати, не маючи чималих витрат на рекламу, організацію турів, маркетинг і одержуючи комісійні, але, з іншого боку, не дає перспективи істотного розширення й одержання грандіозних прибутків. Крім того, агент найчастіше надмірно залежить від туроператора і по суті діла позбавлений свободи [18, с.93].

Саме того нерідко туристичні фірми купують путівки як готову продукцію, сформовану іншою компанією, і перепродують її дорожче. У обов'язки продавця входить оформлення потрібних для поїздки документів, забезпечення туристичної групи гідом-перекладачем і повідомлення покупця про припустимі зміни, бронювання місць у готелі, а покупець виконує набір, комплектування і відправлення туристів, забезпечує надання їх переліків у трьох примірниках для оформлення документів і бронювання місць на транспорті і готелі, ознайомлює туристів з вартістю і порядком розрахунків.

У випадку не реалізації зобов'язань і не дотримання строків переводу вартості сервісу або не надання анкет і переліків громадян продавець має право скасувати поїздки, а покупець компенсує втрати.

Серед чималої кількості підприємств, що діють на національному туристичному ринку, тільки одиниці займаються туроператорською діяльністю в класичному розумінні даного слова. Другі ж виступають в основному як посередники закордонних операторів, додаючи до їх туристичного продукту частку своїх сервісів. Справитися із несприятливою ситуацією можна лише завдяки появленню у вітчизняному туристичному бізнесі сильних організацій зі великими обіговими коштами. І оперативне рішення питання полягає насамперед у державній підтримці формування союзів фірм туризму: картелів, консорціумів, холдингів тощо.

На жаль, на інституціональному рівні частіше трапляються заходи, що спричиняють до погіршення і без того не найкращих конкурентних позицій українських туристичних підприємств.

Вагомим фактором впливу держави на туристичну промисловість, особливо в період ринкової трансформації економіки, постає фінансова політика. Термінова необхідність її реформування обумовлена невпинним збільшенням зношеності матеріально-технічної основи туризму. За офіційними показниками нині перебудові піддається 22377 місць з 60 тис. наявних у готельному господарстві, і це закономірно, адже близько 70% туристичних об'єктів країни було введено в експлуатацію до 2000 р.

Самотужки розв'язати проблему акумуляції достатніх інвестиційних ресурсів окремі фірми не здатні, через те провідну роль у цьому процесі, безсумнівно, має належати державі. Проте сподіваних вчинків з її боку практично не помічається: пільгових умов оподаткування та залучення закордонних інвестицій не створено, через брак бюджетних коштів пряме фінансування та державне кредитування галузі практично відсутні. [22, с.123]

Суть перспективи притягнення інвестицій у фінансування проектів розвитку фірм української туристичної індустрії відкриває участь у спільних інтернаціональних програмах, що охоплюють великий комплекс проблем від навчання нетрадиційних видів туризму. Зараз схожі програми відбуваються такими організаціями, як ВТО, ТАСІС, Американська асоціація, турагенства (АСТА), Світовий банк, спеціалізовані структури ООН та багатьма іншими. Але в Україні потрібної державної допомоги в даному питанні поки що немає.

Отож, ми розглянули особливості організації реалізації туристичної діяльності в Україні

2.2 Вирішення глобальних проблем людства в контексті розвитку міжнародного туризму на Прикарпатті

Івано-Франківська область, як і Карпатський регіон в цілому, визначається винятковими природними та рекреаційними ресурсами, які використовуються вельми нераціонально.

Таким чином, невідкладною справою є перелік національних культурних цінностей краю, їх вивчення, збереження і вживання для розвитку Прикарпаття як туристично-оздоровчої зони.

У цій справі дуже вагоме місце займають рекреаційні зони, як фундаментальна основа збереження генофонду. Це важливо з кількох сторін. По-перше, і це головне, рекреаційні зони є територіями найпридатнішими для збереження генофонду рослинного і тваринного світу відповідної ландшафтно-територіальної та кліматичної зони, оскільки тут найбільше зберігся створений за багато мільйонів років природний стан.

Зростання площі рекреаційних зон в області можливо так само шляхом організації регіональних ландшафтних парків. За значенням регіональні ландшафтні парки можуть бути: спортивно-туристичного, загальнорекреаційними і санаторно-курортного.

Виходячи із сказаного, в основу планування розвитку рекреаційно-оздоровчого комплексу має бути покладена ідея природно-історико-етнографічної рекреації, яка ґрунтуватиметься на створенні рекреаційного середовища та найбільш раціональному використанні територіальних поєднань природних умов, ресурсів, історичних і архітектурних пам'яток. У майбутньому заплановане створення природно-історико-етнографічних рекреаційно-туристичних комплексів «Гуцульщина», «Бойківщина» та ін.

У цих регіонах ми маємо унікальне поєднання неповторних ландшафтів, історичних і етнографічних пам'яток, а також пам'яток природи, культури, побуту населення. Насамперед заслуговує на увагу створення природно-історико-етнографічного комплексу "Бойківщина".

Спорудження у цьому районі санаторіїв, лікарень, пансіонатів - дворів, виконаних з дерева у традиційно бойківському архітектурному стилі, спортивних комплексів, кемпінгів сприятиме визначенню нових туристських маршрутів та їх поєднанню в єдиному курортно-туристичному комплексі, розрахованому на повне залучення до цього процесу місцевих природних умов, різноманітних мінеральних вод, лікарських рослин та ягід [13, с.183].

Туристично-рекреаційна галузь є стратегічним напрямом розвитку Івано-Франківщини. Об'єктивно область має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості географічного розміщення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів.

Потенціал краю з кожним роком використовується все більше, як ми це можемо побачити по даним таблиці 2.1.

Таблиця 2.1.

Кількість обслужених туристів в Івано-Франківській обл. (тис. осіб):

Назва показника	2008	2009	2010	2011
Кількість обслужених туристів в Івано-Франківській обл. (тис. осіб).	56,3	147,6	318,2	581,3

Ініціатива розробки Стратегії розвитку та маркетингу туризму Івано-Франківської області до 2015 року (надалі – Стратегії) вперше була започаткована у 2005 році при формуванні Концепції проекту „Створення комплексної системи розвитку туристичної індустрії Івано-Франківщини”.

Спільна ініціатива Асоціації економічного розвитку Івано-Франківщини, Ради з туризму Карпатського регіону та Івано-Франківської обласної ради підтримана Фондом сприяння місцевому самоврядуванню України за результатами Всеукраїнського конкурсу проектів та програм розвитку місцевого самоврядування у 2005 році й Івано-Франківською облдержадміністрацією та покладена в основу розробки Стратегії

економічного і соціального розвитку територій області до 2015 року, а саме її стратегічного напрямку „Розвиток туристично-рекреаційного комплексу”, формування якої передбачено розпорядженням обласної державної адміністрації від 21.09.2006 №551/111-р на виконання Постанови Кабінету Міністрів України від 21.07.2006 року №1001. [10, с.99]

Розвитку туризму на Прикарпатті сприяє Програма розвитку туризму в області. Згідно з документами Гаазької конференції про пріоритетний розвиток внутрішнього (національного) туризму та з урахуванням його великого виховного потенціалу і можливостей у формуванні особистості громадянина, поліпшенні організації активного відпочинку населення, в тому числі дітей та молоді, першочергове значення надаватиметься розвитку екскурсійної справи, маршрутно-пізнавальному та спортивно-оздоровчому туризмові. З цією метою передбачається туристичний маршрут по Дністру "Блакитна дорога" з оглядом Дністровського каньйону та замків у Галичі, в селах Маринополі, Раківці та селищі Чернелиці, розроблено мережу туристично-екскурсійних маршрутів по місцях, пов'язаних з національно-визвольною боротьбою на території області: "На батьківщину Д.Вітовського", "На батьківщину С.Бандери", "Родинне гніздо Шухевичів", "Слідами Б.Лепкого на Прикарпатті", "Шляхами О.Довбуша". Планується також відновити туристичні маршрути "Карпатський автобусний" і "Прикарпатське кільце", відновити роботу обласного, Калуського та Коломийського туристичних клубів, створити їх в інших районах, провести експедицію з вивчення печер області і включити їх у державний реєстр та перелік об'єктів тощо. У таблиці 2.2 наведено дані по динаміці кількості туристів у період з 2008 по 2011 роки.

Таблиця 2.2.

Динаміка кількості туристів за період 2008-2011 роки (тис. осіб):

Назва показника	2008	2009	2010	2011
Кількість обслужених туристів	56,3	147,6	318,2	581,3
в тому числі: іноземні туристи (в'їзний туризм)	2,3	8,7	29,8	58,3
громадяни України, що виїжджали за кордон (виїзний туризм)	3,1	5,1	12,8	20,7
туристи, охоплені внутрішнім туризмом (внутрішній туризм)	50,9	133,8	275,6	502,3
Кількість обслужених екскурсантів	37,5	43,4	49,6	56,4

Подальший розвиток міжнародного туризму служитиме одним із дієвих засобів виходу з економічної кризи за рахунок активного залучення іноземних туристів та збільшення валютних надходжень до місцевого бюджету. Для цього будуть збудовані гірськолижні підйомники з відповідною інфраструктурою (басейни, тенісні корти), розроблено мережу туристичних маршрутів для іноземних фірм. В перспективі створення маршрутів для любителів подорожувати на гірських велосипедах або на гуцульських кониках. Передбачається також побудова туристичного комплексу "Скелі Довбуша" в с. Бубнище Долинського району та реконструкція карпатських вузькоколієк (проект "Карпатський трамвай"). У таблиці 2.3 наведено дані по динаміці відвідувань Прикарпаття туристами з за кордону.

В плані санаторно-курортної діяльності намічається підготувати проект щодо надання статусу курорту населеним пунктам області: Мізуневі, Мисливці, Татарову, Шешорам та Яблуниці, організувати поглиблене

вивчення мінеральних вод на Прикарпатті з метою визначення їх придатності для санаторного лікування.

Таблиця 2.3.

Динаміка відвідувань туристами з-за кордону, осіб:

Назва країни	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Польща	505	687	838	959
Італія	137	960	1021	1128
Австрія	55	84	102	117
Великобританія	48	100	153	211
Туреччина	68	75	91	89
Німеччина	250	683	834	948
Угорщина	50	75	86	79
Чехія	62	289	354	402
Румунія	46	31	35	43
Країни Прибалтики	32	65	78	80
Інші країни Європи	482	471	496	509
Росія	82	1666	2423	3189
Молдова	43	919	1620	2014
Інші держави СНД	62	144	198	230
Канада	76	333	512	634
США	71	595	834	1012
Китай	10	367	416	456
Інші країни світу	117	1156	1096	1183
Разом	2196	8700	11187	13283

Реалізація програми націлена на те, щоб збільшити прийом іноземних туристів щонайменше у три рази, а кількість вітчизняних туристів та екскурсантів, які перебувають і відпочивають на Прикарпатті, у чотири рази.

Туристичні послуги в Івано-Франківській області надають 73 туристичні підприємства. Сервіс, прийнятний для західних туристів, на рівні класу "три зірки" забезпечують готелі "Аускопрут" та „Надія” в м. Івано-Франківську, база відпочинку "Карпати" в м. Яремчі, пансіонат "Карпатські зорі" фірми "Спорт-тур" в м. Косові, профілакторій "Яремча" в м. Яремчі, санаторій-профілакторій "Джерело Прикарпаття" в с. Новий Мізунь.

Вже створені маршрути та розвивається необхідна матеріальна база для любителів подорожувати на гірських велосипедах та на гуцульських конях. За перше півріччя 2005 р. Івано-Франківську область відвідало на 35% більше туристів, ніж торік у зазначений період. Особливо відчутний цей ріст за рахунок внутрішніх, українських туристів, у порівнянні з минулим роком їх прибуло в область більше на 44%.

Існуюча база рекреаційних закладів усіх форм власності (119 одиниць на 12,5 тисячі місць) дає можливість нарощувати лікувально-оздоровчі, туристичні, спортивні послуги, в тому числі й для іноземних туристів.

Все більш популярним у світі нині стає сільський зелений туризм. Цей, давно відомий як сільським господарям, так і відпочиваючим вид туризму відроджується у нас на нових засадах. Сьогодні понад 200 сільських господарів готові прийняти гостей у своїх садибах. Туристів приваблює до них зручна система поселення, сучасне обладнання приватних пансіонатів, близькість до природи, співвідношення „ціна” - „якість послуг”, гостинність та домашня атмосфера при організації відпочинку, а окрім того, чудові страви національної кухні. Найпопулярнішими є Косівщина, Верховинщина, Яремчанщина та Рожнятівщина [35, с.116].

Перспективи розвитку сільського відпочинку у Карпатському регіоні виглядають потенційно сприятливими з огляду на наявність значних рекреаційних ресурсів. Зокрема, розквіт сільського відпочинку має

відбуватися при активній співпраці з рекреаційними природно-заповідними установами регіону. Адже одним з видів використання територій та об'єктів природно-заповідного фонду України, відповідно до ст. 9 Закону України "Про природно-заповідний фонд України", за умови дотримання природоохоронного режиму, встановленого цим Законом та іншими актами законодавства України, є використання їх в оздоровчих та інших рекреаційних цілях. У цьому плані Карпатський регіон володіє потужними природно-рекреаційними можливостями, наприклад, широко відомими Карпатським і "Східні Карпати" біосферними заповідниками, Карпатським, "Гуцульщина", Вижницьким, Яворівським національними природними парками.

Здійсненням держаної політики в галузі розвитку туристичної сфери у Івано-Франківській області за цим слідкує обласна державна адміністрація, в складі якої сформовано спеціалізований структурний підрозділ – Головне управління туризму і культури.

Основні завдання управління:

- Забезпечення виконання в Івано-Франківській області державної політики у сфері туризму і культури, з проблем охорони культурного спадку, національної музейної політики.

- Реалізація відповідно до законодавства державного управління і контролю у роботі музейному, клубному та бібліотечному ділі.

- Забезпечення виконання прав громадян на волю літературної та художньої творчості, безперешкодного розвитку культурно-мистецьких процесів, забезпечення доступності усіх видів культурних обслуговувань і культурної практики для кожного громадянина [8, с.173].

- Розробку та реалізацію заходів стосовно забезпечення умов для відновлення та піднесення культури української нації, культурної самобутності національних меншин, які проживають в області.

- Сприяння захисту прав і законних інтересів вітчизняних творчих робітників та їх товариств, а також підприємств, організацій і установ культурно-мистецької сфери, що діють в області.

- Створення умов для піднесення соціальної та ринкової інфраструктури у галузі туризму і культури, організації її матеріально-технічного забезпечення.

- Координація діяльності відповідних керівництв та відділень районних державних адміністрацій та туристичних підприємств всіх форм власності, виконавчих комітетів.

- Надання туристичних обслуговувань та забезпечення контролювання за їх високоякісним виконанням.

- Залучення громадян до доцільного використання вільного часу, ознайомлення з історико-культурним спадком, спілка оздоровлення населення.

- Становлення туризму як високорентабельної сфери, доцільне використання та збереження туристичних ресурсів.

В області підготовлено ряд інвестиційних проектів у сфері туризму, зокрема:

- побудування центру міжнародного туризму в районі Яблуниці-Ворохти з розвиненою інфраструктурою, винятково для зимового відпочинку;

- будівництво туркомплексу "Скелі Довбуша" в с. Бубнище Долинського району;

- перебудова існуючих установ з ціллю підвищення комфортності;

- відновлення обсерваторії на г. Піп-Іван з дальшим використанням її як станції багатофункціонального призначення з туристичним притулком;

- побудування автодороги Верховина-Шибене з утворенням точки переходу на кордоні з Румунією;

- ідея „Карпатський трамвай” (вжиток лісорозробних вузькоколіїних шляхів з туристичною метою) [24, с.164].

У 2010 р. було залучено програму піднесення туризму в Івано-Франківській області на 2010 - 2015 рр. Головні пункти цього завдання:

1. Удосконалення системи державного регулювання туризму.
2. Розвиток матеріальної бази та туристичної інфраструктури.
3. Використання рекреаційних ресурсів та культурної спадщини для розвитку туризму.
4. Кадрове та науково-методичне забезпечення туристичної галузі.
5. Удосконалення рекламно-інформаційної діяльності у туристичній галузі.
6. Нормативно-правове забезпечення реалізації програми.
7. Розвиток сільського зеленого туризму.
8. Розширення мережі туристично-екскурсійних маршрутів.
9. Безпека туристів

Корисне транспортне розташування Івано-Франківська, практичні автошляхи, що з'єднують його з іншими обласними центрами, близькість до найвищої частини українських Карпат – Чорногори розширяє можливості по залученню туристів і відпочиваючих в цю область [18, с.198].

Великий історико-культурний потенціал без сумніву буде привабливий як жителям України, так і іноземцям. Виняткову увагу слід повернути на потомків переселенців з Прикарпаття в країни Західної Європи та Америки. Особливими є етнографічні особливості Гуцульщини, передумовою росту міграції і туризму трудових ресурсів, оскільки обидва райони є сільськими, в яких зосередженні важливі трудові ресурси.

Зріст кількості туристичних підприємств показує позитивні зрушення у піднесенні туризму у регіоні протягом останніх років. Київські туристичні підприємства завзято реалізують тури на Івано-Франківщину, зокрема в Косівському та Коломийському районах. Це такі підприємства: «Галопом по Європах», «УКРФЕРРІ ТУР», «Авант», «Автотакс – 2002» та «Либідь – Київ» [9, с.194=3].

Для дальшого розвитку туризму та трансформації Івано-Франківська на важливий туристичний регіон потрібно виконати ряд таких завдань:

- сформувати матеріальну основу через притягнення бюджетних коштів передбачених державною і регіональною програмами розвитку туризму, розроблення інвестиційних задумів з залученням українських та іноземних грошей. Рівень обслуговування один з головних задач у цьому напрямі. Варто забезпечити місця відпочинку надійним електронним, телефонним зв'язком, радіо, телебаченням та іншими способами комунікації;

- сформувати і удосконалити туристичну інфраструктуру; розширити і збагачувати сільський, зелений, екотуризм опиратися на заохочення приватного володіння;

- велике висвітлення туристичних властивостей регіону через рекламно-інформаційну діяльність;

- оновити туристичні дитячі табори та кемпінги, мотелі для родинного відпочинку. Розроблення індивідуальних туристичних заходів;

- збереження та реставрація пам'яток історії;

- розширення і покращення дорожньої мережі, яка б забезпечила безпечний зв'язок з санаторно-лікувальними, туристичними та оздоровчими установами, об'єктами галузі обслуговування, розгалужена транспортна мережа підтримуватиме розширення рекреаційно-туристичної сфери в регіоні.

Реалізація цих завдань, економічна стабільність у державі поможуть успішному розвитку туризму в Івано-Франківській області.

2.3 Міжнародний досвід рішення глобальних проблем, шляхом розвитку міжнародного туризму

Глобалізаційні метаморфози, а також заклики, що постали перед країнами, які перебувають у ході розбудови особистої соціально-економічної ідентичності, приділили принципову роль питанням про формулювання результативних моделей розвитку тих секторів національної економіки, які є «потенційними генераторами» росту «нової економіки» [1, с.172]. Перший вектор глобалізаційних перемін полягає у напрямку від достатньо капіталомісткої та маломобільної індустріальної економіки до гнучкої і динамічної індустрії сервісів. Поряд з цим має місце зміщення акцентів з пріоритетності матеріальної бази виробничих заходів і систем в поверхню зростання вагомості людського капіталу, що визначає суттєві секторальні зміни, актуалізуючи проблему розросту такого важливого сектору економіки, як туризм.

Теперішня промисловість туризму – є однією з доходних і динамічних галузей світового господарства та регіонального піднесення економіки. Частина туризму становить 10% світового валового національного продукту, 7% загального об'єму інвестицій, 11% споживчих розходів, 5% усіх податкових надходжень і третину світової торгівлі обслуговуванням.

За показниками Всесвітньої туристичної організації (ВТО) у 2010 р. кількість міжнародних прибуттів в Україні становила 898 млн, що на 6% більше ніж у 2009 р. У 2011 р. швидкість зросту міжнародного туризму прискорилися, перебивши показники 2010р. (5,4%) та 2009 р. (5,5%). Після стагнації 2008–2009 рр. туризм четвертий рік поспіль переганяє довготерміновий прогноз ВТО 1995 р. щодо щорічного збільшення на 4,1%. Підсумки 2011 р. є доводом цього прогнозу, яким передбачалося, що у 2012 р. рівень міжнародних прибуттів добуде 800 млн, 2010 р. – 1,1 млрд, а 2020 р. – 1,6 млрд . Наведені вище показники підтверджують, що ця сфера економічної діяльності здатна виконувати генеруюче та інтегруюче значення

відносно розважливої динаміки кількісних і якісних економічних показників розвитку галузей інших галузей економіки [11, с.103].

Трансформація туризму в суспільно багатозначний соціально-економічний феномен, глобалізаційні заходи актуалізують питання досліджування вдалої практики країн, де ця сфера активно розгортається і є однією з провідних експортних статей економіки. Вживання позитивних здобутків сприятиме адаптації туристичної сфери до європейських шаблонів, включенню її до світових туристичних потоків, а також забезпечить імплементацію вдалих моделей туризму в реалії вітчизняного діла; орієнтацію державної політики на комплексний ріст регіонів і туристичних центрів з урахуванням соціально-економічних зацікавлень їх мешканців, збереження та віднова природного середовища та історико-культурного спадку.

Вжиток позитивних здобутків розвитку туризму підтримуватиме адаптації вітчизняної туристичної сфери до європейських стандартів, включенню її до світових туристичних потоків, а також забезпечить орієнтацію державної політики на комплексний ріст регіонів і туристичних центрів. Вивчення туризму набирає усе більшої гостроти й актуальності і є об'єктом наукових досліджень вітчизняних науковців А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, І.М. Школи, Л.М.Шульгіної, В.І. Чужикова та ін.

Вагомим аспектом при сформуванні національного макету розвитку туризму є дослідження світового досвіду країн, в яких політика стосовно туризму є вдалою і цілеспрямована на забезпечення високого щабля конкурентоспроможності національного туристичного матеріалу.

Селекція альтернатив відносно обґрунтування національного макету розвитку туристичної галузі може мати місце лише в руслі визначення того, що і як налаштовувати, і на рішення яких пріоритетних задач варто направити зусилля. У даному контексті первісним є формулювання суті поняття «модель туризму» [28, с.193].

Теоретичні шукання стосовно його вагомого наповнення дають підґрунтя твердити, що в основному науковці бажають оцінити соціально-економічні та політико-правові процеси, що мають місце у цій сфері, сформулювати специфіку та прикмети, які виділяють національний туризм від туризму інших країн. Утім нами не визначені наукові точки зору, які б давали точну характеристику даного поняття. Найчастіше розглядом «моделі туризму» – є узагальнення економічних показників його розвитку, географічне ранжирування країни та її дестинацій. Певна річ, це вагомий аспект вивчення, тому що кількісні індикатори дають право визначити ступінь розвитку туризму, інвестиційну привабливість окремої дестинації. Вони є засадами для розвитку міжнародного співробітництва та залучення вітчизняних туристичних фірм в плани туристичних маршрутів. Таким чином, на підставі вище сказаного, «модель туризму» варто розкривати з двох взаємопов'язаних позицій. По-перше, це полегшена схема сприйняття подій і процесів, що допускає здійснити моніторинг руху турпродуктів за усіма складовими інфраструктури туризму (галузями, сферами) та встановити фактори, що позначаються на його розвитку. По-друге, це конструкція, яка забезпечує притягнення в економічний процес усіх структурних частин туризму.

З погляду на відношення процесу визначення моделей туризму з дією впливу чинників макросередовища, передумовою формування моделі туризму є розгляд критичних сфер стосовно його розвитку. Наукова закономірність пов'язана теж з тим, що модель – це динамічна система, яка відображує ситуацію не в статиці, а в розвитку. Іншими словами, якщо змінюється будь-який чинник, це відбивається на загальній оцінці та, відповідно, позначається на моделі. Для визначення впливу чинників макросередовища використано один із методів стратегічного аналізу – моделювання сценаріїв розвитку подій стану макросередовища в Україні [19, с.155].

Методично вивчення ґрунтувалося на моделюванні оптимістичного, песимістичного і найбільш сподіваного сценаріїв розвитку подій макросередовища стосовно інтенсивності впливу чинників на піднесення туризму. На підґрунті отриманих результатів, встановлено щабель впливу проаналізованих чинників та з'ясовано, що гострими галузями впливу на розвиток туризму України є технологічна, економічна і соціокультурна, того що розбіжність між сценаріями в них є максимальною. Отримані результати сумарні, адже візуалізація моделі дозволяє дійти умовиводу про стійкість моделей. Хоча б, в Україні економічні, політико-правові та соціокультурні чинники не обумовлюють формування належних умов для тривалого розвитку туризму, і їх варто інтерпретувати як прояв обмежуючих чинників.

В Україні немає грандіозних інвестицій через відсутність продуктивного механізму сприяння інвестиції коштів в розбудову туристичної інфраструктури, висотний ступінь окладів, ускладненість та бюрократизованість процедури погодження інвестиційних проектів. Стримуючими чинниками так само є недостатня місткість платної внутрішньої потреби, мізерні порівнюючи з європейськими країнами обсяги в'їзного туризму. Незважаючи на високу туристичну здатність України гальмується як дальше планування виробництва сучасних туристичних зон, так і можливість залучення великих інвестицій. Дестабілізація, що зростає, в соціальній галузі, теж негативно впливає на піднесення туризму в Україні.

В умовах глобалізації вагомим для формулювання моделей розвитку туризму є вживання досвіду європейських країн. З погляду на цей аспект для розвитку туризму України важливим є дослідження досвіду Польщі, адже соціально-економічні умови розвитку туризму в даних країнах досить подібні. Зокрема, дуже корисний є досвід розвитку соціального туризму, котрий як вид туризму є потрібною передумовою збільшення внутрішнього туризму в контексті зміни його співвідношення із виїзним туризмом.

Спостерігаючи за успішною практикою реалізації моделі соціального туризму в Польщі, визначення національної моделі соціального туризму є

однією з далекосяжних і в Україні, тому що помагає стимулюванню внутрішнього (ендогенного) розвитку регіонів на засадах використання локальних умов і ресурсів. Передумовою вирівнювання деформації в будові туристичних потоків Польщі став «Пакт про підприємство» (1993 р.), в котрому були визначені прийоми та шляхи вживання соціального фонду фірм. Зокрема, в економічно вдалих фірмах Польщі почали користуватися системою відпускних чеків, котра була каталізатором розвитку соціального туризму у Франції. Запровадження даної системи спричинило збільшення попиту на туристичні послуги, коефіцієнта навантаження туристичних баз, санаторіїв та будинків відпочинку і, відповідно, істотне зростання прибутків від внутрішнього туризму.

У європейських країнах, як правило, співвідношення кількості туристів, які подорожують в середині країни і тих, які виїжджають в інші країни, в середньому 4:1, а відповідно з дальшим передбаченням 5-6:1. З урахуванням даного дослідження валовий об'єм споживання туристичних сервісів, котрий забезпечений внутрішнім і виїзним видами туризму в Україні та Польщі.

З 2010 р. фактично досягнуто співвідношення між будовою цих видів туризму – 1:1. За передбаченнями науковців до 2010 р. буде здобуто співвідношення 2-2,5:1. Зміщення суті туризму в бік соціальної складової є цінним для України, позаяк однією з головних тенденцій, що визначають задуми включення національного туризму до глобальних конфігурацій світового туристичного ринку, є соціальна складова моделі туризму [2, с.74].

Отже, стримуючими чинниками стосовно розвитку туризму є недосконалість та суперечність нормативно-правової бази міжрегіональної та прикордонної співпраці; обмеженість доступу українських туристичних фірм до коштів програми сприяння прикордонного співробітництва ЄС (PHARE, TACIS, INTERREG), складність координування та інспектування інвестиційних потоків. З погляду на це, засадою для імплементації вдалих моделей розвитку туризму є: рішення екологічних та соціальних питань;

запровадження проектів з покращання прикордонної і транспортної інфраструктури; розбудова туристичної інфраструктури, розріст інвестиційних відносин і таке інше.

Формування та визначення пріоритетних національних моделей туризму в нинішніх геополітичних та гео економічних умовах має чимале значення для соціально-економічного розвитку України як підвалини раціонального формування та ефективного здійснення її туристичного потенціалу.

Висновки до 2-го розділу:

Міжнародна торгівля туристичними послугами завдяки потужному мультиплікативному ефекту сприяє розширенню зайнятості: в індустрії туризму зайнято майже 10,5 % від загальносвітової чисельності зайнятих і, за даними ВТО, на кожне робоче місце, створене в цій сфері, припадає від 5 до 9 робочих місць в інших галузях економіки [6, с.194].

Отож, стримуючими чинниками стосовно розвитку туризму є недосконалість та суперечність нормативно-правової бази міжрегіональної та прикордонної співпраці; обмеженість доступу українських туристичних фірм до коштів програми сприяння прикордонного співробітництва ЄС (PHARE, TACIS, INTERREG), складність координування та інспектування інвестиційних потоків. З погляду на це, засадою для імплементації вдалих моделей розвитку туризму є: рішення екологічних та соціальних питань; запровадження проектів з покращання прикордонної і транспортної інфраструктури; розбудова туристичної інфраструктури, розріст інвестиційних відносин і таке інше.

Формування та визначення пріоритетних національних моделей туризму в нинішніх геополітичних та гео економічних умовах має чимале значення для соціально-економічного розвитку України як підвалини раціонального формування та ефективного здійснення її туристичного потенціалу.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ І НАПРЯМКИ РОЗВ'ЯЗАННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ СУЧАСНОСТІ

3.1 Напрямки розв'язання глобальних проблем шляхом кластеризації міжнародного туризму

Кластер – це такий продукт співпраці підприємств туристичної індустрії з усіма іншими видами бізнесу, який пов'язаний з їх обслуговуванням. Наприклад в туризмі це туристичні компанії, готелі, заклади громадського харчування, заклади освіти, транспортне сполучення, розважальні комплекси, виробництво сувенірів, тощо.

На думку науковців, кластером слід вважати групу географічно-взаємозалежних підприємств, асоційованих інститутів у певній галузі, які мають спільні цілі і доповнюють одне одного.

Створення кластеру дозволяє успішніше конкурувати, як на міжнародному, так і на регіональному туристичних ринках. Туристичний кластер – це нові можливості, додатковий плацдарм для створення нових бізнес-проектів і розвитку існуючих, проведення спільних акцій, виставок, а також розробки нових стратегій просування певного регіону завдяки туристичній індустрії.

Кластер у туризмі може бути утворений як у межах окремих районів, так і цілого регіону загалом. Змушені відмітити, що, через неналежний якісний рівень послуг, що спричинено у більшості випадків не відсутністю знань у директорів і менеджерів підприємств туристичної індустрії, а відсутністю комплексного бачення перспективного розвитку тих чи інших проектів туристичної справи, привабливість туристичних фірм стає значно меншою [4, с.293].

У туристичній сфері створення кластерів докола так званих «кореневих центрів», дестинацій, які виставляють на продаж туристичні заклади, створюючи турпродукт, допоможе наблизитись до стратегії

системного розвитку туристичної індустрії у регіоні. До таких центрів можна віднести: пам'ятки архітектури, різні події: палаци та замки, гірські вершини, озера, фестивалі, мінеральні та термальні джерела та інше, природні та рекреаційні ресурси [3, с.188].

Важливим фактором, що сприятиме зародженню туристичного кластеру, може постати ідея, щодо співпраці на місцевому рівні, щоб мати можливість конкурувати на більш глобальнішому ринку.

Туристичні фірми, на ринку виступають так званими операторами, продаючи свою продукцію, вони перекуповують інші види послуг, що функціонують в туристичній індустрії: готельного та ресторанного, перевезень, торгівлі, розважального та інших. Тому, вони мають спілкуватися між собою, не тільки створюючи і укладаючи нові угоди, але й під час нарад, конференцій, семінарів, через створення різноманітних професійних клубів та асоціацій. Адже, усі ці представники вищезазначених видів бізнесу і створюють туристичний кластер. Відомо, що конкуренція у боротьбі за місце на ринку і за клієнта, завжди перемагають такі об'єднання зусиль, які пропонують більшу кількість пропозицій, високоякісний рівень, а також знижені ціни. У боротьбі за глобального споживача, в конкурентній системі туристичних дестинацій не може бути одноосібної гри, тут зазвичай потрібні об'єднані зусилля.

Ініціативність створення туристичного кластеру може належати представникам органів державної влади, місцевого самоврядування, а також і бізнесу. Свої зусилля органи влади зазвичай спрямовують не на підтримку деяких окремих підприємств і галузей, незважаючи на вагомість їх внеску в економіку того чи іншого регіону, а на створення відповідних умов для розвитку кластерів та розвитку взаємовідносин у ньому.

Туризм має свою певну специфіку. Турист, може вільно обирати будь-яку країну чи то регіон, незалежно від того чи це місцевий житель чи приїзжий, і він зазвичай хоче знати про умови відпочинку чи сам регіон заздалегідь.

Турист належно оцінює не тільки роботу самої фірми, яка забезпечує його у послугах, а перш за все, він оцінює той чи інший регіон, про який він не скоро забуде, згадуючи його з позитивно або негативно боку.

Турист, прагне якомога швидко і без проблем придбати будь-яку послугу, і вибір цих послуг має бути не малим, адекватні ціни, а також бездоганно працюючу систему обслуговування. Він потребує повагу, увагу, безпеку і комфорт, а головне – отримати ті самі надзвичайні і незабутні враження, заради яких він і вибрав цей регіон. А в результаті турист отримує завищені ціни, на послуги низької якості, та непрофесійність з боку обслуговуючого персоналу.

Стандартним системам галузевої класифікації досить складно підпорядкувати границі туристичного кластеру. Туристичний кластер повинен складатись із сукупності галузей, що утворюють турпродукт і умови для підвищення його конкурентоспроможності. Границі туристичного кластеру можуть змінюватись у зв'язку з появою нових підприємств і галузей, зі зміною умов ринку, державного регулювання.

Отже туристичний кластер – це, в першу чергу, об'єднання різних підприємств і організацій на певній території, що частково пов'язані із наданням туристичних послуг.

Структура типового туристичного кластеру поділяється на такі основні сектори:

- сервісний сектор;
- виробництво турпослуг;
- сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластеру;
- допоміжний сектор;

Сегмент виробництва туристичних послуг включає в себе підприємства, що безпосередньо виробляють та реалізують туристичні послуги: туроператорські фірми та турагентства, заклади з оздоровлення, розміщення, харчування, перевезення, та організації дозвілля туристів.

Сервісний сектор поєднує страхові та банківсько-кредитні установи, наукові установи, навчальні заклади туристичної сфери, лізингові компанії а також бізнес-центри.

Допоміжний сектор, включає в себе, по-перше – різноманітні підприємства з виготовлення сувенірів, різноманітного туристичного спорядження, а також деяких специфічних товарів які характерні тому чи іншому регіону, по-друге – поліграфічні підприємства, телерадіокомпанії, періодичні видання, картографічні фабрики, по-третє – органи державної влади, міжнародні та державні фонди і програми, агенції регіонального розвитку.

Сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластеру зв'язує між собою нові сектори і узгоджує їх діяльність. Він залучає юридично-аудиторський, логістичний, маркетинговий, та рекламно-інформаційний, відділи.

Всі вищеперераховані елементи туристичного кластеру не є обов'язковими. Склад його учасників може розширюватись в залежності від тісноти взаємин, а також рівня сформованості кластеру. Також кластер туризму може підписувати угоди про співпрацю з тією частиною компаній сервісного та допоміжного секторів, які не передбачають їх входження до кластеру [3, с.191].

Процес трансформації економіки в Україні, її прагнення перейти до ринкових відношень, акцентують пошук нових форм виробництва і виробничих процесів. Теорія економіки і практика нагромадили достатній об'єм аналітичного матеріалу, моделей розвитку, пропозицій, тощо, осмислення та запровадження яких може допомогти нашій країні здолати труднощі сьогодення, такі як бідність і безробіття, і прискорити її господарський розвиток. До позитивних здобутків економічного досвіду слід віднести практику створення територіальних виробничих об'єднань, які отримали назву “кластер”.

Слід зазначити, що кластер виступає добровільним об'єднанням вже наявних суб'єктів на ринку, яке не регламентується ні кількісними, і ні якісними показниками. Ціль його створення – підвищити конкурентність на різних сегментах ринку їхньої продукції чи послуг. Економічна кластеризація сприяє налагодженню взаєморозуміння між державними і бізнесовими колами при вирішенні певних економічних проблем будь-якого регіону.

Зрозуміло, що за своїм походженням кластер є моделлю територіальної організації продуктивних сил суспільства, придатною більшим чином сприяти розповсюдженню світогляду на ринку і відповідати певним господарським реаліям сьогодення в Україні.

Вперше кластеризація туристичної галузі в Україні відбулася, в 2001 році, коли після тягучих маркетингових досліджень в галузі туризму Чернігівщини, було вперше впроваджено туристичний кластер під назвою “Кам’янець”. Його завданням було утворити відчутну конкуренцію у сфері туризму, а також трансформації цієї території на сучасний центр туризму, координація і ініціювання певних проектів розвитку туристичної галузі в регіоні. [9, с.203].

Туристична індустрія нашої держави належить до привабливих сфер застосування технологій кластеру . Україна володіє високо-потужним туристичним запасом, а проблеми розвитку галузі знаходяться швидше у площині психологічній, ніж матеріально-технічній. Саме тому виробництво національної туристичної продукції слід досліджувати як пріоритетний, якщо і не єдиний курс розвитку української індустрії туризму. Як показує світовий досвід, туризм – надприбутковий і повноправний сегмент на ринку економіки. При щонайменших інвестиційних надходженнях туристична галузь здатна забезпечити їх максимальну віддачу.

Дослідження науковців та вчених маркетингологів у туризмі, дозволяє сказати, що:

- економіка України і її туристичні підприємства готові до сприйняття кластерних технологій;

- кластер виступає однією із привабливих моделей, тому що поєднує суб'єкти економічної діяльності на добровільних і взаємовигідних засадах, що дозволяє їм впевнено і з успіхом вести конкуренцію у туристичних сферах усіх рівнів;
- забезпечення інформаційно-рекламною діяльністю кластеру відноситься до пріоритетних спрямувань його ж розвитку;
- кластеризація технологій помагає налагодити взаєморозуміння між бізнесовими та державними колами;
- кластерні підприємства у туристичній індустрії служать “прозорості” інвестиційних надходжень і приводить до оптимізації їх вжитку;
- кластеризація туристичної справи, при пропорційній організації, даватиме імпульс для розвитку інших виробництв, а освітні заклади що включені в науково-освітній блок, здатні забезпечити вимоги туристичних кластерів у кваліфікованих кадрах, які можуть відповідати за стратегію розвитку і маркетингові дослідження новоутвореного туристичного кластера;
- Індустрія туризму – приваблива галузь для капіталовкладення інвестицій, які даватимуть більшу віддачу за умови існування кластерів як на державному, так і регіональному рівнях.

Роблячи висновки з вищесказаного, слід зазначити, що туристичний кластер – це одна із форм організації продуктивних сил всіх учасників даної моделі, яка визначає створення, на основі маркетингових комунікацій у туризмі, нового туристичного продукту, що дасть їм право вдало конкурувати на ринках туристичних послуг усіх рівнів [12, с.252].

Кластерна модель організації туристичної діяльності складається з таких поетапних складових:

- заходи (проекти) по розвитку головної складової кластеру;
- заходи (проекти) по розвитку дієвої системи комунікацій а також взаємодії між підприємствами туристичної індустрії;

- заходи (проекти) що до розвитку інфраструктури кластеру (інституціональної, кадрової, інженерної);
- заходи (проекти) що до розвитку транспортної складової кластера, що відповідає за вхід на основні цільові ринки.

До обов'язків інвесторів відносять:

- досягнення завдань проекту з боку його призначення в кластері;
- забезпечення соціального ефекту, тобто сплата податків, створення робочих місць та ін.
- дотримання строків щодо реалізації даного проекту;
- досягнення економічного ефекту;

До обов'язків адміністрації входять:

- надання плацдарму для інвестування (повна документація з питань прав власності, умов користування земельною ділянкою, відомостей про існуючі комунікації, наявність ризиків);
- послідовна, та прозора система необхідних угод з органами державного самоврядування;
- система заходів щодо сприяння проектів(обов'язки по забезпеченню комунікацій, пільги на податок на землю, відсутність обтяжень).

Головними плюсами кластерної моделі організації туристичної діяльності національних підприємств є:

- знижена собівартість через загальне використання туристичних ресурсів та інфраструктури туризму, збільшення конкурентних між собою споживачів та постачальників туристичних послуг, договірної спеціалізації, розвитку кооперування,;
- збільшення економічної ефективності та конкурентоспроможності спільної діяльності сумісних у туристичний кластер підприємств у порівнянні з відокремленою діяльністю;

- стимул розвитку інновацій, розширення доступу до інновацій шляхом зростання між фірмових припливів інформації та ідей;
- покращена привабливість інвестицій регіонів;
- формування місцевого сегментованого ринку праці, який дозволяє втілювати обмін співробітниками, підвищенням їхньої кваліфікації та стажування;
- кластеризація туристичної діяльності при пропорційній організації стимулює розвиток і зростання інших виробництв;
- кластерні технології протегують налагодженню зв'язків між державними і бізнесовими колами при розв'язанні економічних проблем регіонів [1, с.105].

Що стосується досвіду створення туристичних кластерів в зарубіжних країнах, то дана проблема має досить високий рівень наукового та практичного опрацювання в Італії. Завдяки державній підтримці було створено дієвий кластер в Італії – місцева туристична система «Тразименське озеро» в Умбрії, яка об'єднує поряд із туристичними підприємствами, закладами розміщення та харчування, також торговельні організації, підприємства з виробництва товарів широкого вжитку, товарів, специфічних для даної місцевості (вино, оливкова олія).

Запровадження кластерної моделі в туризмі здійснюється і в інших країнах Західної Європи. Функціонують ряд туристичних кластерів у Шотландії, кластер туризму і відпочинку у Північній Ірландії (Велика Британія), численні кластери з організація дозвілля у Франції.

В Росії також відбуваються процеси становлення кластерної моделі в туризмі як ефективною моделі організації туристичної діяльності. Зокрема, найбільшим потенціалом, за оцінками експертів, володіє туристичний кластер міст Північно-Західного округу Росії (Великий Новгород, Псков, Вологда, Смоленськ). Іншим перспективним кластером на території Росії є туристсько-рекреаційний кластер Краснодарського краю [5, с.82].

Що стосується України, то процес впровадження кластерної моделі організації господарської діяльності знаходиться у стадії становлення. Не дивлячись на здійснення ряду заходів, спрямованих на підвищення конкурентоздатності окремих секторів економіки України та її регіонів на базі кластерної моделі, кількість діючих кластерів в Україні залишається незначною. Особливо це стосується туристичної галузі, що є перспективною в цьому відношенні.

Кластерний підхід в туристичній галузі активізує підприємництво через концентрацію діловою активності, тому сприяє створенню робочих місць, доходів, поліпшенню якості туристичних послуг, життя населення на території його запровадження. Досягається це завдяки зростанню конкурентоспроможності, можливості інтеграції інтелектуальних, природно-рекреаційних, трудових, фінансових і матеріальних ресурсів у забезпеченні якості туристичних послуг, що надаються. Об'єднання в кластери посилює роль дрібного і середнього підприємництва, дозволяє використовувати його виробничий потенціал. Діяльність туристичних кластерів також сприяє максимальному використанню інноваційних і комунікаційних технологій, підвищенню рівня кваліфікації та інтелектуального потенціалу працівників.

Підприємства туристичного бізнесу, об'єднавшись в туристичний кластер, як правило, ефективно взаємодіють з науковими закладами та органами місцевої влади для підвищення конкурентоздатності своїх туристичних послуг. Вони отримують можливість ефективніше відстоювати свої інтереси на рівні органів місцевої влади, а також брати участь у великих інвестиційних програмах.

3.2 Ефективна взаємодія міжнародних туристичних організацій в напрямку подолання глобальних явищ суспільства

Політика глобалізації, яку нав'язують світовому співтовариству транснаціональні корпорації, на сьогодні аж ніяк не вирівнює шанси різних соціальних суб'єктів (окремих індивідів, спільнот) на гармонійний розвиток, а лише закріплює та поглиблює існуючу нерівність. І лише деякі соціальні „стабілізатори”, до яких, безумовно, відноситься і туризм, пом'якшують світову конкуренцію та створюють платформу для подолання надмірних соціальних антагонізмів.

У сучасному суспільстві, що глобалізується, гуманізм має передбачати взаєморозуміння та поглиблення кооперації основних соціальних суб'єктів у розв'язанні глобальних соціально-екологічних проблем.

За цих умов розвиток туризму є реальною альтернативою тим цивілізаційним процесам, котрі збільшують напруженість у сучасному світі. Туристична діяльність, гуманізуючи відносини між народами, може протидіяти суперництву, протистоянню та недовірі, котрі продовжують існувати в сучасному світі. Туризм пом'якшує економічну поляризацію світу, створюючи робочі місця в країнах, що розвиваються, привносячи у ці держави досягнення культури, науки і техніки, поліпшуючи політичні відносини між країнами, умови для постійного спілкування великих груп представників різних культур, народів, цивілізацій.

Туризм, маючи складові соціальної взаємодії та комунікації, виконує по відношенню до інших сфер життєдіяльності суспільства здебільшого функцію комунікації, котра орієнтована передусім на встановлення відносин довіри та взаєморозуміння, стимулює взаємодію інших сфер життєдіяльності суспільства, спрямовує соціальну взаємодію в русло солідарності, створює передумови координації сумісних дій великих груп людей [16, с.439].

Сфера туризму є сферою глобальної міжособистісної комунікації, котра підготовлює, забезпечує, поширює та поглиблює взаємодію соціумів, етносів, народів, країн. Туризм виконує важливу роль мережі гуманістично орієнтованої комунікації, котра є засобом і регулятором взаємодії між суспільними організаціями, які належать до найрізноманітніших соціальних систем, гуманізуючи відносини між ними, зближуючи їхні ціннісні орієнтації, розширюючи можливості узгодження, координації їхніх сумісних дій відповідно до природних, економічних, соціальних, політичних, історичних, культурних умов кожного з них.

Ефективно та своєчасно розв'язувати нагальні проблеми розвитку людство зможе лише у тому разі, коли ці завдання не тільки глибоко усвідомлюватимуться на особистісному рівні більшістю мешканців планети, але коли це розуміння експлікуватиметься та закріплюватиметься у міжособистісній комунікації індивідів незалежно від їхнього соціального, національного, мовного, культурного статусу. Важливу роль у цьому відіграє та ще більшою мірою відіграватиме у майбутньому туристична діяльність, що не тільки органічно супроводжується та значною мірою активізує, прискорює та поглиблює процеси взаємодії, взаємовпливу, взаємопроникнення та взаємозбагачення культур як результат безпосереднього спілкування носіїв гуманітарних цінностей направляючого та приймаючого суспільств (туристів і місцевого населення); мережа туристичної комунікації вбачається медіумом глобальної синергії культур, тобто їх розвитку та вдосконалення при безумовному збереженні самобутності.

Окрім самоорганізаційних механізмів, у сфері туризму реалізуються суттєві елементи цілеспрямованої організації, в межах якої здійснюється комплекс організаційних, інформаційних, виховних, просвітницьких заходів, розроблюваних і впроваджуваних ООН через Всесвітню туристську організацію, національними туристичними адміністраціями, іншими державними та громадськими організаціями та спрямованих на вироблення

ідеології, політики та етики туристичної діяльності, формування масової „туристичної свідомості” [28, с.173].

Туристична діяльність через систему відповідних соціальних інституцій спричинює безпосередню (шляхом прямого контакту своїх представників) людиноцентровану гуманізовану комунікацію соціумів, а також їх взаємодію на основі вироблених у соціальному дискурсі гуманізованих і людиноцентрованих параметрів порядку (в тому числі й соціальних), орієнтуючи на гуманітарні цінності, соціальні програми, проекти, цілі, ідеали, та сприяє самоорганізації гуманного глобального соціуму.

Всесвітня туристська організація (ВТО), інші міжнародні організації, виробляючи механізми захисту міжнародного туристичного середовища, яке охоплює людину, природу, суспільні відносини та культуру, роблять значний внесок у гуманізацію відносин між народами. Досліджується концептуальна та організаційна діяльність ВТО по розробці та впровадженню світової туристичної політики та стратегії, програм, актів, декларацій, інших документів, таких, зокрема, як Глобальний етичний кодекс туризму, спрямованих на формування так званої “туристичної свідомості”, що оптимізує спілкування туристів з приймаючим суспільством через створення умов для найбільшого розуміння відвідувачем звичаїв, вірувань і поведінки місцевого населення та водночас утримання від наголосу на економічних, соціальних і культурних відмінностях. Така етична позиція туристів значно сприяє гуманізації відносин між народами.

Роль туристичної комунікації як передумови розв’язання невідкладних соціальних і моральних проблем сучасного світового соціуму, створення всіма членами глобального співтовариства моделей глобальної співпраці. Ці моделі мають на меті досягнення більш високого рівня соціального та екологічного розвитку, пом’якшення напруженості між регіонами планети, подолання бідності та тероризму, поляризації суспільства шляхом

інтенсифікації співтворчості соціальних суб'єктів у глобальних системах комунікації [7, с.439].

Особливого методологічного сенсу набуває соціально-філософський аналіз можливостей узгодження практичних інтенціональностей соціальних суб'єктів у розвитку їхніх здібностей, моральних і соціально орієнтованих якостей для досягнення більш високого морально-духовного стану суспільства і, відповідно, більш сприятливого екологічного балансу з природою, а також більш високого рівня економічної, технологічної, правової безпеки.

Підхід до туризму як до масового тимчасового переміщення великих груп людей в інше соціокультурне середовище відкриває можливість усвідомити його не як пересічне життєве явище, але як комплексний соціальний процес, що супроводжується формуванням нових соціальних структур та інфраструктур, а також спричинює глибокі трансформації в індивідуальній та суспільній свідомості.

Проведене дослідження розкриває важливу роль туризму в задоволенні цілого комплексу потреб людини, починаючи з базових, фізіологічних і закінчуючи пізнавальними, культурними, духовними, самореалізаційними. Завдяки туризму, людина може пізнати не тільки навколишній світ, життя та культуру інших народів, але й випробувати себе у незвичних екстремальних ситуаціях, а також більш глибоко пізнати та зрозуміти культуру свого народу, власний культурний горизонт сприйняття та розуміння світу.

Дослідження також засвідчує, що туризм є важливим чинником позитивної глобалізації сучасного соціуму, який сприяє перетворенню протистояння культур в їх діалог, збереженню природної та культурної спадщини, створює нові зони соціальної зайнятості та, за самою своєю природою, має більший, ніж інші суспільні феномени, потенціал щодо створення атмосфери взаєморозуміння та довіри між народами.

Дуже важливими для соціально-філософського аналізу є безпосередні людиновимірні контакти великої кількості людей, які здійснюються

практично по всій планеті. Такого роду контакти, які переростають у взаємодію, комунікацію, взаєморозуміння та мають наслідком довіру й солідарність, що встановлюються між народами, не можуть бути досягнуті лише через засоби масової інформації, можливі виключно за безпосереднього спілкування людей, що здійснюється під час туристичної подорожі [13, с.84].

Поглиблений аналіз сфери туризму вносить певні інновації в розуміння підвалин формування та особливостей змін світоглядних і ціннісних орієнтацій в сучасну добу, оскільки в процесі міжкультурної, міжсоціумної комунікації, спричинюваної туризмом, відбувається осмислення та переосмислення туристами життєвих цінностей, світоглядних орієнтацій та культурних горизонтів власної свідомості.

Проведене дослідження доводить, що туристична діяльність соціальних суб'єктів, котра здійснюється за сприяння туристичних організацій і державних органів, надає комунікації між народами гуманоцентрованого змісту, активізує екзистенційні виміри особистості, формує світоглядні та культурні критерії особистості, що визначальним чином впливає на встановлення атмосфери взаєморозуміння та довіри як між індивідами, так і між народами, які вони репрезентують.

Для України, як і для багатьох країн світу, туризм є стимулюючим чинником вдосконалення суспільних відносин, становлення неформальних соціальних інститутів, котрі конституюються як суттєві складові громадянського суспільства. Водночас в умовах демократичного суспільства самоорганізація соціальних інститутів „знизу” стає більш цивілізованою, все більш відповідною еталонам демократії та свободи особистості.

Таким чином, туризм, за умови його належної організації, є ефективним соціальним інститутом, який може продуктивно розв'язувати невідкладні соціальні та моральні проблеми сучасного світового співтовариства, прискорювати вироблення ним моделей, програм і стратегій глобальної співпраці у напрямку подолання бідності та породжуваного на її ґрунті тероризму, пом'якшення напруженості між регіонами планети, досягнення

якісно нового рівня суспільного розвитку [16, с.284].

3.3 Передовий досвід світової науки у розв'язанні глобальних проблем людства

Ситуація, що склалася в туристичній сфері останнім часом, вимагає активного пошуку засобів подолання кризових явищ та інтенсифікації виробництва туристичного продукту, із забезпеченням необхідної його якості.

Проблеми, які можна спостерігати сьогодні в галузі туризму України, є наслідком того економічного минулого, яке залишилося нашій державі після розпаду СРСР. Тому ці явища є досить глибинними, а їх розв'язання потребує комплексного та продуманого підходу. Зрозуміло, що цим на державному рівні займаються спеціально створені урядові та неурядові організації. На мою ж думку, слід наголосити на тих факторах, які призводять до тієї ситуації, що спостерігається на ринку туризму. Саме намагаючись їх змінити, і можна досягти якщо не абсолютного, то хоча б поступового часткового покращення стану туристичної галузі України [7, с.439].

Фактори, що спричиняють розвиток іноземного туризму, не адекватний природо-ресурсному, історико-архітектурному та рекреаційному потенціалові України, знаходяться як у суто внутрішній, галузевій, так і в зовнішній (переважно загальноекономічній) площинах. Основними з галузевих факторів є:

- Недостатній рівень розвинутої безпосередньо мережі та об'єктів туристичної інфраструктури, їх невідповідність світовим стандартам. Слід пам'ятати, що виробнича база галузі формувалася, в основному, за

радянських часів з орієнтацією переважно на невибагливого туриста, тому серед об'єктів інфраструктури переважають великі (порівняно з аналогічними закордонними) комплекси, із значною концентрацією місць та низьким рівнем комфортності. Потрібно також відзначити, що в Україні лише близько 10% готелів відповідають міжнародним стандартам, серед них станом на 2000 рік не було жодного п'ятизіркового, і тільки шість малих чотири зірки. Зараз ситуація починає поступово змінюватися, все ж виник перший п'ятизірковий готель в Україні. Але до стабілізації ситуації ще далеко. На щастя, усвідомлення цього як важливої проблеми галузі вже існує у державі. До 2012 року лише у Києві має з'явитися п'ять п'ятизіркових готелів, 12—15 — чотиризіркових, а також 40—50 — тризіркових, що, за ідеєю, мало б сприяти притоку туристів у столицю. Про стан українських шляхів говорити взагалі не доводиться. Одним із дійових засобів прискорення розвитку туризму в Україні є розвиток туристичної інфраструктури у мережі міжнародних транспортних коридорів (МТК). За оцінками експертів, вона має найвищий в Європі коефіцієнт транзитності (з 13 тис. км автомобільних шляхів державного значення понад 9 тис. км є магістралями, зв'язаними з МТК). У з потужним туристичним потенціалом нашої країни, цей факт може стати важливим фактором розвитку вітчизняної економіки.

- Відсутність скоординованої висококваліфікованої та грамотної системи дій з проведення туристичного продукту України на світовий ринок, яка б давала відчутні результати. Проблеми виникають насамперед з рекламою вітчизняних курортів.

- Технологічна відсталість галузі. В Україні практично не застосовуються туристичні технології, які в розвинутих країнах набули ознак повсякденної ужитковості: електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів і туристичних фірм з переліком і вартістю послуг, які ними надаються; у світі практично всі довідники з туризму випускаються в електронному , а більшість – у Internet-форматах, що дає їх користувачам

можливість бронювати місця в готелях і на транспортні у режимі реального часу – “on-line”). Останнім часом в галузі інформаційних технологій України спостерігається значне поживлення. Тому слід також активно використовувати цю можливість для наближення до виходу на світовий рівень обслуговування клієнтів [30, с.188].

- Низький рівень обслуговування, зумовлений загальною кваліфікацією працівників галузі. На сьогодні в Україні практично відсутні відповідна система в галузі туризму для підготовки і перепідготовки кадрів, а також чіткі та адекватні світовим стандартам кваліфікаційні вимоги; тим часом як у Росії, наприклад, яка, за прогнозами ВТО, у 2020 р. увійде до десятки найбільш відвідуваних країн світу, вже сьогодні функціонує близько 40 державних і приватних навчальних закладів підготовки кадрів для туризму). В нашій державі також поступово виникають відповідні навчальні заклади, але вони роблять лише перші кроки у цьому напрямку, не маючи відповідного досвіду.

- Відставання масштабів (навіть порівняно з середніми показниками по СНД) нормативно-правового та організаційного забезпечення туристичної діяльності, яке значною мірою пояснюється перманентною адміністративною реформою в Україні. Про останні зміни та перегляд стратегії держави в галузі туризму йтиметься нижче.

Головними зовнішніми факторами, які стримують розвиток туризму в Україні, є викликана млявістю та несподіваністю економічних реформ несприятливість існуючих умов для підприємництва взагалі та туристичного зокрема, недосконалість і навіть певна агресивність нормативно-правового поля (і в тому числі – правил і умов перетинання кордонів іноземцями) і, як наслідок, відсутність необхідних інвестицій для розвитку туризму – як внутрішніх (через тривалу економічну кризу), так і іноземних (через несприятливий інвестиційний клімат). Несприятливість бізнесового клімату спричинила той факт, що з майже 3000 українських туристичних

підприємств, які мають дійсні ліцензії на надання туристичних послуг, фактично на ринку працюють лише близько третини.

Як вже зазначалося, саме ці зовнішні та внутрішні фактори можуть бути базою, на основі якої розроблятимуться пропозиції щодо виходу галузі з кризового становища та слугувати вказівниками подальших напрямків її розвитку [15, с.152].

Якщо розглядати альтернативи, що існують сьогодні перед українським туризмом, то є лише два шляхи, тобто два сценарії подальшого перебігу подій. Саме зараз відбувається той вирішальний момент, від якого залежить майбутнє українського туризму, коли з'ясовується, чи стане туризм однією з головних статей доходу у бюджеті, як це відбувається у більшості цивілізованих країн світу, чи залишиться на тому ж рівні, на якому він існував до сьогодні. Все це визначається тими орієнтирами, що будуть закладені в політику розвитку туризму, тобто, якщо говорити доступніше, тим на кого буде спрямований наш ринок туристичних послуг. Таким чином, стоїть альтернатива: чи робити акцент на іноземного споживача чи реанімувати внутрішній туристичний процес.

Зрозуміло, що палкі суперечки, які ведуться з цього приводу, базуються на перевагах та недоліках як першого, так і другого шляху розвитку.

Якщо орієнтуватися насамперед на іноземного споживача, то це потребуватиме серйозного перегляду всієї суті самого поняття туристичної послуги як такої. Не треба втішати себе ілюзіями, що при наявності сучасного рівня комфорту на кількох туристичних об'єктах в цілій державі можна істотно змінити ситуацію. Адже іноземний турист їде в Україну насамперед за враженнями, і готовий платити за них, у державу, а не в ізольований від неї туристичний об'єкт. За оцінками фахівців, за останні 4 роки наші можливості по прийому іноземних туристів використані на 10 %, від чого ми втратили 80 % валютних надходжень. Отже, будьмо реалістами - "буму" іноземних туристів в найближчі роки очікувати не варто. Під великий

сумнів можна поставити надії на істотне поживлення процесу припливу іноземних інвестицій на туристичний ринок України.

Тобто, слід обрати, чи форсованими темпами довести рівень туристичного комфорту до міжнародних стандартів, чи поступово налагоджувати сервіс та реанімувати внутрішній туристичний процес. Зрозуміло, що така постановка питання є досить умовною, але на рівні концептуального обґрунтування програм на найближчу перспективу перевагу слід віддати другому варіанту. Звичайно, це не познає, що при цьому треба ігнорувати вигоди від міжнародного туризму. Йдеться, насамперед про те, щоб піднятися на ноги за рахунок власних споживачів, і тоді вже, маючи відповідну базу, прагнути максимізувати свої досягнення на світовому рівні [6, с.194].

Але навіть обираючи другий шлях розвитку (орієнтація на розвиток внутрішнього туристичного процесу), постаємо перед вибором, в якому саме напрямку працювати: в'їзний (регіональний) чи виїзний туризм розвивати. Так, організація поїздок за межі України - справа доволі прибуткова, і на ній заробляють гроші безліч організацій, зокрема й туристичні агенції. Але не слід забувати, що у більшості випадків – це так звані “шоп-тури”, які спричинені нестабільною економічною ситуацією в країні і тому не можуть залишатися пріоритетними надовго. Крім того, вони не є безпосередньою функцією туристичних фірм, а лише дозволяють їм отримати певний прибуток. Тим часом, у більшості держав закордонний туризм посідає якраз останнє місце. Так, у Японії з 15000 тур фірм тільки 5% організують поїздки за її межі, решта працюють на іноземний та внутрішній туризм. Тому більш доцільним, мабуть, є розвиток саме в'їзного туризму, адже він дає додаткові робочі місця та валютні надходження [15, с.232].

Та структура українського туризму, яка існує вже протягом багатьох років потребує якщо не докорінної зміни, то хоча б відповідної адаптації до сучасного становища як в країні, так і у світі. На сьогодні вона є досить своєрідною. Так, майже половина (близько 43%) належить відпочинку на

курортах та в інших рекреаційних зонах. Цю особливість доволі легко пояснити історичними обставинами, коли туризм саме всередині країни розвивався великими кроками. Звичайно, ніхто не стверджує, що це може стати негативною рисою нового українського туризму, але слід приділяти більшу увагу й іншим видам туризму. Так, розмір сільського, мисливського та інших спеціалізованих видів туризму становлять лише 9%.

Об'єктивно аналізуючи нормативно-правову регуляцію стану галузі туризму в Україні, слід відмітити, що вона активізувалася лише протягом декількох останніх років. Законодавство України про туризм складається з Конституції України, Закону України “Про туризм” (прийнятий лише 1995 р.), інших законодавчих актів України, що видаються відповідно до них, міжнародних договорів і угод, в яких бере участь Україна.

До сьогодні в Україні було досить чітко вибудовано диференційовану систему органів урядового та неурядового характеру, які фахово займалися цим питанням. Так, Законом “Про туризм” встановлено, що державна політика у галузі туризму визначається Верховною Радою України. Центральним органом державної виконавчої влади в галузі туризму був Державний комітет України по туризму (на сьогодні - ліквідовано), повноваження якого визначалися цим законом та положенням, що затверджувалося Кабінетом Міністрів України. Державний комітет України по туризму реалізував державну політику в галузі туризму і ніс відповідальність за подальший його розвиток; брав участь у підготовці проектів законодавчих та інших нормативних актів з питань туризму. Місцевими органами державної виконавчої влади в галузі туризму є відповідні структурні підрозділи у складі органів державної виконавчої влади в Автономній Республіці Крим, областях, містах Києві та Севастополі, які підпорядковані цим органам влади та Державному комітету України по туризму. Для координації діяльності міністерств і відомств України в галузі туризму створено Національну раду по туризму, яка є позавідомчим колегіальним органом [13, с.163].

Проблема, на мій погляд, полягає в іншому. При впровадженні Закону “Про туризм” його метою визначалося створення правової бази для становлення туризму як високорентабельної галузі економіки та важливого засобу культурного розвитку громадян, забезпечення зайнятості населення, збільшення валютних надходжень, захист законних прав та інтересів туристів і суб'єктів туристичної діяльності, визначення їх обов'язків і відповідальності. Як бачимо, пройшло вже понад 5 років, а ситуація в туристичній галузі реально не змінилася. Тому можна дійти до цілком логічного висновку, що вся створена система органів, видана кількість законів, розпоряджень, указів є черговою жертвою бюрократизму в нашій державі. І саме це є головною проблемою сьогодення у суспільстві. Не можна вважати, що, видавши пару законів, ситуацію можна змінити на краще. Доки не прийде усвідомлення у потребі туризму як провідної галузі економіки, ніяких змін на краще не відбудуватиметься.

Зараз все ще на стадії розробки знаходиться “ Державна програма розвитку туризму в Україні до 2012 року ”. Вона спрямована на вирішення таких існуючих в Україні проблем, як відсутність пропаганди рекреаційних можливостей країни на державному рівні та ефективної моделі інвестиційної політики в цій галузі, високі ціни на готельні послуги при їхній низькій якості, надмірний податковий тиск на туристичні підприємства, складні, порівняно із всесвітньо визнаною міжнародною практикою, візові та митні процедури і подібне. З прийняттям програми планується, що в'їзний туристичний потік зросте вже 2012 року до 9,2 млн. осіб (нині ця цифра 4,4 млн.), а кількість внутрішніх туристів — до 12 млн. (з 6,6 млн.). За попередніми підрахунками, обсяги реалізації власних послуг принесуть до українського бюджету 5,5 мільярдів гривень при загальному фінансовому обігові в галузі в розмірі 34 млрд [9, с.155].

І ще одне принципове питання. Всі плани, програми та проекти щодо розвитку туристичної індустрії повинні бути максимально зорієнтовані не тільки на створення належних умов для туристів, а й на забезпечення

високого комфорту проживання корінних жителів регіону. Іншими словами, розвиток туристичної галузі треба розглядати як фактор стабілізації місцевих ринків праці та розширення зайнятості населення.

Серед інших питань, які регулюються відповідними урядовими організаціями, є й такі, які, наприклад, розробка першочергових кроків у реалізації Основних напрямів розвитку туризму в Україні, схвалених Указом Президента України від 10.10.1999 р. постановою Кабінету Міністрів України “ Про заходи щодо подальшого розвитку туризму ” (від 29.04.1999 р.) Ряду центральних органів виконавчої влади дано доручення “ організувати облаштування мережі міжнародних транспортних коридорів об’єктами туристичної інфраструктури, залучення інвестицій та одержання кредитів для розвитку туристичної індустрії ”.

Згідно з наказом Президента України розроблений проект “ Державної програми розвитку Криму як цілорічного загальнодержавного і міжнародного курортно-рекреаційного та туристичного центру ” .

Окремо слід сказати про роботу Асоціації туризму України. Вона на сьогодні є головною ланкою в тій системі, яка була наведена вище, займає провідне місце серед урядових та неурядових організацій. Об’єднуючи організації відповідного профілю на місцях, Асоціація значно полегшує роботу, намагаючись скоординувати їх роботу. Прикладом таких організацій може бути Львівська організація розвитку туризму, Асоціація “Трускавецькурортсервіс”, Одеський регіональний центр сприяння розвитку туризму “Регіон-туризм”.

Висновки до 3-го розділу:

Трансформаційні процеси в економіці України, її намагання перейти до ринкових відносин, актуалізують пошук нових форм виробничих відносин та й самого виробництва. Економічна теорія і практика накопичили достатній обсяг аналітичного матеріалу, пропозицій, моделей розвитку тощо, осмислення та впровадження яких може допомогти нашій державі здолати труднощі сьогодення і прискорити її господарський розвиток.

До позитивних надбань економічного досвіду слід віднести практику створення територіальних виробничих об'єднань, які отримали назву “кластер”. На думку аналітиків, кластером слід вважати географічну групу взаємозалежних компаній, асоційованих інститутів у певній галузі, які пов'язані спільними цілями і доповнюють один одного.

ВИСНОВКИ

Таким чином, вивчивши і проаналізувавши основні глобальні проблеми сучасності які виникли у світі, зокрема й в Україні, а також зробивши аналіз туристичної сфери загалом можна дійти висновку, що завдяки туризму, неможливо повністю вирішити ці проблеми але більшою мірою завдяки активному пропагуванню і належному інвестуванню в туризм, їх можна уникнути. Звичайно, ця робота є далекою від висновків та думок повноцінних експертів і фахівців цієї галузі.

Отже, туризм - це саме той сектор економіки, який вартує підвищеної уваги для розвитку, тому що він може забезпечити вагомий вклад в економіку країни у вигляді нових робочих місць, підвищуючи рівень доходів населення, а також виступає джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів через сплату податків та зростання надходжень від зовнішньоекономічної діяльності.

В Україні та світі туризм може і мусить стати галуззю для створення і реалізації нових ринкових механізмів, способом повноцінного і загальнодоступного відпочинку й оздоровлення, так само як із ознайомленням з історико-культурною спадщиною та сьогоденням того чи іншого народу чи держави. Але, незалежно від рівня фахової підготовки, на сьогодення є декілька очевидних речей, які відомі мабуть, кожному громадянину нашої держави. Найважливіше з них – щоб досягти певного результату варто докласти загальні зусилля за для розв'язання тієї чи іншої проблеми. Це повинні бути не лише написані на папері думки чиновників з того приводу, якою б вони хотіли бачити туристичну галузь у майбутньому, а конкретні й відчутні кроки з їх боку. І починати слід не тільки з економічних та законодавчих нюансів. На сьогоднішній день можна говорити про деяке покращення загальної ситуації.

Індустрія туризму, хоч і поволі але все ж таки починає збільшувати свої показники. Але не слід зупинятися на досягнутому. Саме від того, якою

дорогою зараз піде розвиток галузі, залежить усе її майбутнє зокрема та майбутнє економіки, отож, і життя України в цілому.

Сучасна індустрія туризму – одна з прибуткових і динамічних галузей світового господарства та регіонального розвитку економіки. Частка туризму становить 10% світового валового національного продукту, 7% загального обсягу інвестицій, 11% споживчих витрат, 5% усіх податкових надходжень і третину світової торгівлі послугами.

Для мало розвинених країн особливе значення міжнародного туризму полягає в тому, що, по-перше, це галузь стрімкого обігу капіталу, при відносно невеликих капіталовкладеннях; по-друге, це ефективний засіб модернізації інфраструктури і, по-третє, можливість створення нових робочих місць як у державній, так і в регіональній економіці.

На мою думку на майбутнє потрібно пропагувати туризм і спорт у ті куточки світу найбільшою мірою процвітає безробіття і бідність. Яскравим прикладом цього є нещодавно проведений у ПАР чемпіонат світу з футболу, завдяки якому країна отримала шалений вклад збоку іноземних інвесторів в тамтешню економіку. Завдяки такому дійству в країні масштабно покращилася інфраструктура, зокрема збудовано надсучасні стадіони, аеропорти, дороги, вокзали тощо. До побудови цих об'єктів було залучено десятки тисяч жителів країни, таким чином знижується безробіття в країні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Власов В. Тенденції та проблеми глобальних процесів у світовій продовольчій сфері // Економіка України. – 2006. – №3. – С.75-80
2. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1 / Ред. С. В. Мочерний. – К.: Академія, 2000.
3. Мочерний С. В. Економічна теорія: Посібник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2003. – 656 с.
4. Основи економічної теорії: політекономічний аспект: Підручник / Відповідальний редактор Г. Н. Климко. – 5-те вид., випр. – К.: Знання-Прес, 2004.
5. Політекономія: Підручник / За загальною редакцією Ю.В. Ніколенка. – Київ: ЦУЛ, 2003. – 412 с.
6. Старостіна А., Каніщенко О. Суперечливі шляхи економічної глобалізації // Економіка України. – 2008. – №5. – С.58-65
7. Федоренко В.Г., Діденко О.М., Руженський М.М., Іткін О.Ф. Політична економія: Підручник / За науковою ред. доктора економ, наук, проф. В. Г. Федоренка. – К.: Алерта, 2008. – 487 с.
8. Голубєва С.Р. Основні напрямки розвитку міжнародного туризму в Україні // Менеджер. - 2005. - № 2. - С.72.
9. Гонтаржевська Л.І. Зовнішньоекономічна ДІЯЛЬНІСТЬ підприємств туристичного бізнесу в структурі світового Ринку послуг // Зб. наук. праць. Вип. 44 / Відп. ред. В.Є.Новіцькій. - К.: ІСЕМВ НАНУ, 2004. - С. 177-185.
10. Гонтаржевська Л.І. Інноваційні форми організації туристичної діяльності національних підприємств // Зб. наук. праць. Вип. 46 / Відп. ред. В.Є.Новіцькій. - К.: ІСЕМВ НАНУ, 2005. - С. 52-63.
11. Дахно І.І., Тимофіїв С.М. Країни світу: Енциклопедичний довідник. - К.: МАПА, 2005. - 600 с.
12. Державна програма розвитку туризму в Україні до 2010 року. -

Київ, 2003. - 132 с.

13. Зорін І.В., Квартальнов В.А. Енциклопедія туризму. -Москва, 2003. - 564 с.

14. Квартальнов В. Світовий туризм на порозі нового тисячоліття: реальність і екскурс у майбутнє. - М.: Фінанси і статистика, 2004. - 185 с.

15. Квартальнов В.А. Стратегічний менеджмент в туризмі: сучасний досвід управління. - Москва: Фінанси і статистика, 2003. - 320 с.

16. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. - Чернівці: Зелена Буковина, 2003. - 312 с.

17. Ковалевський Г.В., Абрамов В.В. Проблеми розвитку туризму в Україні: інтегрований підхід // Туристично-краєзнавчі Дослідження. - 2003. - Вип.2. - 76 с.

18. Козловський Є.В. Іноземній Досвід регулювання міжнародного туризму та його Використання в Україні // Економіка України. - 2004. - № 10. - С.24-27.

19. Котлер Ф., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостинність і туризм: Підручник для вузів / Пер. з англ. Під ред Р.Б. Ноздревой - М.: ЮНИТИ, 2003. - 787с.

20. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія і практика. Навч.пос. - К.: ЦУЛ, 2007. - 424 с.

21. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнеса. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 272 с.

22. Прейгер Д.К., Малярчук І.А. Міжнародний туризм в Україні Як форма розвитку інтеграційних комунікацій // Економічний часопис. - 2006. - Вип.2. - С.27.

23. Прейгер Д., Молярчук І. Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів // Економіка України. - 2001. - № 6. - С. 26-32.

24. Процвітаюча галузь // Голос України. - 2003. - 24 жовтня. - С.3.

25. Пузакова Е.П. Міжнародний туристичний бізнес. - М.: Експертне

бюро-М, 2004. - 214 с.

26. Розвиток туризму в Україні: Проблеми и перспективи: Зб. наук. ст. / Федерація профспілок України. Укр. ін-т туризму. - К.: ФПУ, 2005. - 240 с.

27. Роглев Х.Й., Мунін Г.Б. Стан та перспективи розвитку ділового туризму в Україні // Туризм: Теорія і практика. - 2005. - № 1. - С. 6-9.

28. Століття туризму і Україна // Урядовий кур'єр. - 2004. - 30 квітня.

29. Туризм в Україні: Статистичний бюлетень за 2004 рік. - К.: Державна туристична адміністрація України, 2005. - 47 с.

30. Туризм та туристичне господарство. Підручник / За ред. Чудновського А. - М.: ЕКМОС, 2003. - 400 с.

31. Федулова Л.І. Інноваційні Контури розвитку туризму // Актуальні проблеми економіки. - 2006. - № 6. - С.137-147.

32. Халяпова Е. Проблеми глобалізації в індустрії туризму. - Вип.1. - К.: Км-Трейдінг, 2004. - 207 с.

33. Хорлів П.І. Туристично-рекреаційні ресурси: Навчальна допомога. - Х.: Олді-Плюс, 2006. - 479 с.

34. <http://www.tourism.gov.ua> // Офіційний сайт ДЕРЖАВНОЇ служби туризму та відпочинку.

35. www.ukrstat.gov.ua // Офіційний сайт Комітету статистики України

36. Івченко Л.М. Інновації в туризмі. К.:2007. – с.268

37. Кабушкин Н. И. Менеджмент в туризме / Н. И. Кабушкин. – Минск: Издательство БГЭУ, 1999. – с.644

38. Кадацька Ю. А. «Релігійний туризм в Україні» Предмет «Маркетинг туризма» <http://tourism-book.com/books/book-29/chapter-1346/>.

39. 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).

40. Квартальнов В.А. Иностраный туризм /В.А.Квартальнов – М.: Финансы и статистика,1999. – с.312

41. Кифяк В.Ф. Організація туризму: Навч. посібник. – Чернівці: Книги – XXI,- 2008. – 334 с.
42. Концепція створення та функціонування національної мережі міжнародних транспортних коридорів в Україні. – Затверджено Постановою КМУ від 4 серпня 1997р.
43. Цьохла С. Ю. Стратегічні пріоритети розвитку курортно-рекреаційної сфери України / С. Ю. Цьохла // Регіональна бізнес-економіка та управління. – 2008. – № 3 (19). – 124-131с.
44. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг, К.: Альтерпрес, 2002. - 436 с.
45. Михайловський М.О., Коваль П.Ф., Алешугіна Н.О., Андреева 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.
46. Міжнародний імідж України: міфи і реалії [Електронний ресурс]. - Режим доступу http://razumkov.org.ua/additional/analitical_report_NSP3_ukr.pdf
47. Міщенко А.П. Стратегічне управління: Навч. посіб . – Київб Центр навчальної літератури,2004. – 336с.
48. Музиченко А.С. Інвестиційна діяльність в Україні. Навчальний посібник. - Київ,- 2005. - 406 с.
49. Новіков В.С. Інновації в туризмі: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів / В.С. Новіков. - М.: Видавничий центр «Академія», 2007. - 208 с.
50. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні: Навч.посіб. / Передм. В.А. Смоля. – К.: Вища шк.,- 2002. – 195 с.
51. 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

52. Остапчук В.В., Коваль П.Ф., Андреева Г.П. Історія туризму: Навч. посіб. [Текст]. - Ніжин: НДУ ім. Миколи Гоголя, 2008. - 143 с.
53. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2068-2010-%F0>
54. Офіційний сайт туристичної державної адміністрації [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/>
55. Павленко А.Ф.Маркетинг: / А.Ф.Павленко, А.В.Войчак. – К.:КНЕУ, 2003. – 246 с.
56. Павленко А.Ф. Маркетинг: навч.- метод.посіб. [для самост.вивч.дисц.] /А.Ф.Павленко. – 2-ге вид., доп. Та випр. – К.: КНЕУ, 2001. – 106с.
57. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М.Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 453 с.
58. Постанова Кабінету Міністрів України № 1132 від 17.08.2002 р. «Про утворення Наукового центру розвитку туризму» www.tourism.gov.ua
59. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів [Текст] / Під заг.ред.проф.В.К.Федорченка. - К.: Юрінком Інтер, 2002. - 640 с.
60. Професійна юридична система, словник законодавчих термінів - <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1078.14233.0>
61. Романенко І.Ф. Інновації в туризмі. К: 2005. – 235с.
62. Руденко В.П. Довідник з географії природно-рекреаційного потенціалу України [Текст] / В.П.Руденко. - К.: Вища школа, 1993.
63. Севастьянова С.А. Регіональне планування розвитку туризму й готельного господарства: навчальний посібник / С.А. Севастьянова. - М.: КНОРУС, 2007.- 250 с.
64. Смаль І.В. Основи географії рекреації і туризму [Текст] / І.В.Смаль. - Ніжин: Вид-во НДПУ імені Миколи Гоголя, 2004. - 264 с.

65. Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / Т.Г. Сокол. – К.: Грамота, 2006. – 264 с.
66. Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / Т.Г. Сокол. – К.: Музична Україна, 2002. – 256 с.
67. Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / Т.Г. Сокол. – К.: Грамота, 2004. – 327 с.
68. 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.
69. Стратегічний аналіз: навч.-метод.посіб.[для самост.вивч.дисц. / за ред. М.В.Кужельного]. – К.:КНЕУ, 2002. – 198с.
- 70.Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: [монографія]. / Т.І.Ткаченко. – К.: Київ. Нац.торг.-екон.ун-т, 2006. – 537 с.
71. Указ Президента України «Положення про Міністерство культури й туризму України» № 680 від 20.04.2005 www.tourserver.com.ua/
72. 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>
73. 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>
74. 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>

75. 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.

76. 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.