

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ

Тернопільський національний економічний університет

Факультет міжнародного бізнесу і менеджменту

Кафедра міжнародної економіки

ЛІСОВИЙ Іван Ярославович

**Організація виконання операцій міжнародної
туризму**

Спеціальність: 8.03050301 - Міжнародна економіка магістерська програма -
Міжнародний туризм

Дипломна робота за освітньо-кваліфікаційним рівнем "магістр"

Студент групи МЕМТмі-51 І.

Я. Лісовий

Науковий керівник:

к.е.н., Уніят А. В.

Дипломну роботу допущено до
захисту:

" __ " _____ 20 ____ р.

Завідувач кафедри

Є. В. Савельєв

ТЕРНОПІЛЬ -2012

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВЕДЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ.....	7
1.1 Індустрія міжнародного туризму, її економічне значення та розвиток в сучасних умовах.....	7
1.2 Класифікація операцій міжнародного туризму.....	15
1.3 Основні етапи організації операцій міжнародного туризму та система взаємовідносин.....	24
Висновки до розділу 1.....	30
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИКОНАННЯ ОПЕРАЦІЙ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ.....	32
2.1 Аналіз тенденцій в'їзного та виїзного туризму в Україні.....	32
2.2 Особливості організації міжнародного туризму в Україні.....	42
2.3 Проблеми організації виконання туристичних операцій в Україні.....	56
Висновки до розділу 2.....	75
РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИКОНАННЯ ОПЕРАЦІЙ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	76
3.1 Стандартизація як засіб удосконалення організації виконання операцій міжнародного туризму.....	76
3.2 Перспективи стандартизації туристичних операцій в Україні.....	80
ВИСНОВКИ.....	96
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	102

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Туризм є однією з провідних галузей світової економіки. За швидкі темпи росту він визнаний економічним феноменом минулого. Згідно з прогнозом Всесвітньої Туристичної Організації (ВТО) ріст туристичної індустрії буде необоротний у XXI столітті, і до 2020 року кількість міжнародних туристичних відвідувань складе 1,6 більйона одиниць.

Як відомо, дана галузь господарства є фундаментальною основою багатьох розвинених країн світу, а також країн, що розвиваються. Внесок туризму у світову економіку (валове виробництво послуг) оцінюється в 3,5 трлн. дол., що еквівалентно 10,9% світового валового внутрішнього продукту. Подорожі і туризм забезпечують понад 11% міжнародних інвестицій і приносять у скарбницю держав у виді податкових надходжень 302 млрд. дол.

Одним з найбільш динамічних секторів світового господарства є міжнародний туризм. У середині 2000-х років число учасників міжнародного туризму перевищило 550 млн. чол, а до 2015 року при збереженні сформованих за останні двадцять років середніх темпів росту, число міжнародних туристів досягне 900 млн. чоловік. Міжнародний туристський ринок почав складатися з другої половини XIX століття в епоху формування світового господарства і міжнародного ринку товарів і послуг, розвитку міжнародної торгівлі, появи нових засобів транспорту. Після другої світової війни, на базі стійкого економічного росту, поглиблення інтеграційних процесів у світовому господарстві, розширення політичного і культурного спілкування між народами, туризм перетворився в масове явище. Високі темпи росту і масовий характер туристичних подорожей, обумовлений участю в міжнародному туризмі широких соціальних груп, розвитком міжнародного співробітництва, привели до формування динамічної галузі

господарського комплексу - туристичного сектора (індустрії туризму), що поєднує різні галузі, зв'язані з наданням туристичних послуг (готельне господарство і ресторани, туристичний транспорт, рекламні й інформаційні послуги, рекреаційно-туристичні й екскурсійні послуги й ін.).

Економічне значення міжнародного туризму як джерела валютних надходжень, забезпечення зайнятості населення, активізації регіонального розвитку, фактора реструктуризації економіки в постіндустріальну епоху постійно зростає. Індустрія туризму входить у число трьох ведучих експортних галузей світового господарства, поступаючись лише нафтовидобувній промисловості й автомобілебудуванню.

Природно, що для високої ефективності туристичного бізнесу, його рентабельності і прибутковості потрібні, насамперед, компетентність і глибоке розуміння міжнародного туризму в цілому.

Щоб процвітати в туристичному бізнесі необхідно гарне знання міжнародних правових норм і правил, практики туристського менеджменту і маркетингу, кон'юнктури туристичного ринку, але, насамперед, потрібна професійна, заснована на потребах споживача туристичних послуг організація виробництва і реалізації туристичного продукту, потрібна повна і всебічна інформованість виробника туристичних послуг відносно всього того, що стосується клієнта, як споживача цих самих послуг.

Однією з областей ринкової економіки, що дає можливість з'ясувати та вирішити ці проблеми, є маркетинг.

Поворот економіки країни до ринкових відносин обумовив нинішній зліт популярності маркетингу, практичним утіленням якої є орієнтація на пріоритетне положення споживача стосовно виробника, ліквідація монополізму. Тому для ефективного функціонування в умовах ринкової економіки кожному підприємству, організації, галузі необхідно здійснювати маркетингову діяльність, розробляти маркетингову програму.

Особливо це стосується України, оскільки на сьогоднішній день туристичні послуги приносять чималий дохід державі.

Огляд літератури з теми дослідження. Операції та розвиток міжнародного туризму розглядається у працях вітчизняних та зарубіжних учених, що спеціалізуються у області міжнародного туризму в цілому, зокрема у працях Н.С. Самотій, О.Р. Бернадської, В. Кифяка, В. Г. Воронкова, О. В. Колотуха, О. Д. Король, О. О. Любіцева, М. П. Мальська, А. В. Мокляк, М. М. Покоłodна, І. М. Рожко, І. М. Філоненко, Г. В. Чернова, Н. В. Чорненька, І. М. Яковенко, Н. В. Яковенко, С. Моріарті, В. Фрайбургера, О. Шпенглер та інших. Проте питання про розвиток міжнародного туризму залишаєть відкритим для подальших досліджень.

Метою даної магістерської роботи є розкриття індустрії міжнародного туризму, класифікації та основні етапи організації операцій. Дослідження особливості організації міжнародного туризму в Україні, висвітлення проблем організації виконання операцій та організації міжнародного туризму в Україні.

В роботі також висвітлено вдосконалення організації виконання операцій міжнародного туризму, розглянуто зарубіжній досвід виконання операцій та запропоновано інноваційні форми організації туристичної діяльності українських підприємств.

Основними завданнями даної роботи є :

1. Вивчення теоретичних аспектів ведення діяльності на ринку міжнародного туризму.
2. Аналізувати організації виконання операцій міжнародного туризму.
3. Розглянути перспективи стандартизації туристичних операцій в Україні.

Об'єктом дослідження є діяльність українських туристичних підприємств на ринку міжнародного туризму.

Предметом дослідження є особливості організації виконання операцій міжнародного туризму.

Методологічна база та теоретична основа дипломної роботи.

За теоретичну основу даної роботи було взято праці, статті вітчизняних та зарубіжних вчених з досліджування міжнародного туризму. Були використані дані Всесвітньої туристичної організації, Державного комітету статистики України, законодавчі та нормативні акти, роботи туристичних підприємств, ресурси мережі інтернет, а також дані які були проаналізовані під час виконання роботи.

Під час дослідження використовувалися концепції розвитку міжнародного туризму у світі та Україні та результати досліджень туристичних організацій.

Наукова новизна:

- проведено аналіз в'їзного та виїзного туризму в Україні,
- розглянуто стандартизацію як засіб удосконалення організації виконання операцій міжнародного туризму,
- досліджено перспективи стандартизації туристичних операцій в Україні.

Практичне значення дослідження міжнародного туризму та організації виконання операцій, доводить що туризм може бути не лише чинником економічного зростання і виходу країни на світовий туристичний ринок, а й засобом усебічної інтеграції у світовий економічний простір на засадах реалізації його комунікативно-інтеграційної складової.

Апробація результатів дослідження. Основні результати дослідження доповідалися автором на третій всеукраїнській науковій web-конференції молодих вчених «Особливості розвитку регіонів України в нових економічних умовах» (Сімферополь, 01 березня 2012)

Структура дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, додатків і списку використаної літератури, що включає 89 найменувань джерел. Загальний обсяг роботи - 107 друкованих аркушів.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВЕДЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

1.1 Індустрія міжнародного туризму, її економічне значення та розвиток в сучасних умовах

Туризм відноситься до того виду діяльності людства, чия історія починається задовго до виникнення цивілізованого суспільства. У кожній історичній епісї є такі елементи діяльності людей, що, так чи інакше, попадають під категорію туризму.

Туризм у сучасному суспільстві відіграє велику роль. Значення туризму в житті людей, регіонів, держав і в міжнародному житті сьогодні не можливо переоцінити. В даний час туризм це могутня індустрія, що включає в себе різноманітні форми підприємництва, що динамічно розвивається.

Слово *tourist* з'явилося в англійській мові на початку XIX століття й у перекладі з англійського означає: той, хто робить поїздку заради власного задоволення або розширення культурного кругозору. По визначенню ООН турист - це особа, що перебуває в даній місцевості терміном більш ніж на одну ніч і менш чим на рік.

Всесвітня рада по туризму і подорожам визначає наступні характерні риси сучасного туризму [25, с.46]:

1. Це найбільша індустрія світу, що має приблизно 3,5 трлн. доларів оборотного капіталу і включає в себе такі компоненти як:

- подорожі (круїзи) - автобусом, літаком, автомобілем, залізницею;
- проживання (готелі і мотелі, конференції, виставки, зустрічі);
- харчування (ресторани, кафе, бари);
- відпочинок і дозвілля (гра, парки, розваги, атракціони).

2. Провідний виробник промислової продукції.

3. Провідний податковий платник.

4. Роботодавець 127 млн. людей, тобто приблизно кожного з 15 із усіх працюючих.

5. Галузь, яка найшвидше розвивається не тільки у Європі, але і по всьому світу.

Початок сучасного міжнародного туризму було закладено в 40-і роки XIX ст., коли англійський підприємець Т. Кук організував усередині країни кілька екскурсій і подорожей, а у 1885 р. першу закордонну поїздку в Париж на Всесвітню виставку. Після цього починаються постійні організовані подорожі англійців у Європу, а в 1868 р. - у США. У 1882 р. організація Кука влаштовує першу кругосвітню подорож. Новий бізнес почав приносити своїм власникам великі доходи, до нього стали проявляти інтерес і інші підприємці. Поступово в різних країнах утворюються туристичні компанії, що займаються організацією екскурсій і подорожей в усі частини Світу [27, с. 24].

Досягнення в області транспорту на початку XX ст. відбилися і на розвитку туризму. Для подорожей і екскурсій почали використовувати пароплави, залізниці, а потім і автомобільний транспорт.

На своїй ранній стадії закордонні подорожі були заняттям представників аристократії і буржуазії, тому що саме ці соціальні групи мали у своєму розпорядженні достатні кошти.

Складні політичні, економічні і соціальні процеси, що відбулися у світі в XX ст. (дві світові війни, революції, кризи, науково-технічний прогрес, антиколоніальний рух, "холодна війна" і т.д.), змінили суспільство. Воно стало більш розвинутим у промислових і культурних відносинах, більш мобільним, демократичним. Туризм став масовим, демократичним, розрахованим на різні інтереси, смаки, доходи, на найрізноманітніший контингент (від школярів і студентів до військових і ветеранів).

Туризм перетворився практично в самостійне міжгалузеве господарство, в індустрію. Він відіграє дуже велику роль в економіці багатьох держав. На його розвиток виділяються великі асигнування.

Створюються спеціалізовані туристичні центри - комплекси для відпочинку із широкою мережею розваг.

Сьогодні туризм одержав розвиток на всій планеті. Крім Європи (традиційного туристичного центра), активно відвідуються країни Америки, Африки, Азії, Австралія й Океанія.

Міжнародний туризм - це система подорожей, що здійснюється на базі міждержавних договорів з обліком діючих міжнародних норм і місцевих звичаїв.

У цей час індустрія туризму є однією з форм міжнародної торгівлі. У останні 20 років середньорічні темпи зростання числа прибуття іноземних туристів в світі становили 5,1%, валютних надходжень - 14%. Згідно з даними всесвітньої туристичної організації, в 1995 році в світі було зареєстровано 576 мільйонів туристів, надходження від міжнародного туризму досягло 372 мільярди доларів (без урахування надходжень від міжнародного транспорту). Загалом об'єми валютних надходжень від туризму за період з 1950 по 1995 рік вирости в 144 рази [3, с. 98].

По прогнозах експертів, бурхливий розвиток міжнародного туризму буде продовжуватися і далі. Очікується, що при збереженні темпів зростання, що склалися, число міжнародних подорожей до 2012 року досягне 900 млн. чоловік, а 2013 року збільшиться і складе близько 937 млн. чоловік.

На думку різних аналітиків, в основі розвитку міжнародного туризму лежать наступні чинники:

- 1) Економічне зростання і соціальний прогрес призвели до розширення об'єму ділових поїздок і поїздок з пізнавальними цілями.
- 2) Вдосконалення всіх видів транспорту здешевіло поїздки.
- 3) Збільшення числа найманих робітників і службовців в розвинених країнах і підвищення їх матеріального і культурного рівня.
- 4) Інтенсифікація роботи і отримання трудящими більш тривалих відпусток.

5) Ослаблення обмежень на вивіз валюти в багатьох країнах і спрощення прикордонної формальності.

Як і будь-яка інша сфера господарської діяльності, індустрія туризму є вельми складною системою, міра розвитку якої залежить від міри розвитку економіки країни загалом.

На промислово розвинені країни відведено понад 60% всіх прибуттів іноземних туристів і 70-75% поїздок, що здійснюються в світі. При цьому на частку ЄС доводиться біля 40% прибуттів туристів і валютних надходжень.

По зауваженню канадських фахівців, функціонування економік індустріально розвинених країн, з одного боку, робило об'єктивно необхідним зміцнення світогосподарських зв'язків і зростання виробничих витрат на підприємницькі переміщення, а, з іншого боку, створювало працівникам матеріальні можливості для досугових переміщень, в тому числі і за кордон.

Однак в даному аналізі потрібно враховувати ряд чинників, прямо не пов'язаних з туристичною сферою, але без урахувань якої неможлива об'єктивна оцінка показників таблиці. До таких чинників відносяться величина країни, чисельність населення і економічний потенціал країни.

Звичайно, найважливіший чинник, що визначає географію туризму в світі - економічний.

Узагальнюючи діяльність багатьох розвинених країн в сфері туризму, Комісія ЄС опублікувала прогноз основних тенденцій розвитку туризму на період 2010-2012 роки. В даному прогнозі зазначається [35, с.216]:

1) У Європі доведеться витримувати жорстку конкуренцію за прибутки від туризму, яка зажадає від європейської індустрії туризму підвищення якості послуг, що надаються.

2) Витрати на всі види подорожей і, насамперед, витрати на транспорт, будуть збільшуватися швидше, ніж інші статті сімейного бюджету. Подорожі стануть більш частими, але менш тривалими, оскільки

витрати на одну поїздку знизяться. Загалом же витрати на подорожі зростуть за рахунок споживання більш якісного відпочинку.

3) Число поїздок буде збільшуватися за рахунок міжконтинентальних подорожей з Європи в Америку, Азію і Океанію.

4) Сезонні зміни ринкової кон'юнктури в найближчому майбутньому перестануть бути проблемою для індустрії туризму, оскільки вдалий маркетинг буде сприяти їх вигідному використанню. Для цього буде потрібна активна співпраця між державами і приватними туристськими структурами.

5) Використання повітряного транспорту буде розширятися швидше завдяки збільшенню числа зручних прямих рейсів.

6) Групи, включаючи сімейні, будуть зменшуватись і вибирати все більш гнучку програму відпочинку.

7) По мірі все більш активного впровадження комп'ютерних систем бронювання будуть зменшувати терміни бронювання.

8) Активніше за інших будуть подорожувати дві вікові групи: люди немолодого віку і молодь.

9) Буде продовжувати рости попит на туризм, пов'язаних з відвідуванням культурних визначних пам'яток, а також з активним відпочинком.

10) Стан навколишнього середовища стане одним з домінуючих чинників в залученні туристів, особливо в сільських і прибережних районах.

11) Маркетингове сегментування ринку стане більш чітко вираженим.

12) Пропозицію необхідно буде підстроювати під потреби кожної групи споживачів.

Туристський бізнес сьогодні стає все більш складним, тому що в ньому перетинаються інтереси різних державних і комерційних підприємств і служб.

За даними статистики міжнародного туризму на 1995 р. питома вага доходів від туризму в загальній сумі надходжень від 20 експорту товарів і послуг складала: в Іспанії 60%, Австрії - 40, Швейцарії - 18, Італії - 11 % і т.д.

Вирішальна роль у міжнародному туризмі в Європі належить туристському обмінові між європейськими народами. На долю європейських держав приходить близько 90% всього іноземного туризму в Європі.

Значення туризму в світі постійно зростає, що пов'язане з впливом туризму на економіку окремої країни. У економіці окремої країни міжнародний туризм виконує ряд важливих функцій [3, с. 106]:

1. Міжнародний туризм - джерело валютних надходжень для країни і засіб для забезпечення зайнятості.
2. Міжнародний туризм розширює внески в платіжний баланс і ВВП країни.
3. Міжнародний туризм сприяє диверсифікації економіки, створюючи галузі, обслуговуючі сфери туризму.
4. З зростанням зайнятості в сфері туризму ростуть прибутки населення і підвищується рівень добробуту нації.

Розвиток міжнародного туризму приводить до розвитку економічної інфраструктури країни і мирних процесів. Таким чином міжнародний туризм потрібно розглядати разом з економічними відносинами окремих країн.

Міжнародний туризм входить до трьох найбільших галузей, поступаючись нафтодобувній промисловості і автомобілебудуванню, питома вага яких в світовому експорті 11% і 8,6% відповідно.

Міжнародний туризм в світі надто не рівномірний, що пояснюється насамперед різними рівнями соціально-економічного розвитку окремих країн і регіонів.

Найбільший розвиток міжнародний туризм отримав в західноєвропейських країнах. На частку цього регіону доводиться понад 70% світового туристичного ринку і біля 60% валютних надходжень. Приблизно

20% доводиться на Америку, менше за 10% - на Азію, Африку і Австралію разом взяті.

Всесвітня організація по туризму в своїй класифікації виділяє країни, що є переважно постачальниками туристів (США, Бельгія, Данія, Німеччина, Голландія, Нова Зеландія, Швеція, Канада, Англія) і країни що є, в основному, що приймають туристів (Австралія, Греція, Кіпр, Італія, Іспанія, Мексика, Туреччина, Португалія, Франція, Швейцарія).

Подібний розвиток міжнародних туристичних зв'язків спричинив створення численних міжнародних організацій, сприяючих поліпшенню роботи цієї сфери світової торгівлі. У їх число входять: спеціалізовані установи системи Організації Об'єднаних Націй (ООН), організації, де питання розвитку міжнародного туризму обговорюються епізодично і не є головними в сфері діяльності; неурядові спеціалізовані, міжнародні комерційні, національні і регіональні організації по туризму [11, с. 46].

Згідно з Статутом Всесвітньої організації торгівлі (ВОТ), цілями її діяльності є заохочення туризму як засобу економічного розвитку і міжнародного взаєморозуміння для забезпечення світу, добробуту, поваги і дотримання прав людини незалежно від раси, статі, мови і релігії, а також дотримання інтересів країн, що розвиваються в області туризму.

ВОТ прийняла ряд декларацій в області міжнародного туризму, серед яких:

- Манильська декларація про туризм в світі (1980);
- Документ Акапулько (1982);
- Хартія по туризму і Кодекс поведінки туриста (Софія, 1985);
- Гаазська декларація по туризму (1989).

До числа організацій ООН, що займаються питаннями розвитку міжнародного туризму епізодично, відносяться Конференція ООН по туризму і подорожам, економічна і соціальна Рада (ЕКОСОП). Організація Об'єднаних Націй з питань утворення, науки і культур (ЮНЕСКО),

Міжнародної організації праці (МОП), Міжнародної асоціації транспортної авіації (МАТА).

До основних факторів, які впливають на розвиток туризму можна віднести наступні.

До групи демографічних факторів відноситься ріст народонаселення планети. У результаті чого збільшується і світовий туристський потенціал, до туризму виявляють інтерес нові людські ресурси.

До групи соціальних факторів, що сприяють розвитку туризму, варто віднести поліпшення оплати праці і підвищення матеріального забезпечення громадян в індустріально розвинених країнах. Крім того, важливу роль грає збільшення тривалості оплачуваної відпустки, що приводить до збільшення кількості вільного часу в робітників та службовців.

До групи економічних факторів варто віднести розширення зовнішньоекономічних і торговельних зв'язків між країнами і континентами. Потреби великого виробництва, створення монополій, пошук нових ринків збуту продукції утягнуть за собою ріст міжнародних контактів. Поїздки представників ділових кіл здобувають усе більш масових характер [18, с.134].

Особливо необхідно відзначити політичні фактори. Демократичні зміни, що відбулися в країнах Східної Європи наприкінці 80-х початку 90-х років ХХ століття, закінчення “холодної війни” і протистояння між сходом і заходом, розвиток на Україні ринкових відносин - усе це теж зіграло свою роль у розвитку і розширенні міжнародного туризму.

У найближчому майбутньому можна прогнозувати наступні напрямки розвитку індустрії міжнародного туризму:

- створення нових і розвиток вже існуючих туристичних послуг і ринків, що враховують стан туристських (природних, культурних і історичних) ресурсів у країнах перебування туристів;
- широке залучення місцевої громадськості і муніципальної влади в планування і розвиток туристської діяльності, забезпечення її безпеки;

- розвиток зв'язків між організаторами туризму і муніципальних структур з метою досягнення розуміння потреб кожного з них і пошуку шляхів їхнього задоволення;
- ріст добробуту місцевого населення, усунення податкових, митних і інших труднощів, що можуть перешкоджати розвитку туризму; при цьому особлива увага повинна бути приділена підтримці цін на послуги в області туризму на рівнях, що є приємними для туриста і вигідними для туристичної індустрії;
- при інвестуванні капіталу варто брати до уваги питання захисту навколишнього середовища (будівництво, архітектура, антропогенні навантаження);
- здійснення більш чіткого маркетингу і виділення більшої кількості ресурсів для просування послуг, пошук визначених груп туристів і організація для них адресної інформації з пропонованих послуг;
- підвищення професійного рівня співробітників індустрії туризму;
- розвиток системи володіння клубним відпочинком (таймшером).

За прогнозами ВТО у новому тисячоріччі Європа залишиться найважливішим у світі районом для подорожей. Південно-Східна Азія і Тихоокеанський регіон займуть друге місце.

Туристичні прибуття в Європу будуть збільшуватися на 3,1% щорічно і досягнуть 77 млн. чоловік у 2020 році.

Резюмуючи сказане, ми можемо констатувати, що поступальний розвиток іноземного туризму в цілому є сприятливою основою розвитку міжнародних туристських зв'язків у країнах СНД.

1.2 Класифікація операцій міжнародного туризму

Операції по міжнародному туризму являють собою вид діяльності, спрямованої на надання різного виду туристичних послуг і товарів туристичного попиту з метою сприяння задоволення широкого кола

культурних і духовних потреб іноземного туриста. Це оформлення документів, переміщення та розміщення туристів, забезпечення харчуванням, сувенірами та подарунками, задоволення культурних потреб.

Здійснення міжнародних туристичних операцій передбачає певні відносини між туристами - споживачами туристичних послуг і туристичними фірмами - їх виробниками і реалізаторами, а також відносини останніх з різними організаціями (банками, транспортними і страховими компаніями і т.п.), що забезпечують виконання цього вигляду міжнародних послуг.

Робота туристичних фірм з туристами включає в себе:

- пропозиція туристу або групі туристів певного набору туристично-екскурсійних послуг;
- отримання від клієнта грошових коштів за путівку (тур);
- перерахування грошових коштів певним організаціям за розміщення, мешкання, екскурсійне обслуговування.

Договірні відносини туриста і туристичної фірми складаються як відносини покупця (замовника) і продавця (виконавця). При цьому потрібно підкреслити особливий характер "продукт", що придбається у туристичної фірми. Вступаючи з нею в договірні відносини, турист розраховує отримати в кінцевому результаті необхідний йому набір послуг. Фірма ж надає йому, як правило, ще не самі послуги, а права (гарантії) отримання в певний час, в певному місці послуг, безпосередньо здійснюваних іншими фірмами, що не мають прямих договірних відносин з даним туристом, але що знаходяться у договірних відносинах з направляючою туристичною фірмою. Турист придбаває також і гарантії надання певних видів послуг і самої направляючою фірмою. Сукупність цих прав відображається в путівці, яка є кінцевим "продуктом" діяльності туристичної фірми і відповідно предметом її реалізації.

Туроператорська діяльність - це діяльність по формуванню, просуванню і реалізації туристичного продукту, здійснювана на основі

ліцензії юридичною особою або індивідуальним підприємцем (туроператором).

Турагентська діяльність - діяльність по просуванню і реалізації туристичного продукту, здійснювана на основі ліцензії юридичним особою або індивідуальним підприємцем (турагентом).

Взаємовідносини між туроператором і туристом частіше за все будуються на основі агентського договору про надання першим другому права на реалізацію туристичного продукту, сформованого туроператором.

Саме тому при організації турів туристичні фірми співробітничать зі страховими компаніями. Страховий внесок входить у вартість путівки. Його величина залежить від тарифу. Існують чотири різновиди тарифів, які засновуються на:

- умовах посольств, які можуть визначити мінімальну величину страхової суми, наприклад, для Західної Європи це приблизно 30 доларів США;
- терміні поїздки;
- кількості чоловік в групі (можливі знижки від 5 до 20%);
- віці (старше за 60 років страхова сума може бути збільшена в два рази).

На сьогоднішній день існують дві форми страхового обслуговування туристів.

1) Компенсаційна.

Передбачає оплату самим мандрівником всіх медичних витрат і відшкодування їх лише після повернення на батьківщину, що, як правило, незручно, оскільки змушує туриста мати при собі значний грошовий запас на цей випадок.

Програма страхування багажу.

Сума страхового ліміту біля 2000 доларів. Вона виплачується по пред'явленні документів, підтверджуючих, що багаж був загублений або пошкоджений під час зберігання або транспортування. Це найбільш

поширений вигляд страхування, так як тариф страхування багажу складає біля 50 центів в день.

2) Сервісна.

Страхування медичних витрат.

Юридичний і інформаційний асістанс - забезпечення правової підтримки мандрівникам у разі адміністративних або цивільних порушень, а також гарантія отримання необхідної інформації про найбільш зручні маршрути.

Страхування від нещасного випадку.

Програма страхування цивільної відповідальності за нанесення збитку майну третіх осіб, нанесених туристом внаслідок "ненавмисних дій".

Страховий поліс - обов'язковий документ при турпоїздці. Більшість країн світу не видає візи без наявності спеціального страхового поліса. До них відносяться більшість розвинених країн: Австрія, Бельгія, Німеччина, Голландія, Данія, Іспанія, Норвегія, Франція, Швейцарія, Швеція, США.

Страховий поліс як документ, що гарантує оплату необхідного медичного обслуговування у страховому випадку, обов'язково містить номер телефону фірми-партнера, по якому можна звернутися за допомогою, інформацію про страхувальника, умови, вартість страховки і звільнення від (відповідальність) зобов'язань компанії у разі війни, ядерних вибухів, дорожніх аварій, хронічних захворювань і т.д.

Туристична фірма пересилає постачальнику запит і гарантійний лист з термінами поїздки, найменуванням країни призначення, засобів пересування, приймаючої фірми, кількістю туристів поіменно з вказівкою номера паспорта і віку.

Подібним образом оформляються і візи.

Існує декілька видів віз в залежності від цілей поїздки - туристичні, візи по приватному запрошенню, візи по діловому запрошенню.

Оформлення віз по приватних і ділових запрошеннях здійснюється в консульстві країни. Випадки відмови у візі становлять 5 - 7% від кількості

всіх звертаючихся, причому відмова може бути переглянена. Консульський збір за даний вид послуг становить 10-60 доларів США.

Оформлення туристичних віз здійснюється за допомогою виклику зарубіжної фірми на певну кількість туристів зі списком, заявленим раніше туристичним агентством. Після розгляду консульством видається віза, загальна для всієї групи або призначена для окремих туристів.

Існують також держави, в яких оформлення на в'їзд здійснюється безпосередньо на кордоні. До них відносяться Бахрейн, Єгипет, Кенія, Ліван, Мальта, Непал, Об'єднані Арабські Емірати і Туреччина.

Безвізовий в'їзд по запрошенню без оформлення закордонного паспорта дозволений в країни Східної Європи, Монголію, Кубу.

Українські громадяни мають право на в'їзд без оформлення віз в Колумбію, Малайзію, Еквадор, Кіпр і інш. країни.

При оформленні документів в обов'язки турфірми входить інформування туристів про вимоги прикордонних і митних служб.

Система взаємовідносин між основними суб'єктами операцій міжнародного туризму юридичний оформляється різними договорами (контрактами).

Договір між туристичною фірмою і туристом, як правило, містить наступні типові умови:

- предмет договору (придбання туристом прав(гарантій) на тура, оформлених у вигляді путівки);
- вартість послуг фірми і форма їх оплати (готівка або переказ грошей на розрахунковий рахунок фірми);
- обов'язки туристичної фірми (по наданню туристичного продукту в повному об'ємі і якісно; по медичному страхуванню туристів; по оформленню для них посольських віз);
- відповідальність і звільнення від відповідальності сторін (у випадках форс - мажорних обставин, зміни якості послуг, що надаються, термінів їх надання, відмови сторін від тура);

- обов'язку туриста (по оплаті, наданні необхідних документів для оформлення віз і т.п.).

У договорі з клієнтом доцільно відобразити наступні відомості: дату укладення договору, терміни надання послуг, вигляд транспорту до місця відпочинку і зворотно, клас готелю, його найменування і місце розташування.

Договір між туроператором і турагентом в залежності від змісту відносин між турфірмами може бути декількох видів.

Агентські згоди передбачають передачу виробником послуг туристичному агенту прав на продаж окремих видів послуг та інклюзив-турів від імені і за рахунок туроператора. У договорі звичайно містяться чіткі інструкції по виконанню покладених задач, територіальне обмеження сфери дії, встановлюються права і обов'язки сторін, а також порядок виплат комісійних винагород. Об'єм і характер вимог до агента неоднаковий і залежить від конкретних умов, існуючих на національних ринках.

В угоду може бути внесена обмовка, що зобов'язує агента не вступати у ділові відносини з іншими фірмами, а також обмовка про монопольне право продажу окремих туристичних послуг. Подібна форма діяльності, з одного боку, дає можливість працювати, не маючи великих витрат на рекламу, маркетинг, організацію турів і отримуючи комісійні, але, з іншого боку, не дає можливості істотного розширення і отримання великих прибутків. Крім того, агент часто дуже залежить від туроператора і по суті справи позбавлений самостійності.

Саме тому часто туристичні фірми придбають путівки як готову продукцію, сформовану іншою компанією, і надалі продають її дорожче. У обов'язку продавця входить бронювання місць в готелі, оформлення необхідних для поїздки документів, забезпечення туристичної групи гідом-перекладачем і інформування покупця про можливі зміни, а покупець здійснює набір, комплектацію і відправку туристів, забезпечує надання їх

списків в трьох примірниках для оформлення документів і бронювання місць на транспорті і готелі, інформує туристів про вартість і порядок розрахунків.

У разі не виконання зобов'язань і не дотримання термінів перекладу вартості обслуговування або не надання анкет і списків громадян продавець має право анулювати поїздку, а покупець відшкодовує збитки.

В деяких зарубіжних країнах туризм являється одною з пріоритетних галузей, внесок у валовий національний дохід яких складає 15-35%. До них відносяться Угорщина, Чехія, Австрія, Швейцарія, Італія, Франція, Іспанія, Португалія та ін.

Міжнародний туризм сьогодні істотно впливає на розвиток світогосподарських зв'язків, економіку окремих країн.

Міжнародний туризм являється активним джерелом надходжень іноземної валюти. Наприклад, велика частина доходів від міжнародного туризму в загальній сумі надходжень від експорту товарів і послуг складає: в Іспанії -- 35%, Австралії і Греції - по 36%, Швейцарії - 12, Італії - 11, Португалії - 21 і на Кіпрі - 52%. В більшості країн, що розвиваються, на долю іноземного туризму припадає 10-15% доходів від експорту товарів і послуг. Проте в деяких країнах цей показник значно вище, наприклад, в Колумбії він складає 20%, Ямайці - 30, Панамі -55 і на Гаїті -73%.

Туристичний бізнес стимулює розвиток інших галузей господарства: будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництво товарів народного споживання і т.д.

Крім впливу на економіку багатьох країн, міжнародний туризм впливає на їх соціальну і культурну сферу, екологію. А останні, в свою чергу, впливають на туризм і туристів.

Розвиток міжнародного туризму викликає й деякі негативні наслідки, наприклад, інфляцію, знищення навколишнього середовища, порушення традицій місцевого населення і т.п.

До факторів, що викликали бурхливий розвиток туризму в останні роки, можна віднести такі:

ріст суспільного багатства і доходів населення;
 скорочення робочого часу і збільшення вільного часу;
 розширення використання транспорту для туристичних поїздок
 (авіаційного, автомобільного та ін.);
 розвиток засобів комунікації та інформаційних технологій;
 істотні зрушення в структурі духовних цінностей та ін. Одною з
 характерних рис сучасного туризму являється його масовість. Масовий
 характер туризм набув у післявоєнні роки. З предмета розкоші він став
 потребою для більшості населення багатьох країн світу. Масовий попит на
 туристичні послуги породив масове Туристичне виробництво. Формується
 міцна туристична індустрія зі своїми, індивідами, своїм продуктом,
 виробничим циклом, методами організації і управління виробництвом.

Під туристичною індустрією розуміють сукупність виробничих,
 транспортних і торгових підприємств, що виробляють і реалізують
 туристичні послуги і, товари туристичного попиту. Сюди відносяться готелі
 та інші засоби розміщення туристів, транспорт, підприємств громадського
 харчування, підприємства, що випускають сувеніри та інші товари
 туристичного попиту.

В Україні туристична діяльність розвинена поки що недостатньо, іде
 процес становлення туристичної індустрії і туристичного комплексу в
 цілому. Проте є деякі зрушення - прийнятий Закон України "Про туризм" від
 15 вересня 1995 р. Цей закон важливий насамперед тим, що держава визнає
 туризм одним із пріоритетних напрямків розвитку національної культури й
 економіки і передбачає сприятливі умови, для розвитку туристичної
 діяльності.

В цьому законі визначається державна політика і державне
 регулювання в галузі туризму. Позитивним моментом в розвитку ринку
 туризму в Україні є зростання і вплив туроператорських і турагентських
 фірм. Сьогодні добре відомі в нашій країні і за кордоном такі фірми, як
 "Гамалія", "Сам", "Таурис", "Супутник" та ін. Здійснюється робота по

підготовці кваліфікованих кадрів в цій галузі. Проте це тільки перші кроки на шляху організації туризму як високорентабельної галузі.

Туризм як товар реалізується у формі послуг, які виражаються в корисному ефекті, що задовольняє ту чи іншу потребу в момент свого виявлення. При цьому послуга може бути надана або речами, або в процесі дії живої праці. Відповідно до двох вказаних способів виробництва послуг розрізняють два види самих послуг.

Перший вид - це такі послуги, які опосередковуються речами, тобто матеріальні. Наприклад, послуги по виробництву продуктів харчування для туристів.

Другий вид – це послуги, дія яких спрямована на живу людину чи оточуючі її умови, тобто нематеріальні. До них відносяться послуги по реалізації туристичних путівок, обслуговуванню туристів у готелі, організації театральних вистав та ін. В даному випадку праця надає послугу не річчю, а в ролі діяльності. Однак обидва види послуг мають вартість і являються товаром. Вся діяльність туристичного господарського суб'єкта пов'язана з наданням послуг.

Туристичні послуги, запропоновані в ролі товару на світовому ринку, різноманітні. До них відносяться послуги:

- 1) по розміщенню туристів (в готелях, мотелях, пансіонатах, кемпінгах, боатингах);
- 2) переміщенню туристів до країни призначення і по країні різними видами пасажирського транспорту;
- 3) забезпеченню туристів харчуванням (в ресторанах, кафе, барах, тавернах, пансіонатах);
- 4) спрямовані на задоволення культурних потреб туристів (відвідання театрів, музеїв, природних та історичних заповідників, фестивалів та ін.);
- 5) спрямовані на задоволення ділових інтересів туристів (участь в конгресах, симпозіумах, наукових конференціях, ярмарках і виставках);

б) послуги торгових підприємств (продаж сувенірів, подарків, листівок і т.п.);

7) по оформленню документації (паспорта, візи та ін.).

Закон України "Про туризм" визначає туристичні послуги як послуги суб'єктів туристичної діяльності по розміщенню, харчуванню, транспортному, інформаційно-рекламному обслуговуванню, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, відпочинку і т.п., спрямовані на задоволення потреб туристів.

Туристу можуть бути надані або певні види послуг, або повний комплекс послуг. Останній надається шляхом продажу так званих інклюзив-турів і пекідж-турів.

Інклюзив-тури частіше всього використовуються при авіаційних перевезеннях. Вартість перевезення до місця призначення і назад в даному випадку визначається на основі спеціально розроблених інклюзив-тарифів, які інколи нижче звичайних. Вони включають також вартість розміщення туристів у готелі, харчування та інші послуги. Інклюзив-тури використовуються як при групових, так і при індивідуальних поїздках.

Пекідж-тур також передбачає надання клієнту повного комплексу послуг, проте в нього можуть не входити транспортні послуги.

Принципціальних відмінностей між цими видами комплексних послуг немає. Інклюзив-тур більш поширений в західних країнах, пекідж-тур - в США. Структура цих турів залежить від конкретної країни, складу туристів, їх купівельної спроможності, від характеру послуг, їх асортименту і якості.

1.3 Основні етапи організації операцій міжнародного туризму та система взаємовідносин

Здійснення міжнародних туристичних операцій передбачає певні відносини між туристами - споживачами туристичних послуг і туристичними фірмами - їх виробниками і реалізаторами, а також відносини останніх з

різними організаціями(банками, транспортними і страховими компаніями і т.п.), що забезпечують виконання цього вигляду міжнародних послуг.

Робота туристичних фірм з туристами включає в себе:

- пропозиція туристу або групі туристів певного набору туристично-екскурсійних послуг;
- отримання від клієнта грошових коштів за путівку (*тур*);
- перерахування грошових коштів певним організаціям за розміщення, мешкання, екскурсійне обслуговування.

Договірні відносини туриста і туристичної фірми складаються як відносини покупця (замовника) і продавця (виконавця). При цьому потрібно підкреслити особливий характер "продукт", що придбається у туристичної фірми. Вступаючи з нею в договірні відносини, турист розраховує отримати в кінцевому результаті необхідний йому набір послуг. Фірма ж надає йому, як правило, ще не самі послуги, а права (гарантії) *отримання* в певний час, в певному місці послуг, безпосередньо здійснюваних іншими фірмами, що не мають прямих договірних відносин з даним туристом, але що знаходяться у договірних відносинах з направляючою туристичною фірмою. Турист придбаває також і гарантії надання певних видів послуг і самої направляючою фірмою. Сукупність цих прав відображається в путівці, яка є кінцевим "продуктом" діяльності туристичної фірми і відповідно предметом її реалізації.

Туроператорська діяльність - це діяльність по формуванню, просуванню і реалізації туристичного продукту, здійснювана на основі ліцензії юридичною особою або індивідуальним підприємцем (туроператором).

Турагентська діяльність - діяльність по просуванню і реалізації туристичного продукту, здійснювана на основі ліцензії юридичним особа або індивідуальним підприємцем (турагентом).

Взаємовідносини між туроператором і туристом частіше за все будуються на основі агентського договору про надання першим другому права на реалізацію туристичного продукту, сформованого туроператором.

Саме тому при організації турів туристичні фірми співпрацюють із страховими компаніями. Страховий внесок входить у вартість путівки. Його величина залежить від тарифу. Існують чотири різновиди тарифів, які засновуються на:

- умовах посольств, які можуть визначити мінімальну величину страхової суми, наприклад, для Західної Європи це приблизно 30 доларів США;
- терміні поїздки;
- кількості чоловік в групі (можливі знижки від 5 до 20%);
- віці (старше за 60 років страхова сума може бути збільшена в два рази).

На сьогоднішній день існують дві форми страхового обслуговування туристів.

1) Компенсаційна.

Передбачає оплату самим мандрівником всіх медичних витрат і відшкодування їх лише після повернення на батьківщину, що, як правило, незручно, оскільки змушує туриста мати при собі значний грошовий запас на цей випадок.

Програма страхування багажу.

Сума страхового ліміту біля 2000 доларів. Вона виплачується по пред'явленні документів, підтверджуючих, що багаж був загублений або пошкоджений під час зберігання або транспортування. Це найбільш поширений вигляд страхування, так як тариф страхування багажу складає біля 50 центів в день.

2) Сервісна.

Страхування медичних витрат.

Юридичний і інформаційний асістанс - забезпечення правової підтримки мандрівникам у разі адміністративних або цивільних порушень, а також гарантія отримання необхідної інформації про найбільш зручні маршрути.

Страхування від нещасного випадку.

Програма страхування цивільної відповідальності за нанесення збитку майну третіх осіб, нанесених туристом внаслідок "ненавмисних дій".

Страховий поліс - обов'язковий документ при турпоїзді. Більшість країн світу не видає візи без наявності спеціального страхового поліса. До них відносяться більшість розвинених країн: Австрія, Бельгія, Німеччина, Голландія, Данія, Іспанія, Норвегія, Франція, Швейцарія, Швеція, США.

Страховий поліс як документ, що гарантує оплату необхідного медичного обслуговування у страховому випадку, обов'язково містить номер телефону фірми-партнера, по якому можна звернутися за допомогою, інформацію про страхувальника, умови, вартість страховки і звільнення від (відповідальність) зобов'язань компанії у разі війни, ядерних вибухів, дорожніх аварій, хронічних захворювань і т.д.

Туристична фірма пересилає постачальнику запит і гарантійний лист з термінами поїздки, найменуванням країни призначення, засобів пересування, приймаючої фірми, кількістю туристів поіменно з вказівкою номера паспорта і віку.

Подібним образом оформляються і візи.

Існує декілька видів віз в залежності від цілей поїздки - туристичні, візи по приватному запрошенню, візи по діловому запрошенню.

Оформлення віз по приватних і ділових запрошеннях здійснюється в консульстві країни. Випадки відмови у візі становлять 5 - 7% від кількості всіх звернених, причому відмова може бути переглянена. Консульський збір за даний вид послуг становить 10-60 доларів США.

Оформлення туристичних віз здійснюється за допомогою виклику зарубіжної фірми на певну кількість туристів зі списком, заявленим раніше

туристичним агентством. Після розгляду консульством видається віза, загальна для всієї групи або призначена для окремих туристів.

При розробці програм враховується не стільки вартість, скільки складність процедури оформлення.

Все описане характерне передусім для Сполучених Штатів Америки і Західної Європи, де до дозволу на в'їзд відносяться дуже суворо.

14 червня 1985 року в Люксембургському місті Шенген державами Бенілюксу, Францією і Німеччиною була підписана угода про майбутнє поступове скасування паспортного контролю на своїх внутрішніх кордонах.

У червні 1991 року до Шенгенському угоди приєдналися Іспанія і Португалія, і був складений список країн, які обов'язково повинні мати відкритий візовий режим. 17 грудня 1992 року був затверджений список з 120 країн, громадяни яких для перетину кордонів повинні мати візу єдиного зразка (до них відноситься і Україна), був прийнятий бланк єдиної візи і 22 грудня 1994 року представники урядів цих країн підписали офіційний протокол про набір чинності Шенгенських угод з 26 березня 1995 року. У 1997 році до Шенгенському угоди приєдналися Швеція і Данія. Саме з цього часу українські туристи, що виїжджають в одну з цих держав на термін менш трьох місяців, отримують Шенгенську візу, при більш тривалому перебуванні в країні призначення діють національні візи.

З одного боку, пересування по території семи європейських держав при оформленні однієї візи безумовно дуже зручне, але, з іншого боку, істотно подовжився термін (до чотирьох тижнів), протягом якого розглядається питання про видачу дозволу на виїзд. Це пов'язано з тим, що посольства цих держав посилають один одному запити на того, який звернувся.

Існують також держави, в яких оформлення на в'їзд здійснюється безпосередньо на кордоні. До них відносяться Бахрейн, Єгипет, Кенія, Ліван, Мальта, Непал, Об'єднані Арабські Емірати і Туреччина.

Безвізовий в'їзд по запрошенню без оформлення закордонного паспорта дозволений в країни Східної Європи, Монголію, Кубу.

Українські громадяни мають право на в'їзд без оформлення віз в Колумбію, Малайзію, Еквадор, Кіпр і інш. країни.

При оформленні документів в обов'язки турфірми входить інформування туристів про вимоги прикордонних і митних служб.

Система взаємовідносин між основними суб'єктами операцій міжнародного туризму юридичний оформляється різними договорами (контрактами).

Договір між туристичною фірмою і туристом, як правило, містить наступні типові умови:

- предмет договору (придбання туристом прав(гарантій) на тура, оформлених у вигляді путівки);
- вартість послуг фірми і форма їх оплати (готівка або переказ грошей на розрахунковий рахунок фірми);
- обов'язки туристичної фірми (по наданню туристичного продукту в повному об'ємі і якісно; по медичному страхуванню туристів; по оформленню для них посольських віз);
- відповідальність і звільнення від відповідальності сторін (у випадках форс - мажорних обставин, зміни якості послуг, що надаються, термінів їх надання, відмови сторін від тура);
- обов'язку туриста (по оплаті, наданні необхідних документів для оформлення віз і т.п.).

У договорі з клієнтом доцільно відобразити наступні відомості: дату укладення договору, терміни надання послуг, вигляд транспорту до місця відпочинку і зворотно, клас готелю, його найменування і місце розташування.

Договір між туроператором і турагентом в залежності від змісту відносин між турфірмами може бути декількох видів.

Агентські згоди передбачають передачу виробником послуг туристичному агенту прав на продаж окремих видів послуг і інклюзив-турів від імені і за рахунок туроператора. У договорі звичайно містяться чіткі

інструкції по виконанню покладених задач, територіальне обмеження сфери дії, встановлюються права і обов'язки сторін, а також порядок виплат комісійних винагород. Об'єм і характер вимог до агента неоднаковий і залежить від конкретних умов, існуючих на національних ринках.

У угоду може бути внесена обмовка, що зобов'язує агента не вступати у ділові відносини з іншими фірмами, а також обмовка про монопольне право продажу окремих туристичних послуг. Подібна форма діяльності, з одного боку, дає можливість працювати, не маючи великих витрат на рекламу, маркетинг, організацію турів і отримуючи комісійні, але, з іншого боку, не дає можливості істотного розширення і отримання великих прибутків. Крім того, агент часто дуже залежить від туроператора і по суті справи позбавлений самостійності.

Саме тому часто туристичні фірми придбають путівки як готову продукцію, сформовану іншою компанією, і надалі продають її дорожче. У обов'язку продавця входить бронювання місць в готелі, оформлення необхідних для поїздки документів, забезпечення туристичної групи гідом-перекладачем і інформування покупця про можливі зміни, а покупець здійснює набір, комплектацію і відправку туристів, забезпечує надання їх списків в трьох примірниках для оформлення документів і бронювання місць на транспорті і готелі, інформує туристів про вартість і порядок розрахунків.

У разі не виконання зобов'язань і не дотримання термінів перекладу вартості обслуговування або не надання анкет і списків громадян продавець має право анулювати поїздку, а покупець відшкодовує збитки.

Висновки до розділу 1.

Міжнародний туризм - це система подорожей, що здійснюється на базі міждержавних договорів з обліком діючих міжнародних норм і місцевих звичаїв. Він відіграє дуже велику роль в економіці багатьох держав. На його розвиток виділяються великі асигнування. Створюються спеціалізовані туристичні центри - комплекси для відпочинку із широкою мережею розваг.

В даний час туризм це могутня індустрія, що включає в себе різноманітні форми підприємництва, що динамічно розвивається.

Ми можемо констатувати, що поступальний розвиток іноземного туризму в цілому є сприятливою основою розвитку міжнародних туристських зв'язків у країнах СНД. У найближчому майбутньому можна прогнозувати наступні напрямки розвитку індустрії міжнародного туризму:

- створення нових і розвиток вже існуючих туристичних послуг і ринків, що враховують стан туристських (природних, культурних і історичних) ресурсів у країнах перебування туристів;
- широке залучення місцевої громадськості і муніципальної влади в планування і розвиток туристської діяльності, забезпечення її безпеки;
- розвиток зв'язків між організаторами туризму і муніципальних структур з метою досягнення розуміння потреб кожного з них і пошуку шляхів їхнього задоволення;
- ріст добробуту місцевого населення, усунення податкових, митних і інших труднощів, що можуть перешкоджати розвиткові туризму; при цьому особлива увага повинна бути приділена підтримці цін на послуги в області туризму на рівнях, що є приємними для туриста і вигідними для туристичної індустрії;
- при інвестуванні капіталу варто брати до уваги питання захисту навколишнього середовища (будівництво, архітектура, антропогенні навантаження);
- здійснення більш чіткого маркетингу і виділення більшої кількості ресурсів для просування послуг, пошук визначених груп туристів і організація для них адресної інформації з пропонованих послуг;
- підвищення професійного рівня співробітників індустрії туризму;
- розвиток системи володіння клубним відпочинком (таймшером).

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИКОНАННЯ ОПЕРАЦІЙ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

2.1 Аналіз тенденцій в'їзного та виїзного туризму в Україні

До міжнародного туризму належать: в'їзний туризм - подорожі в межах України осіб, що постійно не проживають на її території, і виїзний туризм - подорожі громадян України і осіб, що постійно проживають на території України, в іншу країну(таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

Туристичні потоки

	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон - усього*	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну - усього*	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України - усього**	Із загальної кількості туристів:**		
				іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
2000	13422320	6430940	2013998	377871	285353	1350774
2001	14849033	9174166	2175090	416186	271281	1487623
2002	14729444	10516665	2265317	417729	302632	1544956
2003	14794932	12513883	2856983	590641	344 332	1922010
2004	15487571	15629213	1890370	436311	441798	1012261
2005	16453704	17630760	1825649	326389	566942	932318
2006	16875256	18935775	2206498	299125	868228	1039145
2007	17334653	23122157	2863820	372455	336049	2155316
2008	15498567	25449078	3041655	372752	1282023	1386880
2009	15333949	20798342	2290097	282287	913640	1094170
2010	17180034	21203327	2280757	335835	1295623	649299

* Включно з одноденними відвідувачами (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України)

** За даними Міністерства інфраструктури України

© Держстат України, 1998-2012

Дата останньої модифікації: 28/02/112

Як відомо туризм слід визначати як тимчасовий виїзд особи з постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових або інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування, а турист – це особа, що здійснює подорож по Україні або в іншу країну з не забороненої законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року, без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності і із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений

термін. Оцінюючи придатність туристичних ресурсів для організації в'їзного туризму, необхідно пам'ятати про їх естетичний, емоційно-психологічний, інтелектуальний та духовний вплив. Традиційно для обслуговування іноземних туристів залучаються найкращі ресурси. Тож, передусім, до уваги необхідно приймати атрактивність (привабливість) об'єктів природного та антропогенного походження, що виражається в ступені їх відомості, збереженості, доглянутості, відвідуваності тощо. З іншого боку, те, що цікавить вітчизняних споживачів турпродукту, може не викликати інтересу з боку туристів-іноземців, і навпаки, ті ресурси, що українцями сприймаються як буденність, можуть стати об'єктом жвавого туристичного попиту приїжджих. В такому випадку, передусім, треба звертати увагу на гомогенні туристичні ресурси, етнокультурні особливості регіонів, традиційні ремесла.

Гомогенні туристичні ресурси - соціальні та природні об'єкти, явища, події, походження яких тісно пов'язане як з територією України (де вони розташовані або відбувались), так і з територією тієї зарубіжної країни, в межах якої даний об'єкт, явище, подія первісно виникла [6]. Безперечно, інтерес з боку іноземних громадян можуть викликати місця, пов'язані з життєвим шляхом їх видатних земляків, а також поховання іноземців, архітектурні пам'ятки, створені ними, або що носять їх імена, пам'ятники та меморіальні дошки, споруджені на честь подій, пов'язаних з історією тієї чи іншої держави, або видатних іноземців тощо.

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

культури, а їх розміщення тісно пов'язане з селами як найбільш консервативними за своїми культурними особливостями формами розселення.

Необхідно звертати увагу на лікувально-оздоровчі ресурси. В Європейському рекреаційному макрорегіоні саме Східна Європа спеціалізується на наданні курортних послуг через їх порівняну дешевизну, а також значну забезпеченість кліматичними, бальнеологічними та пелоїдними рекреаційними ресурсами та давні традиції їх використання. Головний їх споживач - населення Західної та Північної Європи. Таким чином, Україна повинна використовувати свої переваги на ринку лікувально-оздоровчих послуг. [34, с.88]

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

Протягом 2011 року чинними були 4 508 ліцензій на туристичну діяльність, з них туроператорів -1 579 та турагентів -2 929, відповідно 35 % і 65 %. У порівнянні з 2010 роком спостерігається збільшення кількості чинних ліцензій на 22,8% (у 2010 р. чинними були 3 670 ліцензій). Протягом 2010 року туристичні послуги фактично надавали 3 052 ліцензіата, з них: туроператорів – 1 246 і турагентів – 1 806, відповідно 41 % та 59 %. Звітували про відсутність діяльності 366 ліцензіатів (8 % від чинних ліцензій), не звітували 1090 ліцензіатів. Отже, у 2011 році туристичну діяльність здійснювали лише 68 % ліцензіатів, на відміну від 2010 року, коли фактично працювали 77 % ліцензіатів. Тобто, за 2011 рік число непродуктивних ліцензіатів збільшилось.

Пріоритетними видами туристичної діяльності у 2011 році, як і у 2010 році, залишилися внутрішній та виїзний туризм(таблиця 2.2).

Таблиця 2.2

Виїзд громадян України за кордон за країнами, до яких вони виїжджали, у 2011 році*

	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон – усього**	Із них – за метою поїздки		
		службова поїздка	організований туризм	приватна поїздка
у тому числі до країн				
Алжир	10	10	-	-
Азербайджан	14144	2101	2211	9832
Австрія	83365	17399	21138	44828
Вірменія	15718	1963	2206	11549
Бельгія	9196	2107	744	6345
Болгарія	41478	8098	13887	19493
Білорусь	1581128	54219	29823	1497086
Канада	5537	352	605	4580
Шрі-Ланка	2652	230	50	2372
Китай	19649	1450	5210	12989
Хорватія	24857	3088	10660	11109
Кіпр	20640	1637	7790	11213
Чехія	150181	5444	40418	104319
Бенін	2	2	-	-
Данія	8314	1225	1137	5952
Домініканська Республіка	333	2	185	146
Естонія	4579	997	547	3035
Фінляндія	11107	1915	1778	7414
Франція	69064	11282	18718	39064
Грузія	37576	5540	5694	26342
Палестинська територія	1	-	-	1
Німеччина	361689	55564	45755	260370
Греція	94240	11946	46065	36229
Угорщина	1726957	48602	28605	1649750
Ісландія	27	12	5	10
Індія	5892	1034	1255	3603
Іран, Ісламська Республіка	1807	346	71	1390
Ірак	109	46	-	63
Ірландія	50	25	5	20
Ізраїль	130921	15236	42133	73552
Італія	130283	11302	30915	88066
Японія	4	-	-	4
Казахстан	17755	1934	1635	14186
Йорданія	6645	1041	1809	3795
Кувейт	12	5	-	7
Киргизстан	330	129	-	201
Ліван	4656	588	969	3099
Латвія	22523	1731	2747	18045
Ліберія	12	12	-	-

Лівійська Арабська Джамахірія	7532	497	4758	2277
Литва	5171	1226	587	3358
Люксембург	143	16	-	127
Мальдіви	86	6	-	80
Мальта	1124	115	305	704
Мавританія	14	14	-	-
Монголія	6	-	-	6
Молдова, Республіка	2221379	17478	8073	2195828
Чорногорія	34013	2654	19059	12300
Оман	5	-	-	5
Нідерланди	49444	10990	7429	31025
Норвегія	1727	502	215	1010
Польща	5102885	207476	113590	4781819
Португалія	12637	1362	1181	10094
Румунія	556792	23639	66296	466857
Російська Федерація	5475455	251741	240295	4983419
Саудівська Аравія	2	2	-	-
Сербія	2593	658	920	1015
Словаччина	425585	34773	18712	372100
В'єтнам	350	-	-	350
Словенія	1090	208	237	645
Іспанія	69432	6974	23261	39197
Судан	8	8	-	-
Швеція	12220	2040	2713	7467
Швейцарія	27160	4088	2772	20300
Сирійська Арабська Республіка	1829	497	209	1123
Таджикистан	80	25	2	53
Таїланд	22491	1704	8480	12307
Об'єднані Арабські Емірати	109861	7409	53125	49327
Туніс	1990	87	1500	403
Туреччина	605592	26358	427269	151965
Туркменистан	4042	1215	317	2510
Уганда	16	16	-	-
Колишня Югославська Республіка Македонія	30	2	5	23
Єгипет	299927	7524	207434	84969
Велика Британія	88388	13742	14048	60598
США	21519	2037	2080	17402
Узбекистан	7082	1430	540	5112

* За даними Адміністрації Держприкордонслужби

** Без обслуговуючого персоналу транспортних засобів та транзиту.

© Держстат України, 1998-2012

Дата останньої модифікації: 27/02/112

В цілому по Україні на внутрішній туризм припадає 47 % туристів, обслугованих ліцензіатами, 39 % - на виїзний туризм та 14 % на в'їзний. У

2010-2011 рр. турфірми України віддавали перевагу в роботі в'їзному туризму, який за чисельністю перевищував виїзний туризм.

Всього протягом 2011 року туристичними підприємствами обслуговано 2,2 млн. туристів (на 21 % більше, ніж у 2010 році) та 1,8 млн. екскурсантів (на 4 % більше) в т. ч. за видами туризму:

- в'їзний – 299,1 тис. осіб (на 8 % менше, ніж у 2010 році). Дані наведені у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули, у 2011 році*

	Кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну – усього**	Із них – за метою поїздки						
		службова, ділова, дипломатична	туризм	приватна	навчання	працевлаштування	імміграція (постійне місце проживання)	культурний та спортивний обмін, релігійна, інша
у тому числі з країн								
Афганістан	1056	90	90	286	69	9	451	61
Албанія	493	158	73	179	8	20	37	18
Алжир	837	246	46	182	210	6	101	46
Ангола	293	36	18	24	203	–	10	2
Азербайджан	85482	4590	9086	63232	2636	152	2016	3770
Аргентина	1710	291	555	622	1	18	29	194
Австралія	5706	951	2737	1617	6	90	102	203
Австрія	28094	6108	9313	11399	64	309	229	672
Бахрейн	364	19	107	75	141	–	3	19
Бангладеш	342	140	22	59	63	4	47	7
Вірменія	53627	2130	3971	44347	44	90	1879	1166
Бельгія	14998	2019	5359	7033	16	113	149	309
Болівія, багатонаціональна держава	151	30	11	96	1	6	3	4
Боснія і Герцеговина	1014	502	107	259	2	20	35	89
Бразилія	2740	494	947	377	27	190	84	621
Болгарія	31661	8740	2671	18785	311	123	454	577
Білорусь	2643988	32778	104936	2467381	288	226	2043	36336
Камерун	457	28	37	55	299	7	10	21
Канада	28409	1745	8196	17218	138	112	326	674
Шрі-Ланка	417	88	46	147	86	1	35	14
Чілі	255	77	98	56	2	1	2	19
Китай	19057	7527	1460	1252	6357	293	1428	740
Тайвань, провінція Китаю	546	162	263	67	9	7	3	35
Колумбія	224	72	61	47	4	8	6	26
Конго	343	53	16	47	213	3	9	2

Конго, Демократична Республіка	170	8	9	5	143	–	4	1
Хорватія	3432	1441	537	770	13	156	55	460
Куба	564	151	55	207	3	4	122	22
Кіпр	4428	467	1356	1975	32	11	33	554
Чехія	51858	10667	8848	31300	22	210	188	623
Данія	12601	2409	5308	4424	24	99	89	248
Еквадор	264	31	27	54	130	12	6	4
Сальвадор	237	224	11	–	–	–	2	–
Ефіопія	207	94	4	53	37	1	7	11
Естонія	17867	2360	3822	11211	12	57	106	299
Фінляндія	9764	1548	4443	3551	5	8	35	174
Франція	62088	8204	25790	25273	39	648	556	1578
Грузія	35861	7308	2996	20334	861	201	2277	1884
Палестинська територія	591	38	52	159	256	–	62	24
Німеччина	231718	23766	70112	132057	199	991	1167	3426
Гана	417	36	7	32	290	5	20	27
Греція	17364	2609	4145	9803	35	86	207	479
Гонконг	240	62	135	40	–	–	–	3
Угорщина	862051	23047	9750	827121	55	125	108	1845
Ісландія	674	71	223	363	–	7	2	8
Індія	9254	2928	410	1047	3285	250	1000	334
Індонезія	569	266	56	54	2	12	3	176
Іран, Ісламська Республіка	8289	2106	2890	866	1423	23	736	245
Ірак	5201	512	164	350	3923	5	128	119
Ірландія	6117	695	1874	3301	18	45	34	150
Ізраїль	120181	2948	26831	40500	448	113	1966	47375
Італія	86964	8484	30692	45360	44	415	479	1490
Японія	7585	2044	2837	2342	20	62	87	193
Казахстан	61826	6424	9336	43325	259	61	383	2038
Йорданія	5728	338	1002	958	2850	18	392	170
Кенія	320	42	16	68	141	–	1	52
Корейська Народно-Демократи чна Республіка	220	49	29	105	3	–	–	34
Корея, Республіка	6322	2381	1529	1767	75	77	99	394
Кувейт	978	108	602	93	125	–	9	41
Киргизстан	21501	861	858	19255	46	12	140	329
Ліван	4696	465	2008	658	826	27	601	111
Лесото	828	214	–	595	1	–	13	5
Латвія	36936	4456	7479	23511	55	100	652	683
Лівійська Арабська Джамахірія	998	104	22	507	184	5	64	112
Литва	48677	7109	5871	33641	35	114	626	1281
Люксембург	825	120	304	388	–	1	2	10
Малайзія	1106	231	127	378	327	4	1	38
Мальта	479	96	188	188	–	1	1	5
Мексика	1127	175	705	157	11	6	8	65
Монголія	858	222	55	427	53	–	38	63
Молдова, Республіка	4071785	70488	4924	397554 9	5856	2070	9828	3070
Чорногорія	1239	406	214	455	14	10	21	119
Марокко	2297	125	95	198	1655	21	99	104
Оман	125	13	78	23	6	–	–	5
Непал	1180	53	126	876	54	–	32	39

Нідерланди	33216	4154	11587	16255	47	131	193	849
Нова Зеландія	932	151	486	166	3	30	41	55
Нігерія	3518	246	122	217	2518	43	209	163
Норвегія	12022	969	5601	5023	9	23	101	296
Пакистан	1230	358	94	240	245	41	213	39
Перу	350	93	81	96	11	8	48	13
Філіппіни	480	234	120	53	–	10	8	55
Польща	1720104	96382	137445	1468536	3737	879	1172	11953
Португалія	6783	529	1777	4007	36	38	30	366
Катар	174	94	34	26	–	–	–	20
Румунія	735233	13129	30665	689016	61	263	306	1793
Російська Федерація	9018487	167163	488766	8268063	2578	2046	19574	70297
Руанда	158	39	3	96	6	–	9	5
Саудівська Аравія	1362	352	693	134	144	1	11	27
Сербія	12135	3560	1837	3097	53	354	296	2938
Сінгапур	1159	190	91	847	3	1	1	26
Словаччина	564337	28255	9972	522387	69	125	75	3454
В'єтнам	4445	661	83	398	383	93	2522	305
Словенія	6980	2401	1160	3266	6	26	19	102
Південна Африка	1196	351	427	181	14	23	27	173
Іспанія	16441	1674	6903	7127	16	67	46	608
Судан	719	165	14	65	388	–	36	51
Швеція	19491	2487	8167	8255	34	64	90	394
Швейцарія	18802	1987	8022	8318	9	49	109	308
Сирійська Арабська Республіка	4333	610	761	1011	1077	28	778	68
Таджикистан	27149	435	1087	24679	224	120	114	490
Таїланд	447	136	95	58	1	110	12	35
Об'єднані Арабські Емірати	1169	194	504	400	5	–	25	41
Туніс	1416	108	90	212	841	19	98	48
Туреччина	76363	25365	30579	10679	2136	2736	3014	1854
Туркменістан	14060	399	4513	1141	7490	43	237	237
Колишня Югославська Республіка Македонія	2195	701	150	1132	1	88	61	62
Єгипет	2649	722	969	526	229	16	117	70
Велика Британія	67175	7820	27360	29433	70	383	502	1607
Танзанія, Об'єднана Республіка	490	26	12	330	96	–	19	7
США	127924	10924	44312	65766	140	278	1055	5449
Уругвай	108	19	47	17	–	–	–	25
Узбекистан	141163	2368	6456	127519	424	86	1090	3220
Венесуела, Боліварська Республіка	579	238	48	218	12	1	26	36
Емен	204	39	24	44	78	–	15	4
Інші країни	2131	394	303	577	616	11	83	147
Особі без громадянства	17116	792	5316	10044	266	28	434	236

* За даними Адміністрації Держприкордонслужби

**Без обслуговуючого персоналу транспортних засобів та транзиту.

© Держстат України, 1998-2012

Дата останньої модифікації: 27/02/112

- виїзний – 868,2 тис. осіб (на 53 % більше, ніж у 2010 році, див. таб. 2.2);

- внутрішній – 1039,1 тис. осіб (на 11 % більше, ніж у 2010 році).

Збільшення на 21 % загальної кількості туристів, обслугованих туроператорами протягом 2010 року, відбулось за рахунок зростання кількості обслугованих виїзних і внутрішніх туристів. Причина у зменшенні числа в'їзних туристів вбачається у відміні у 2010 році нульової ставки ПДВ на надання послуг нерезидентам, чим була підірвана мотивація туроператорів до залучення іноземних туристів. [31, с.98]

Зростання кількості виїзних туристів протягом року, відбулось за рахунок м. Києва (на 67 %), АР Крим (на 60 %) та областей: Миколаївської (на 73 %), Донецької (на 37 %), Дніпропетровської (на 67 %), Вінницької (на 72 %), Луганської (на 56 %), Рівненської (на 47 %). Збільшення кількості обслугованих внутрішніх туристів спостерігається в м. Києві (на 73 %) та в регіонах: Івано-Франківському (на 118 %), Чернігівському (на 48 %), Вінницькому (на 27 %), Волинському, Закарпатському та Дніпропетровському (на 16 %).

За географічними напрямками туристичні потоки майже не зазнали змін. Як і у попередніх роках українці подорожували до Туреччини (36 %), Єгипту (28%), Болгарії (2 %), Польщі (2 %). До України приїздили переважно з Росії (39 %), Німеччини (10 %), США (7 %), Англії (3 %), Білорусії (3 %).

Кількість в'їзних (іноземних) туристів, обслугованих ліцензіатами(туроператорами та турагентами) протягом 2011 року, становила 530,1 тис. осіб, що менше на 5,7 тис. осіб або на 1 %, ніж у 2010 році.

Зменшилась кількість іноземних туристів, які скористались послугами суб'єктів туристичної діяльності, в областях Івано-Франківській на 57 %, Тернопільській на 51 %, Миколаївській на 50 %, Київській на 31 %, Львівській на 25%, Хмельницькій на 23 % , Закарпатській на 20 %, АР Крим на 16%, Полтавській на 15 %, Дніпропетровській на 14 %, Харківській на 2 %.

Найменша кількість іноземних туристів - 13 осіб - обслугована в Житомирській області, це дорівнює 0,001 % від обсягу по Україні. Також дуже низький цей показник в Київській (124 особи або 0,01 %), Луганській (162 особи або 0,001 %), Сумській (208 осіб або 0,05 %), Тернопільській (396 осіб або 0,1 %), Кіровоградській (594 особи або 0,1 %), Хмельницькій (839 осіб або 0,2 %), Донецькій (1263 особи або 0,2 %), Полтавській (1778 осіб або 0,3 %), Черкаській (1791 особа або 0,3 %) [33, с. 187].

Традиційно 80 % іноземних туристів припадає на 4 регіони: м. Київ (39 %), АР Крим (18 %), м. Севастополь (12 %), Одеську область (11 %).

Протягом 2011 року Україну відвідали 23,1 млн. в'їзних (іноземних) туристів, що на 22 % або майже на 4,2 млн. осіб більше, ніж у 2010 році.

Збільшення обсягів в'їзного потоку за 2011 р. відбулося за рахунок зростання кількості поїздок з приватною метою та з організованого туризму (відповідно на 24 % та 20 %). Збільшення подорожей з приватною метою спостерігається з таких країн: Росія (на 10% або на 593,9 тис. осіб), Білорусь (на 46% або на 797,2 тис. осіб), Молдова (на 34 % або на 994,1 тис. осіб), Узбекистан (на 77 % або на 30,8 тис. осіб), Румунія (на 207 % або на 672,8 тис. осіб), Словаччина (на 47 % або на 197,5 тис. осіб). Зростання кількості поїздок з організованого туризму відбулося з Росії (на 99 % або на 281,7 тис. осіб), Молдови (на 53 % або на 6,2 тис. осіб), Італії (на 28 % або на 6,9 тис. осіб), Туреччини (на 23 % або на 4,6 тис. осіб), Польщі (на 15 % або на 21,2 тис. осіб), Вірменії (на 39 % або на 0,9 тис. осіб). Однак, з Угорщини та Словаччини зменшилась кількість організованих туристів відповідно на 85 % (або на 77,2 тис. осіб) та 80 % (або на 28,9 тис. осіб), з Румунії на 33 % (або на 1,5 тис. осіб), з Чехії на 13 % (або на 1,5 тис. осіб), з Німеччини на 6 % (або на 4,2 тис. осіб), з Литви на 3 % (або на 0,2 тис. осіб).

Слід зауважити певне падіння темпів виїзного туризму і його мотиваційний та географічний перерозподіл, що позитивно характеризує зміни на національному туристичному ринку. Основними партнерами

України на ринку зарубіжного туризму залишаються країни-сусіди, до яких спрямовані як туристичні, так і транзитні поїздки: Росія (34 %),

Польща (25 %), Угорщина (8%). Але запровадження візового режиму у відносинах з ними позначилось зменшенням виїзного потоку майже на 19% за цей рік. Відпрацьовується механізм роботи візового режиму з Польщею та Угорщиною, які з 1.05.2004р. стали членами Європейського Співтовариства. Змінюється мотиваційна структура туристичних подорожей українців за кордон - провідне місце займають поїздки з рекреаційною та екскурсійною метою. В ритміці виїзних потоків можна прослідкувати наявність двох "гарячих" сезонів - яскраво вираженого літнього та менш вираженого зимового. Виїзний турпотік за 9 міс. 2007 р. збільшився (за рахунок поїздок з організованого туризму та приватних подорожей), порівняно з 9 міс. 2011 р. на 4 % або на 462,1 тис. осіб та становив 13,3 млн. осіб.

Збільшення організованого туризму відбулося за рахунок зростання кількості подорожуючих за такими напрямками: Білорусь (на 25 % або на 9,4 тис. осіб), Польща (на 525 % або 253,1 тис. осіб), Австрія (на 53 % або на 7,8 тис. осіб), Туреччина (на 30 % або на 36,1 тис. осіб), Єгипет (на 45 % або на 27,3 тис. осіб).

Приватні поїздки збільшились за рахунок зростання кількості виїжджаючих українців до Молдови (на 18 % або на 100,1 тис. осіб), Румунії (на 209 % або на 191,3 тис. осіб), Словаччини (на 44 % або 39,5 тис. осіб), Єгипту (на 136 % або на 21,0 тис. осіб), Туреччини (на 23 % або на 58,0 тис. осіб), Італії (на 43 % або на 9,0 тис. осіб).

2.2 Особливості організації міжнародного туризму в Україні

Як показує практика міжнародних відносин, міжнародний туризм на всіх етапах свого розвитку є фактором, що сприяє покращенню взаємопорозуміння між державами і народами, важливим засобом укріплення миру і дружби, активним стимулятором розвитку зовнішньоекономічних,

торгових і культурних відносин. В цьому плані туризм завжди був, є і буде сприятливим підґрунтям розвитку міжнародного співробітництва. Тому більшість країн, зацікавлених у розвитку власних туристських зв'язків, проявляють турботу, щодо встановлення й розвитку широкого міжнародного співробітництва в цій сфері.

XXI століття - це століття науково-філософського прогресу, етнічного ренесансу та відкритих суспільств, що розвиває інтерес етносів до пізнання надбань народів світу. Найкраще це можна зробити через розвиток і використання туризму.

Підвищення рівня культури, науки, освіти, зростання обсягів міжнародної торгівлі, засобів транспорту, зв'язку, платежів сприяє збільшенню кількості та розмаїтості контактів, поїздок громадян, викликаних не тільки професійно-діловими, але й пізнавальними, оздоровчими та іншими цілями.

Останнім часом побудова ринкової моделі економіки в нашій країні вимагає розробки принципово нових підходів щодо формування ефективних механізмів регулювання саме в галузі вітчизняного туризму. Перші кроки в цьому напрямі показали, що даний процес досить складний. В Україні існує ціла низка проблем, які не сприяють розвитку туристичної галузі, призводять до суттєвого руйнування економічних і соціальних відносин у туристичній сфері.

Актуальними залишаються питання створення нормативно-правової бази державного регулювання в галузі туризму, податкової політики, приватизації й акціонування, створення інвестиційних умов, що стимулюють приплив коштів в об'єкти туристичної індустрії на території України. Насамперед, це стосується готельних і курортно-лікувальних підприємств країни, які можна ефективно розвивати, створюючи нові робочі місця, популяризуючи культурні цінності, багатство флори і фауни, рекреаційний потенціал нашої країни.

Крім того, необхідно обумовити повноваження та участь держави в регулюванні туристичного ринку, оскільки саме вона формує основні умови функціонування суб'єктів туристичної діяльності як на національному, так і на міжнародному ринку.

Аналізуючи роль держави в організації й розвитку туристичної діяльності в різних країнах світу, можна виділити три типи моделей державної участі в регулюванні цієї важливої складової національної економіки.

Перша модель припускає відсутність центральної державної туристичної адміністрації, всі питання вирішуються на місцях на засадах та принципах ринкової “самоорганізації”. Урядові органи використовують таку модель у тих випадках, коли туризм національній економіці взагалі не дуже потрібний, або коли суб'єкти туристичного ринку займають сильні позиції, тобто здатні вирішувати свої проблеми без державної участі. Подібна модель управління індустрією туризму прийнята в США після того, як в 1997 р. була ліквідована державна структура U.S. Travel and Tourism Administration (USTTA), що відповідала за розвиток туризму в країні.

Друга модель передбачає наявність сильного й авторитетного центрального органу - міністерства, що контролює діяльність усіх підприємств туристичної галузі в країні. Для її реалізації потрібні відповідні умови, а саме: значні фінансові вкладення в туристичну індустрію: зокрема у рекламну й маркетингову діяльність, інвестування в туристичну інфраструктуру тощо. Подібна модель організації управління туристичною індустрією діє в Єгипті, Мексиці, Тунісі, Туреччині та інших країнах, для яких туризм є одним з основних джерел валютних надходжень у бюджет.

Третя модель переважає в розвинених європейських державах. У країнах, де використовується така модель, питання розвитку туристичної діяльності в країні вирішуються в “надрах” певного багатогалузевого міністерства на рівні відповідного галузевого підрозділу. При цьому підрозділ даного міністерства, що відповідає за розвиток туризму в країні,

здійснює свою діяльність у двох напрямках: вирішує або регламентує загальні питання державного регулювання (розробка нормативно-правової бази, координація діяльності регіональної представницької й виконавчої влади, міжнародне співробітництво на міждержавному рівні, збирання й обробка статистичної інформації тощо) та спрямовує й координує маркетингову діяльність (участь у виставках і міжнародних об'єднаннях у туристичній сфері, управління туристичними представництвами своєї країни за кордоном тощо).

Така модель участі держави в розвитку індустрії туризму отримала умовну назву “європейської”. Доцільно розглянути європейську модель докладніше, оскільки вона уявляється найбільш прийнятною для України. Особливої актуальності дослідженню даної моделі надає не лише ситуація глобальних трансформацій у сучасному світі, але й вибір Україною європейського вектора розвитку, необхідність побудови в ній демократичного, відкритого громадянського суспільства [12].

Слід зауважити, що центральна державна туристична адміністрація в розвинених європейських країнах працює в тісній взаємодії з місцевою владою й приватним бізнесом. Така схема роботи виявилася досить продуктивною з погляду знаходження форм конструктивного співробітництва й взаємодії адміністративних органів різних рівнів державного та регіонального управління, а також для залучення фінансових коштів приватного сектора з метою виконання відповідних державних завдань. Наслідком такої політики стала поява змішаних за формою власності (державно-приватних) інститутів у сфері регулювання туристичної діяльності.

Варіанти реалізації третьої моделі управління туристичним сектором розглянемо на прикладі чотирьох європейських країн: Франції, Іспанії, Великобританії та Італії, на частку яких, за даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО) припадає близько 1/3 світових туристичних прибуттів.

За роки еволюції масового міжнародного туризму були розроблені й широко застосовуються різноманітні й ефективні форми співпраці в цій сфері. Основними цілями такої співпраці є:

- використання туристських зв'язків для укріплення взаємопорозуміння й довіри між країнами;
- використання туризму для розвитку взаємовигідних економічних і торгових відносин;
- розширення зв'язків і контактів по лінії науково-технічних та культурних організацій і окремих особистостей;
- створення на взаємних засадах більш сприятливих умов для туристського обміну між зацікавленими країнами, організація технічного співробітництва шляхом обміну туристською інформацією, розробка спільних стандартів і технологій обслуговування туристів, спрощення туристських формальностей. [25, с.46]

Двостороннє співробітництво виникає тоді, коли дві сторони домовляються між собою щодо довгострокових дій відносно розвитку взаємних туристських зв'язків. Цілі, форми і методи співробітництва закріплюються в спеціальних договорах, які зазвичай мають назву міждержавних (міжурядових) угод про співпрацю в сфері туризму. Такі угоди являють собою найбільш доступну й ефективну форму міжнародного співробітництва, тому що для їх узгодження й реалізації не потрібно створювати якихось складних організаційних структур. Тому практика двосторонніх угод широко застосовується багатьма країнами, зокрема й Україною. Нині наша країна уклала більше тридцяти двосторонніх міжнародних угод з країнами СНД, Західної Європи, Азії (Індією, Республікою Корея, Китаєм, В'єтнамом), Африкою (Єгиптом, Тунісом), Кубою, Ліваном, Сірією та Ізраїлем [10].

Практика підписання подібних міжнародних угод продовжується й сьогодні. Перевага надається встановленню договірних відносин з країнами, які є перспективними для України туристськими ринками. Вивчається

міжнародний прогресивний досвід щодо впровадження практики створення нормативно-правової бази туризму, організації функціонування високорентабельної туристської індустрії, державного регулювання та стимулювання галузі. Конкретні заходи цієї співпраці передбачають широку підтримку діяльності і співробітництва туристських організацій обох країн, спрощення (по можливості) прикордонних, митних та інших туристських формальностей і сприяння зростанню групових та індивідуальних подорожей між двома країнами. Значна увага звертається на обмін туристською інформацією, надання допомоги в підготовці професійних кадрів для сфери туризму і координації співробітництва туристських адміністрацій міжнародних туристських організацій [12, с.17].

Контроль за виконанням таких угод, як правило, покладається на національні туристські адміністрації, делегації яких регулярно зустрічаються для підведення підсумків виконаної роботи і її планування на наступний період.

Багатостороннє співробітництво передбачає координацію спільних дій щодо розвитку міжнародного туризму між кількома країнами. Така співпраця здійснюється на основі регулярного скликання міжнародних нарад, форумів з питань туризму і подорожей, а також створення і роботи різних міжнародних туристських організацій.

Головним координатором багатостороннього співробітництва в сфері туризму виступає ООН. З перших днів створення ООН туризм став об'єктом прискіпливої уваги як цієї організації, так і багатьох її спеціалізованих установ. Особливо важливу роль у розвитку міжнародного туризму відіграла ціла низка документів ООН.

Головні установи ООН, що займаються питаннями міжнародного туризму, - це Генеральна асамблея, Економічна і соціальна рада, Секретаріат; допоміжними установами по вирішенню цих питань є регіональні економічні комісії для Європи, Азії, Африки, Америки, які також регулюють проблеми регіонального туризму.

За своїм туристично-рекреаційним потенціалом Україна має всі можливості стати туристичною державою світового рівня. Розширення міжнародних зв'язків відкриває нові шляхи для просування національного туристичного продукту на світовому ринку, залучення до світового інформаційного простору, передового досвіду організації туристичної діяльності. Геостратегічна роль України як з'єднувальної ланки між Північчю і Півднем Європи, між Європою і країнами Кавказу очевидна. Демократичний вибір і послідовність у проведенні реформ, активний розвиток дво- та багатостороннього співробітництва як з усіма європейськими державами, так і з провідними інституційними структурами та економічними об'єктами.

Україна відкрита для міжнародного туристичного співробітництва, яке повною мірою віддзеркалює загальноєвропейські інтеграційні політичні та соціально-економічні процеси, враховує основні загальнонаціональні пріоритети. Виходячи з національних інтересів, міжнародна туристична політика України багатовекторна, реалізується на засадах економічної доцільності та взаємовигідної співпраці з конкретною країною або регіоном, враховує особливості певного туристичного ринку.

Першочерговим напрямком діяльності у цій сфері є розбудова договірно-правової бази зовнішніх відносин, укладання міжнародних угод міжурядового та міжвідомчого характеру про співробітництво в галузі туризму.

Перевага і далі надаватиметься встановленню договірних відносин з країнами, що є перспективними для України туристичними ринками, вивченню та впровадженню практики створення нормативно-правової бази туризму, організаційних засад функціонування високорентабельної туристичної індустрії, прогресивного досвіду державного регулювання та стимулювання галузі. Створення та діяльність спільних міжурядових комісій з питань економічного та науково-технічного співробітництва є дієвим фактором реалізації міжнародних договорів у сфері туризму.

Активно розвивається співпраця у складі численних спільних міжурядових комісій з питань економічного та науково-технічного співробітництва, особливо з країнами, з якими створено правову базу співробітництва, метою є формування в їх межах робочих груп по туризму. Реалізуючи положення укладених міжнародних угод про співробітництво в галузі туризму, створюються міжвідомчі робочі групи по туризму, регулярно проводяться їх засідання з метою аналізу та вирішення поточних проблем двостороннього співробітництва, визначення шляхів активізації туристичних обмінів. Так, вже створено Українсько-Турецьку спільну комісію з питань співробітництва у сфері туризму, Змішану українсько-польську комісію з питань туризму, плідно розвиваються взаємовідносини в галузі туризму в рамках міжурядових українсько-узбецької, українсько-турецької, українсько-грецької, українсько-кубинської, українсько-австрійської, українсько-баварської, українсько-німецької, українсько-словацької, українсько-словенської, українсько-латвійської, українсько-в'єтнамської, українсько-російської, українсько-угорської спільних комісій. Створено робочі групи з туризму в складі зазначених міжурядових органів, зокрема українсько-австрійської, українсько-німецької, українсько-латвійської та українсько-болгарської спільних комісій.

Працівники центрального апарату Державного комітету туризму України, відповідних структурних підрозділів у складі обласних, Київської та Севастопольської міських державних адміністрацій, керівники провідних туристичних підприємств мають активніше та систематично долучатися до участі у державних заходах у сфері зовнішніх зносин.

Безумовною складовою міжнародних зв'язків є розвиток інституційного співробітництва. Через безпосередню участь у діяльності світових і міжнародних структур усіх рівнів практично реалізуються договірні відносини, активізується входження України в світовий туристичний простір. Можливості використання організаційно-фінансових механізмів міжнародних органів для підвищення економічної ефективності

національної туристичної галузі важко переоцінити. Країни плідно співпрацюють в рамках членства у Всесвітній туристській організації. Структуру ВТО ми можемо розглянути на таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Структура Всесвітньої туристичної організації



Основними напрямками багатостороннього співробітництва країн-членів Всесвітньої туристської організації є питання глобальної координації

туристичної діяльності, вироблення світової туристичної політики, узгодження статистичної методології. [30, с.196]

У жовтні 1997 р. на 12-ій сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристської організації (ВТО), що відбулася у м. Стамбулі (Туреччина) Україна стала Дійсним членом цієї Організації. А вже через два роки, у вересні 1999 р. на 13-ій сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристської організації, що проходила у м. Сантьяго (Чилі) Україну було обрано у Виконавчу раду ВТО. На цій же сесії Генеральної асамблеї ВТО Навчально-науково-виробничий комплекс «Туризм, готельне господарство, економіка і право» у м. Києві вступив до Ділової ради (ДР) ВТО. Членом Ділової ради ВТО також є Готельний комплекс «Дніпро». На 14-й сесії Генеральній асамблеї ВТО до ДР ВТО вступило Головне управління комунального і готельного господарств та туризму Київської міської державної адміністрації. Членство України у Всесвітній туристській організації, що є головною міжнародною міжурядовою організацією у галузі подорожей і туризму, виконавчим органом ООН, відповідальним за активізацію та розвиток туризму, розробку та впровадження світової туристичної політики, значно підвищило імідж і авторитет нашої держави у туристичному співтоваристві, створило передумови подальшого розвитку національного туризму відповідно до тенденцій світового туристичного ринку з залученням до інформаційної мережі, прогресивних технологій, інвестиційних пропозицій, системи професійної підготовки, наукових досліджень, передових надбань найбільш розвинутих туристичних держав світу, відкрило нові можливості налагодження взаємовигідної співпраці з країнами-членами на всіх рівнях - двосторонньому, багатосторонньому, регіональному.

Виконавча рада є керівним органом ВТО, що формує світову туристичну політику, активно впливає на її впровадження, контролює бюджетні питання. Включення України до складу Виконавчої ради ВТО має стратегічне значення з огляду на створення передумов подальшого розвитку національного туризму відповідно до тенденцій світового туристичного

ринку, диверсифікацію форм взаємовигідної співпраці з країнами-членами, розширення можливостей використання механізмів цієї організації для підвищення ефективності національної туристичної галузі з урахуванням процесів глобалізації, що відбуваються в світі, просування українського турпродукту на міжнародному ринку, збільшення надходжень до державного бюджету, покращення іміджу нашої держави у туристичному співтоваристві, підвищення авторитету та впливовості України у світі, розширення державно-приватного партнерства, впровадження новітніх технологій і передових методів підготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів відповідно до світових стандартів.

Зважаючи на те, що Україна є порівняно молодим членом ВТО, можна з впевненістю говорити про визнання зростаючої ролі туристичного потенціалу нашої країни на світовому туристичному ринку, сприйняття нашої країни світовою спільнотою як великої європейської держави з багатими природно-рекреаційними та історико-культурними ресурсами, потужною туристичною інфраструктурою, що послідовно йде курсом демократичних реформ і має значні перспективи соціально-економічного розвитку.

Взаємовідносини з ВТО поглиблюватимуться за такими основними напрямками: співробітництво з метою розвитку; розвиток людських ресурсів; сталий розвиток туризму; якість розвитку туризму; статистика та економічний вимір ринку; дослідження ринку та просування туризму; комунікації та документація; розвиток співробітництва в рамках Ділової ради ВТО.

Плідно розвивається діяльність Ради по туризму держав-учасниць Угоди про співробітництво в галузі туризму, підписаної 1993 р. у м. Ашгабаті Головами Урядів країн-учасниць Співдружності незалежних держав, у тому числі України; з жовтня 2000 р. Україна головує в Раді по туризму СНД. Існує співпраця в рамках робочої групи по туристичному співробітництву Чорноморського економічного співробітництва (ЧЕС) на основі

багатосторонньої Угоди про співробітництво в галузі туризму між країнами Чорноморського економічного співробітництва 1994 р. та Декларації Ялтинського саміту, підписаної 5 червня 1998 р. Стабільно розвивається співробітництво в межах Робочої групи по туризму Центральноевропейської ініціативи (ЦЄІ) відповідно до Комплексного плану співробітництва України з ЦЄІ 1995 р., реалізуються спільні проекти ЦЄІ “Стратегічний туристичний маркетинг”, “Мережа центрів туристичної інформації в країнах ЦЄІ”, “Розвиток сільського туризму в країнах ЦЄІ”, “Розвиток культурного туризму в країнах ЦЄІ”. [29, с.103]

Стратегічною метою розвитку туристичного співробітництва України в рамках зазначених міжнародних регіональних органів є забезпечення національних інтересів у глобалізаційних та інтеграційних процесах європейського туристичного ринку через участь у створенні єдиного туристичного простору Єврорегіону як зони вільної торгівлі туристичними послугами та свободи туристичного руху, ефективному використанні туристично-рекреаційного потенціалу для інтенсифікації туристичних потоків, розробці спільного конкурентоспроможного туристичного продукту країн-учасниць, насамперед, міжнародних туристичних маршрутів, таких як “Туризм по Шовковому шляху”, а також по рекреаційних зонах Чорноморського узбережжя, річок Дунай та Дніпро, спільному просуванні турпродукту на міжнародному ринку з метою збільшення обсягів туристичних обмінів, підвищення економічної ефективності туризму як передумови соціально-економічного розвитку країн. [27, с.173]

Розвиток спільного інформаційного простору, створення централізованих туристичних банків даних, технічна та технологічна кооперація, проведення спільних досліджень ринку і маркетингових заходів, вироблення та впровадження стандартів якості туристичних послуг, вирішення комплексу питань, пов'язаних зі спрощенням туристичних пересувань, прикордонних і митних формальностей, лібералізацією торгівлі туристичними послугами, забезпеченням безпеки туристів, узгодження

законодавчої бази, здійснення спільних навчальних і стажувальних програм з метою формування високопрофесійних туристичних фахівців, розбудова інфраструктури туризму, в тому числі облаштування мережі міжнародних транспортних коридорів, розвиток курортів, залучення інвесторів, фондів структур, приватного сектора у туристичну індустрію, зокрема Єврорегіону, для фінансування міжнародних проектів, - все це актуальні питання багатостороннього співробітництва країн ЧЕС, ЦЕІ, СНД, Балтійського регіону.

Невід'ємною складовою розбудови міжнародних відносин у сфері туризму є поглиблення співпраці з іншими міжнародними органами в галузі туризму.

Державна служба туризму приділяє велику увагу розвитку співробітництва з Європейським Союзом (ЄС) з огляду на можливості просування національного туристичного продукту на європейському ринку, залучення до інформаційного простору, передового досвіду організації туристичної діяльності, посилення євроінтеграційних процесів у нашій державі. Адже за своїм туристично-рекреаційним потенціалом Україна має всі можливості стати одним з провідних європейських туристичних центрів.

Розвиток співпраці з ЄС відбувається згідно з програмою імплементації Угоди про партнерство і співробітництво між Україною та ЄС, Указом Президента України від 11.06.1999 р. № 615/98 "Про затвердження Стратегії інтеграції України до Європейського Союзу" та від 14.09.2000 р. № 1072/2000 "Про Програму інтеграції України до Європейського союзу", рішеннями Саммітів Україна-ЄС, Державною програмою підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції України та Державною програмою інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на, затвердженими Указом Президента України від 13.12.2003 р. № 1433/2003, постановою Кабінету Міністрів України від 31.03.2004 р. № 417 "Про додаткові заходи щодо посилення роботи з адаптації законодавства України до законодавства

Європейського Союзу”, дорученням Прем'єр-міністра України від 29.01.2002 р. № 956/3 до Постанови Верховної Ради України від 17.01.2002 р. № 2999-III “Про рекомендації за підсумками парламентських слухань з питань реалізації державної політики інтеграції України до Європейського Союзу”, розпорядженнями Кабінету Міністрів України від 28.06.2003 р. № 382-р “Про першочергові заходи з виконання Угоди про партнерство та співробітництво між Україною та Європейськими Співтовариствами (Європейським Союзом) і удосконалення інституційного забезпечення діяльності органів виконавчої влади у сфері європейської інтеграції” та від 4.03.2004 р. № 111-р “Про заходи щодо реалізації пріоритетних положень Програми інтеграції України до Європейського Союзу в 2004 році”, іншими дорученнями Глави української держави, розпорядженнями та дорученнями Уряду України, що стосуються співробітництва України з ЄС, рекомендаціями міністерства закордонних справ України, актами міжнародного права.

Міжнародна діяльність не повинна традиційно залишатися пріоритетом держави, центрального органу виконавчої влади в галузі туризму - Державного комітету молодіжної політики, спорту і туризму України та має розвиватися також на регіональному та місцевому рівні. Регіони мають більше усвідомлювати важливість розширення міжнародних зв'язків, розбудови міжнародної договірної бази. Зарубіжний досвід свідчить про неухильну децентралізацію, підвищення ролі місцевих органів влади у розвитку туристичних регіонів багатьох країн. Значною перешкодою розвитку інституційного співробітництва залишається відсутність бюджетного фінансування цього виду діяльності. Ефективний розвиток міжнародної діяльності безпосередньо залежить від надання організаційно-методичної та фінансово-економічної підтримки туризму з боку держави.

Туризм - високоприбутковий сектор економіки та чинник підвищення міжнародного авторитету. Необхідно, щоб визнання туризму як індустрії супроводжувалося виділенням відповідних ресурсів з боку держави. Досвід країн розвинутого туризму доводить, що без державних вкладень розвиток

туризму неможливий, при цьому вкладення є, по суті, не витратами, а інвестиціями у галузь, що дає високі та швидкі прибутки [11].

Вище названі організації - це лише окремі приклади успішного функціонування міжнародних туристських організацій, форми та принципи їх діяльності. Міжнародна співпраця в сфері туризму має яскраво виражену інтегративну тенденцію та спрямованість на подальше вдосконалення, що, поза сумнівом, позитивно позначиться на загальному розвитку цієї галузі як у глобальному масштабі, та і для кожної країни окремо а саме, в нашому випадку, для України.

Отже на сьогоднішній день Україна зайняла свої позиції на міжнародній арені туристичного бізнесу. Держава економічно співпрацює з багатьма країнами світу в сфері туризму.

2.3 Проблеми організації виконання туристичних операцій в Україні

Сучасні форми діяльності туризму характеризуються взаємодією значної кількості туристичних організацій, що діють у національних і міжнародних межах. Сфера туризму являє собою складний механізм як з технічного, так і з організаційного з точки зору. Туристичні райони характеризує складна організаційна структура, зумовлена взаємодією національних підприємств туріндустрії з підприємствами традиційних секторів (промисловість, сільське господарство тощо) та транснаціональними корпораціями.

Залучення до туристичної індустрії виробництв як матеріальної, так і духовної сфери, втягнення в орбіту її впливу ряду суміжних галузей, специфіка виробничого продукту обумовлює винятково складний і комплексний характер впливу туризму на національну економіку та підвищує відповідальність держав за ефективність їх туристичних зв'язків.

Наприклад, на слуханнях у Конгресі США з політики в галузі туризму зазначалося, що "туризм і подорожі надто важливі для економіки і надто значна є конкуренція на світовому ринку, щоб федеральний уряд залишався в стороні". Аналогічної позиції дотримуються й інші країни.

Сьогодні в більшості країн світу на державній основі створені національні туристичні організації, основним завданням яких є загальне керівництво розвитком туризму, збільшення надходжень валюти від іноземного туризму, розширення туристичного сезону і напрямків туристичних потоків у нові райони країни. В рамках своїх повноважень державні туристичні організації проводять рекламну, організаційну та дослідницьку роботу.

За даними Всесвітньої туристичної організації, одержаними на основі дослідження майже 100 національних туристичних організацій, усі вони займаються організацією туризму на національному та міжнародному рівнях, а саме: представництвом на національних і міжнародних нарадах, конференціях, участю в міждержавних переговорах, збиранням та обробкою статистичних даних на основі анкет, опитувань і вивчення поведінки туристів, як власними силами, так і за допомогою спеціалізованих фірм.

Більшість національних туристичних організацій займаються регулюванням і контролюванням підприємств туристичної індустрії, зокрема: розробкою та регулюванням готелів і додаткових засобів розміщення, контролем цін, класифікацією, видачею ліцензій та дозволів на будівництво, модернізацію та розширенням об'єктів, розробкою правил і регулюванням діяльності турагентств і туроператорів, питаннями законодавства, здійсненням контролю за його виконанням, видачею ліцензій на відкриття туристичних організацій, їх класифікацією.

70% національних туристичних організацій займаються питаннями, пов'язаними з виконанням рішень різноманітних міжнародних форумів зі скасування чи послаблення прикордонних формальностей для туристів. У 60 країнах вони приймають участь у підготовці кадрів, як шляхом організації

семінарів, навчальних циклів, так і створенням шкіл готельного господарства, туризму. В 67 країнах національні туристичні організації беруть участь у заходах, спрямованих на збереження, захист і використання туристичних ресурсів, займаються оцінкою туристичних ресурсів своїх країн. Особливо виділяється участь у кампаніях із захисту природи, створення національних парків і заповідників.

Обсяг прав і повноважень національних органів з туризму не є однорідним у різних державах і варіює в залежності від рівня розвитку в них туризму. В одних країнах це спеціалізовані міністерства з туризму (Італія, Сирія, Пакистан) чи управління з туризму, що за своїм статусом прирівнюються до міністерств, в інших - питаннями туризму відає департамент визначеного Урядом одного з галузевих міністерств (Австрія), в третіх країнах це неурядові комерційні організації, в основному національна асоціація туристичних агентств (Норвегія). Компетенція, завдання та функції національних органів і рівень урядового контролю за ними з боку держави також відрізняються.

За даними Конгресу США, майже всі країни світу - 175 держав, у тій чи іншій мірі регулюють сферу іноземного туризму. Необхідність координуючої та стимулюючої участі держави підкреслюється і в рекомендаціях міжнародних організацій.

У матеріалах Симпозіуму Європейської Економічної Комісії ООН з планування туризму визначається, що "туризм являє собою комплексне явище, пов'язане з різними життєво важливими галузями діяльності. Він містить у собі як можливості для розвитку, так і значні небезпеки" [10].

Процес росту будь-якої економіки залежить від ряду взаємодіючих зусиль. Однією з основних ланок є державна політика туризму.

Туристична політика є одним із видів соціально-економічної політики держави. Туристична політика держави – це діяльність держави з розвитку туристичної індустрії та суб'єктів туристичного ринку, вдосконалення форм

туристичного обслуговування громадян і закріплення на їх основі свого політичного, економічного та соціального потенціалу [6].

Туристична політика є системою методів, впливів і заходів соціально-економічного, правового, зовнішньополітичного, культурного та іншого характеру, яка здійснюється парламентами, урядами, державними приватними організаціями, які відповідають за туристичну діяльність з метою регулювання та координації туристичної галузі, створення умов для розвитку туризму [10].

Поняття "туристична політика" виникло з того часу, коли туризм перетворився в масове соціально-економічне явище і почав відігравати важливу роль в економіці багатьох країн.

Головне в туристичній політиці – це вплив на розвиток туризму уповноважених органів.

У залежності від рівня, на якому вона визначається і реалізується, розрізняють: державну туристичну політику, регіональну і туристичну політику окремих підприємств, які займаються туризмом.

Державна туристична політика являє собою своєрідний спектр загальної політики держави.

Необхідність впливу державних органів на розвиток туризму доведена світовою практикою.

В Гаазькій декларації з туризму, прийнятій у квітні 1989 року, сказано: "Туризм повинен плануватися державною владою, а також владою і туристичною індустрією на комплексній і послідовній основі з урахуванням усіх аспектів цього феномена" [1].

Вважається, що можливості саморегулювання туристичної галузі, характерні для раннього етапу розвитку, в даний час вичерпано.

Причинами цього є:

масовість туристичних подорожей;

включення багатьох країн і регіонів у туристичний бізнес і загострення конкурентної боротьби на міжнародному туристичному ринку;

збільшення кількості галузей, організацій і підприємств, зайнятих у сфері туризму;

посилення економічної, соціальної, культурної та політичної ролі туризму в національному і міжнародному масштабах.

Державна туристична політика в Україні

Практично в усіх країнах світу держава бере активну участь у фінансуванні та створенні туристичної інфраструктури.

Від розвитку туристичної індустрії напряду залежить кількість нових робочих місць, збільшення надходжень до бюджету, культурний обмін між представниками різних національностей тощо. Держава, визнаючи туристичну діяльність як одну із пріоритетних галузей економіки, сприяє розвитку туристичної діяльності і створює сприятливі умови для її функціонування. При цьому основними цілями державного регулювання туристичної діяльності є:

забезпечення прав громадян на відпочинок, свободу пересування тощо;
створення умов для діяльності, спрямованої на виховання, навчання й оздоровлення туристів;

розвиток туристичної індустрії, створення нових робочих місць, збільшення доходів держави;

збереження об'єктів туристичного показу, раціональне використання природного та культурного потенціалу країни, туристичних ресурсів.

Державне регулювання туристичної діяльності здійснюється через:

створення нормативно-правової бази, спрямованої на упорядкування та вдосконалення відносин у галузі туристичної індустрії;

гармонізацію української нормативно-правової бази туризму з міжнародним правом;

сприяння в просуванні турпродукту на внутрішньому та світовому туристичних ринках;

ліцензування, стандартизацію в туристичній індустрії, сертифікацію туристичного продукту;

встановлення правил в'їзду, виїзду та перебування на території України;

прямі бюджетні асигнування на розробку та реалізацію державних цільових програм розвитку туризму;

захист прав та інтересів туристів, забезпечення їх безпеки;

сприяння кадровому забезпеченню туристичної діяльності, розвиток наукових досліджень у галузі туристичної індустрії

Створення нормативно-правової бази, що врегульовує і впорядковує відносини в галузі туристичної індустрії, є пріоритетним і найбільш важливим напрямком державної політики в галузі туризму. Серед загальних і найбільш суттєвих причин гальмування розвитку туристичної індустрії в Україні можна назвати такі:

відсутність цілісної системи державного управління туризмом у регіонах;

підпорядкованість закладів розміщення, санаторно-курортних, оздоровчих і рекреаційних закладів, які надають туристичні послуги, різним міністерствам, іншим органам центральної виконавчої влади;

нечітке визначення у законодавстві належності підприємств готельної індустрії до сфери туризму;

недосконалість законодавчої бази, що стосується розвитку туристичної індустрії;

недостатність методично-інформаційної та матеріальної підтримки суб'єктів підприємництва в галузі туризму з боку держави;

практична відсутність інноваційних проектів і наукових досліджень з питань розвитку перспективних видів туризму;

недосконалість статистики з питань туризму;

недостатня кадрова забезпеченість туристичної галузі;

недостатність державної підтримки та комплексного підходу до рекламування туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринку туристичних послуг;

відсутність належної цільової та діючої туристичної інфраструктури;
невідповідність рівня сервісу європейським стандартам обслуговування клієнтів;

негнучкість системи оподаткування.

Інституційні засади державної політики

Відсутність у 1989 - 1993 роках структур і важелів державного регулювання туризму призвела до руйнування важливих складових частин інфраструктури галузі, розпаду соціально-орієнтованого внутрішнього туризму, відпливу значних коштів за кордон, а також до погіршення матеріально-технічної бази.

Важливим кроком стало прийняття у вересні 1995 року Верховною Радою України Закону України "Про туризм" (першого на теренах колишнього СРСР), який окреслив стратегічну лінію і конкретні завдання розвитку туристичної сфери, став свідченням посилення уваги з боку законодавчої та виконавчої гілок влади до туристичної галузі, її проблем і перспектив. На його підставі прийнято ряд підзаконних актів, завдяки яким туристичну діяльність було введено до правового поля. Це сприяло піднесенню авторитету держави, її впевненому входженню до світового туристичного процесу, в якому діють цивілізовані норми і правила туристичної діяльності.

Базуючись на положеннях Закону України "Про туризм":

у 1996 році розроблено і затверджено Кабінетом Міністрів України Програму розвитку туризму в Україні до 2005 року;

у 1997 році створено Національну раду з туризму;

Указами Президента України від 28.09. 96 р. № 880 створено Фонд "Намисто Славутича", від 21.09.98 р. № 1047/98 встановлено День туризму, який відзначається в Україні на державному рівні щорічно 27 вересня, від 10.08.99 № 973/99 схвалено основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року;

Україну в 1997 році прийнято до Діючих членів Всесвітньої Туристської Організації (ВТО), а у вересні 1999 року на 13 Генеральній асамблеї ВТО у м. Сантьяго (Чилі) обрано до керівного органу ВТО - Виконавчої Ради. До Ділової Ради ВТО увійшли також Київський інститут туризму, економіки і права та готельний комплекс "Дніпро" (м. Київ);

завершується робота з формування в туристичній галузі управлінської вертикалі шляхом створення підрозділів з питань туризму в місцевих органах виконавчої влади;

успішно розвивається співробітництво у сфері туризму в рамках міжнародних організацій ЧЕС та ЦЄІ, Ради туризму країн-учасниць СНД. У 1998 за участю української делегації прийнято Тбіліську декларацію країн-учасниць СНД щодо створення сприятливих умов для стабільного розвитку туризму;

розроблено Національну систему туристично-екскурсійних маршрутів "Намісто Славутича";

введено державну статистичну звітність у галузі туризму;

запроваджено ліцензування суб'єктів туристичної діяльності всіх форм власності;

спільно з Комітетом Верховної Ради України з питань молодіжної політики, фізичної культури, спорту і туризму доопрацьовуються окремі доповнення до Законів України "Про туризм", "Про страхування", "Про податок на додану вартість", до проекту закону "Про сільське (фермерське) господарство";

укладено 26 міжурядових та міжвідомчих угод про співробітництво в галузі туризму з зарубіжними країнами;

запроваджено щорічне проведення міжнародних туристичних салонів у містах Києві, Львові, Одесі, Харкові, Ялті та ін.;

стала традиційною участь національних стендів України у престижних туристичних біржах і ярмарках (Лондон, Берлін, Варшава, Москва, Мілан, Санкт-Петербург тощо);

введено в дію Програму забезпечення захисту та безпеки туристів і Положення про пошуково-рятувальну службу суб'єктів туристичної діяльності;

у липні 2000 року з метою об'єднання зусиль працівників суб'єктів туристичної діяльності та суміжних галузей, захисту їх законних інтересів, сприяння поліпшенню обслуговування туристів і розвитку туризму в Україні засновано громадську організацію - Всеукраїнський Союз працівників асоціацій, підприємств і організацій туристичної сфери ("УкрСоюзТур").

Напрямки державної політики в галузі туризму

Основними напрямками державної політики в галузі туризму є [8]:

залучення громадян до раціонального використання вільного часу, проведення змістовного дозвілля, ознайомлення з історико–культурною спадщиною, природним середовищем, організація оздоровлення населення;

забезпечення раціонального використання та збереження туристичних ресурсів, становлення туризму, як високорентабельної галузі економіки України, або створення ефективної системи туристичної діяльності для забезпечення потреб внутрішнього та іноземного туризму;

створення сприятливого для розвитку туризму податкового, валютного митного, прикордонного та інших видів контролю;

створення економічних умов, які стимулюють розвиток туризму в Україні;

запровадження пільгових умов для організації туристичної та екскурсійної роботи серед дітей, підлітків, молоді, інвалідів і малозабезпечених верств населення;

заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток туристичної індустрії;

встановлення порядку стандартизації, сертифікації та ліцензування в галузі туризму; впровадження системи статистичної звітності суб'єктів туристичної діяльності;

визначення порядку управління державною власністю в галузі туризму;

створення рівних можливостей на ринку туристичних послуг для суб'єктів підприємництва незалежно від форм власності, сприяння розвитку конкуренції, забезпечення дотримання у цій галузі антимонопольного законодавства;

забезпечення безпеки туристів, захист їх прав, інтересів і майна;

підтримка розвитку туризму в регіонах, визначення статуту окремих туристичних центрів, створення умов для пріоритетного розвитку туристичної індустрії;

організація та розвиток системи наукового забезпечення галузі туризму, підготовка та підвищення кваліфікації туристичних кадрів;

розвиток співробітництва з зарубіжними країнами та міжнародними організаціями, участь у міжнародних програмах розвитку туризму, розробка та укладання міжнародних двох- і багатосторонніх договорів у галузі туризму та визначення механізму їх реалізації.

Інструменти реалізації політики в сфері туристичних послуг

Економічне регулювання туристичної сфери на державному рівні здійснюється з метою:

збільшення валового національного доходу від туристичної діяльності;

захисту прав споживача туристичних послуг;

організації туристичної діяльності в цивілізованих межах.

Збільшення валового національного доходу за рахунок туризму регулюється податковим законодавством.

Поповнення місцевих бюджетів за рахунок туризму досягається додатковими місцевими податками, зборами і платежами (туристичний податок, готельний податок, курортний податок тощо).

Захист споживачів туристичних послуг на державному рівні здійснюється: для фізичних осіб у межах Закону України "Про захист прав споживача", а також в судовому порядку, а для юридичних осіб - в судовому порядку через арбітражний суд.

Організація туристичної діяльності в цивілізованих межах регулюється:

нормативно-правовими актами про реєстрацію юридичних та фізичних осіб, які займаються підприємницькою діяльністю;

законодавчими актами про сертифікацію туристичних послуг і ліцензування туристичної діяльності;

податковим законодавством;

нормативними актами про зовнішньоекономічну діяльність;

митними нормативно-правовими актами.

Про важливість туристичного сектора свідчить його частка і динаміка кількості зайнятого населення, валютних надходженнях, його загальний внесок в прогрес розвитку. Туризм сприяє процесу розвитку, здійснюючи побічний вплив.

Економічні методи регулювання розвитку туристичного бізнесу реалізуються через фінансування сфери туризму за допомогою державних і місцевих організацій та відомств - міністерств, міністерських фондів, бюджетів муніципальних властей, округів, областей - через розподіл коштів фондів, одержаних від міжнародних організацій та іноземних держав на розвиток туризму, та пряме виділення коштів на функціонування державних органів з туризму.

Теоретична та практична можливість збитковості туризму вимагає втручання державних органів. Це втручання проявляється у виплаті дотацій туристичній індустрії, участі в експлуатації, підтримці малорентабельних підприємств. Держава покриває і витрати на негативні явища, що можуть виявитися не одразу (погіршення екологічного середовища, стану пам'яток історичного та культурного минулого, антисоціальні явища). Державні органи та місцева влада несуть частину витрат на організацію соціального туризму, тобто туристичних поїздок для малозабезпечених соціальних верств населення. Найбільшого поширення набули такі види підтримки здійснення поїздок в період відпусток, як виділення спеціальних фінансів і надання щорічних пільг чи знижок на поїздки та компенсація туріндустрії за розміщення по зниженим тарифам. Як правило, в субсидуванні соціального

туризму приймають участь, поряд з державними органами профспілки, суспільні організації.

Нерідко державні витрати здійснюються прямою участю державних органів в експлуатації туристичних об'єктів і підприємств - готельних чи транспортних компаній: авіаційних, залізничних та морських, що потребують субсидій та дотацій.

Майже всі країни, як розвинуті, так і ті, що розвиваються, здійснюють ті чи інші заходи з стимулювання розвитку туризму. Зокрема, в підготовленому ВТО економічному огляді світового туризму наведено 11 видів заходів, що використовують уряди 90 обстежених країн [10]. Це: субсидії, дотації, надання довгострокових позичок за низькими процентними ставками, гарантії, спільне володіння, зниження або скасування податків, різні засоби стимулювання для залучення іноземних вкладників, надання державної землі під будівництво тощо.

Аналіз розвитку туризму в країнах Карибського басейну показує, що саме державі належить вирішальний внесок у створення державних органів в цьому регіоні. Серед головних напрямів діяльності державних органів можемо виділити: проведення сприятливої податкової політики, розвиток інфраструктури та об'єктів загального користування аеропортів, доріг, систем водопостачання тощо; підготовка персоналу і реклами тощо.

Дослідження туризму як специфічної сфери господарства дозволяє зробити висновок про тенденцію росту ролі та значення капіталовкладень у неї.

Як свідчить зарубіжний досвід, держава, як правило, бере активну участь у фінансуванні будівництва споруд з тривалим строком окупності. В цілому вважається, що "без стимулювання державного розвитку туризму й особливо готельного сектора вони не змогли б досягнути сучасного рівня операцій" [10].

Навіть в умовах відносно розвинутої економіки та орієнтації забезпечення туріндустрії на місцеві ресурси розвиток туризму неминуче

призводить до імпорту певних видів товарів та устаткування, що впливає на чистий дохід від міжнародного туризму.

У випадку, коли держава не має достатніх фінансових коштів, що особливо характерно для країн, які розвиваються, вживають спеціальні заходи по залученню іноземної допомоги. Оскільки серед бажаючих її одержати існує певна конкуренція, зацікавлені країни проводять відповідну політику із залучення іноземного капіталу. Для стимулювання іноземного капіталовкладення надаються різноманітні пільги (скасування податків, гарантії на отримання прибутку та його перехід).

Загострення конкурентної боротьби в умовах підвищення попиту на ринках капіталу та пропозиції на ринках туристичних послуг призводить до появи нових форм і методів організації надання туристичного обслуговування - виникають спеціалізовані вільні туристичні зони.

Витрати держбюджету на туризм теоретично можуть і практично в усіх країнах досягають значних розмірів. Можливе і перевищення витрат над доходами, внаслідок чого держави зацікавлені в підвищенні ефективності діяльності індустрії туризму.

Одним з інструментів державного регулювання у сфері туристичних послуг є процес ліцензування.

З 1994 року з метою захисту інтересів споживачів туристичних послуг і створення рівних можливостей для суб'єктів підприємництва на туристичному ринку України введено ліцензування окремих видів туристичної діяльності [10].

Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 рр.

Програма передбачала планомірний і швидкий розвиток туристичної галузі, як однієї з ключової серед галузей народного господарства України. Вона висвітлює економічні та соціальні передумови розвитку туризму в Україні, зазначені джерела фінансування практичної реалізації проектів, передбачених програмою. Програма висвітлює умови сертифікації, стандартизації та ліцензування суб'єктів туристичної індустрії.

Аналіз положень нового закону «Про туризм»

У 1995 році прийнятий новий закон «Про туризм». У пресі була порушена дискусія, в якій піддавались критиці деякі положення нового закону, зокрема, ст. 15 і частина 3 ст. 5 (про фінансове забезпечення і виключну діяльність туроператорів) [7] . Остання стаття створювала значні проблеми для приймаючих компаній, оскільки більшість курортів у Криму і Карпатах мають яскраво виражену сезонність. Багато спеціалістів зазначали необхідність внесення змін у тільки що внесені зміни в закон «Про туризм». Тому згодом до розгляду у Верховній Раді був внесений законопроект, автором якого була народний депутат України Т.С. Прошкуратова (див. Додаток 2). Разом із внесеними змінами Закон України про внесення змін до Закону України „Про туризм” має низку позитивних і негативних моментів.

Прогресивні моменти

Дано чітке визначення термінів «туристичний продукт», «характерні туристичні послуги та товари», «супутні туристичні послуги та товари», інших.

Розширено і водночас конкретизовано коло суб'єктів туристичних відносин. Ними можуть бути:

туристичні оператори та туристичні агенти, які підлягатимуть ліцензуванню;

інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення, харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг, які не потребуватимуть ліцензії;

гіди-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори та інші фахівці туристичного супроводу, які отримали право на здійснення туристичного супроводу;

інші особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення, харчування тощо.

Чітко визначені заходи забезпечення безпеки туристів, які повинні вживатися суб'єктами туристичної діяльності.

Введена нова стаття, яка передбачає присвоєння категорійності об'єктам туристичної інфраструктури (присвоюватиметься категорія якості та рівня обслуговування).

Альтернативою укладення договору з клієнтом є видача ваучера - за бажанням туриста чи самого суб'єкта (до цього часу, крім укладення договору, необхідно було обов'язково виписувати і туристичний ваучер). Однак раціональність цього нововведення спірна.

Передбачено, що таким закладам розміщення, як мотелі, будинки відпочинку, санаторії, пансіонати, і бути суб'єктом туристичних відносин, достатньо укласти договір на готельне обслуговування з: проживаючим або туроператором (турагентом).

Значно розширено права об'єднань суб'єктів туристичної діяльності та неприбуткових організацій у галузі туризму. З 1 січня 2003 року вони можуть спрямовувати свою діяльність на:

розробку власних стандартів туристичного, готельного, екскурсійного обслуговування, схвалення кодексів ustalеної практики та правил професійної етики;

впровадження власних систем контролю якості здійснення туристичної діяльності;

саморегулювання в галузі туризму.

Негативні моменти:

Статтею 15 Закону впроваджено фінансове забезпечення відповідальності туроператора та турагента мета якого - покриття відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом. Законом передбачено, що це може бути покриття витрат, пов'язаних із поверненням туриста в місце

постійного проживання, відшкодування вартості ненаданих послуг.

Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора має становити суму в еквіваленті неменшу, ніж 20 000 євро. Розмір фінансового

забезпечення туроператора, який надає послуги виключно з внутрішнього та в'їзного туризму, має становити суму, еквівалентну, не меншу ніж 10 000 євро. Мінімальний розмір фінансового забезпечення турагента має становити суму, еквівалентну, не менше 2000 євро.

В таких умовах працювати на ринку туристичних послуг зможе не так уже й багато туристичних фірм, оскільки розмір фінансового забезпечення для переважної кількості фірм надзвичайно великий.

Невизначений механізм фінансового забезпечення. В Законі сказано тільки, що це має бути гарантія банку або іншої кредитної установи.

Замість 4-х видів туристичної діяльності, як практикувалося до цього часу (іноземний, зарубіжний, внутрішній туризм, екскурсійна діяльність), новою редакцією Закону організаційними формами туризму визнано міжнародний і внутрішній туризм. Натомість додатково виділено ще 17 інших видів туризму (серед яких, очевидно, суб'єктам турдіяльності доведеться вибирати „свої“).

Деякі статті Закону суперечать одна одній. Так, статтею 5 передбачено, що діяльність туроператора є виключною. Разом з тим, стаття 17 передбачає право туроператора провадити й турагентську діяльність, що спростовує неправомірну заборону туроператорам займатися будь-яким іншим видом підприємництва. Варто звернути увагу на недоцільність установлення заборони туроператорам займатися іншим видом підприємництва. Так, відповідно до статті 42 Конституції України кожен має право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом. Відповідно до статті 6 Господарського кодексу України підприємці мають право без обмежень приймати рішення і здійснювати самостійно будь-яку діяльність, що не суперечить чинному законодавству, а також забороняється втручання держави в господарську діяльність підприємств. Підприємництво в Україні здійснюється в тому числі на основі принципу вільного вибору видів діяльності (стаття 44 Господарського кодексу України) [2]. Законодавча ж заборона туроператорам займатися іншим видом підприємництва призведе

зазначених суб'єктів господарювання до безробіття, вивільнення працівників, а, отже, до можливості займатися лише сезонною роботою. Більше того, Україна за своїм географічним положенням і кліматичними умовами несприятлива для цілорічного туристичного сезону. Більшість регіонів мають яскраво виражену сезонність (фактично працюють лише кілька місяців на рік - в основному влітку). Все це ставить їх на межу виживання і не виключає банкрутства.

Стаття 15 чинного Закону України "Про внесення змін до Закону України "Про туризм" не враховує специфіки провадження туроператорами таких пріоритетних для держави видів туризму, як в'їзний та внутрішній, а також здійснення турагентської діяльності.

Загальновідомо, що туроператори, які надають послуги з в'їзного туризму, безпосередньо з іноземними туристами не працюють, тому вони не повинні надавати фінансове забезпечення своєї відповідальності перед ними. Таку відповідальність безпосередньо перед туристом несе іноземна туристична фірма - партнер українського туроператора - відповідно до умов, передбачених договором з своїм туристом. Отже, доцільним буде звільнити туроператорів, які надають послуги виключно з в'їзного туризму, від здійснення фінансового забезпечення своєї цивільної відповідальності перед туристом. У разі виникнення передбачених статтею 15 Закону обставин з вини приймаючої сторони (української туристичної організації) претензії, відповідно до норм міжнародного права, можуть висуватися лише партнером - іноземною туристичною компанією, а не туристом.

Що ж стосується туроператорів, які займаються внутрішнім туризмом, то вони також не повинні надавати фінансове забезпечення своєї відповідальності перед туристом. Оскільки внутрішні подорожі не мають ризиків, характерних для закордонних подорожей наших громадян. До того ж зазначимо, що захист життя, майнових і особистих немайнових прав та інтересів туриста вже гарантовано нормою про обов'язкове страхування відповідальності суб'єктів туристичної діяльності за шкоду, заподіяну життю

чи здоров'ю туриста або його майну (Закон України "Про страхування" стаття 7 пункт 31) [4], що на практиці неухильно виконується. Отже, треба погодитись з тим, що недоцільно зобов'язувати туроператорів, які займаються внутрішнім туризмом, надавати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності перед туристом.

Така ж ситуація склалась і у випадку з турагентською діяльністю. Так, відповідно до зазначеного Закону, турагенти є посередниками між туроператором (виробником турпослуг) і туристом (споживачем цих послуг). Отже, турагенти не повинні нести відповідальність за ненадання або неякісне надання послуг. Така відповідальність покладається на туроператора відповідно до укладеного агентського договору, і саме туроператор несе відповідальність своєю банківською гарантією перед туристом.

Слід звернути увагу на доцільність внесення змін новим законопроектом запропонованим депутатом України Прошкуратовою Т.С. Він передбачає, що розмір фінансового забезпечення для туроператора, який надає послуги з виїзного туризму, має визначатися в залежності від річного обсягу наданих послуг за попередній звітний період: до 500 тис. грн. - у сумі, еквівалентній 10000 євро, до 3 млн. грн. - у сумі, еквівалентній 30000 євро, до 5 млн. грн. - у сумі, еквівалентній 50000 євро, більше 10 млн. грн. - 100000 євро. Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора має становити суму, еквівалентну не менше ніж 10000 євро.

Як свідчить міжнародна практика, виїзний туризм для країн світу економічно не вигідний, оскільки відбувається відтік валютних коштів за межі держави. Згідно з даними Державного комітету статистики України, тільки в минулому році з України виїхало понад 12 млн. громадян-туристів, які вивезли за її межі значні валютні суми, а отже, вони працюють на економіку зарубіжних держав, збільшують кількість робочих місць туристичної та суміжних галузей.

Запропонована градація сум фінансового забезпечення відповідальності сприятиме створенню конкурентного середовища на ринку

турпослуг, унеможливить його монополізацію окремими потужними туристичними організаціями, які працюють на виїзд. При цьому всебічно враховано можливості туристичних підприємств з різних регіонів України (як економічно міцних, так і депресивних). Отже, внесені зміни забезпечують рівні умови для всіх підприємств у залежності від їх фінансового стану (відповідно до запропонованої градації) конкурувати на ринку туристичних послуг.

Висновки до розділу 2

За останні роки розвитку міжнародного туризму були розроблені й широко застосовуються різноманітні й ефективні форми співпраці в цій сфері. Основними цілями такої співпраці є:

- використання туристських зв'язків для укріплення взаємопорозуміння й довіри між країнами;
- використання туризму для розвитку взаємовигідних економічних і торгових відносин;
- розширення зв'язків і контактів по лінії науково-технічних та культурних організацій і окремих особистостей;
- створення на взаємних засадах більш сприятливих умов для туристського обміну між зацікавленими країнами, організація технічного співробітництва шляхом обміну туристською інформацією, розробка спільних стандартів і технологій обслуговування туристів, спрощення туристських формальностей. Туризм - високоприбутковий сектор економіки та чинник підвищення міжнародного авторитету. Необхідно, щоб визнання туризму як індустрії супроводжувалося виділенням відповідних ресурсів з боку держави. Досвід країн розвинутого туризму доводить, що без державних вкладень розвиток туризму неможливий, при цьому вкладення є, по суті, не витратами, а інвестиціями у галузь, що дає високі та швидкі прибутки.

Більшість національних туристичних організацій займаються регулюванням і контролюванням підприємств туристичної індустрії,

зокрема: розробкою та регулюванням готелів і додаткових засобів розміщення, контролем цін, класифікацією, видачею ліцензій та дозволів на будівництво, модернізацію та розширенням об'єктів, розробкою правил і регулюванням діяльності турагентств і туроператорів, питаннями законодавства, здійсненням контролю за його виконанням, видачею ліцензій на відкриття туристичних організацій, їх класифікацією. 70% національних туристичних організацій займаються питаннями, пов'язаними з виконанням рішень різноманітних міжнародних форумів зі скасування чи послаблення прикордонних формальностей для туристів. У 60 країнах вони приймають участь у підготовці кадрів, як шляхом організації семінарів, навчальних циклів, так і створенням шкіл готельного господарства, туризму. В 67 країнах національні туристичні організації беруть участь у заходах, спрямованих на збереження, захист і використання туристичних ресурсів, займаються оцінкою туристичних ресурсів своїх країн. Особливо виділяється участь у кампаніях із захисту природи, створення національних парків і заповідників. Виїзний туризм для країн світу економічно не вигідний, оскільки відбувається відтік валютних коштів за межі держави. Згідно з даними Державного комітету статистики України, тільки в минулому році з України виїхало понад 12 млн. громадян-туристів, які вивезли за її межі значні валютні суми, а отже, вони працюють на економіку зарубіжних держав, збільшують кількість робочих місць туристичної та суміжних галузей.

РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИКОНАННЯ ОПЕРАЦІЙ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1 Стандартизація як засіб удосконалення організації виконання операцій міжнародного туризму

ISO[15] є найбільшим світовим розробником добровільних технічних стандартів. Була заснована в 1947 році як неурядова організація. На цей час до її членів входять національні організації зі стандартизації з більш ніж 160 країн, представлені одним представником від кожної країни.

Міжнародні стандарти розробляються технічними комітетами ISO (TC) і підкомітетами (SC) у шість етапів: пропозиція, підготовчий, комітетний, узгоджувальний, затверджувальний, публікаційний [15]. У результаті міжнародний стандарт узгоджується між державами — членами організації ISO і може бути використаний безпосередньо методом «обкладинки» або «передруку» як ідентичний або бути реалізований шляхом включення в національні стандарти як модифікований чи нееквівалентний.

Усі міжнародні стандарти переглядаються не рідше одного разу на п'ять років відповідальним TC/SC, члени якого вирішують долю міжнародного стандарту: підтверджено, переглянуто або знято.

ISO розробляє стандарти для задоволення вимог ринку. Номенклатура об'єктів стандартизації значна: від термінології, відбору проб, випробувань та застосування різної продукції до характеристик й вимог на промислову та сільськогосподарську продукцію, обладнання, процеси і послуги.

Комерційні послуги стають вагомими у світовій торгівлі. Сектор послуг у світовому валовому внутрішньому продукті становить близько 64 % у 2000-х роках порівняно з 57 % в 1990-х роках. Серед комерційних послуг найбільший відсоток належить туризму: у 2001 році — 37,8%, що реалізуються в країнах, які розвиваються, і 29,3 % послуг, що реалізуються в розвинених країнах. За даними Всесвітньої торгової організації, на 25 країн,

які розвиваються та залежать від експорту комерційних послуг, припадає більше половини їх сумарних експортних доходів .

Розуміючи цю тенденцію, Комітет ISO зі споживчої політики (ISO/COPOLCO), який являє собою структуру політики розвитку туристичної галузі і який включає в себе делегованих представників значної кількості країн, провів міжнародний семінар зі стандартизації послуг у 1995 році. Ця подія, а також рішення Технічної ради правління ISO, привели до організації серії регіональних семінарів спільно з GATS Комітетом Світової організації торгівлі в 1998 році. Вони були проведені в Аргентині, Франції, Сінгапурі та США. Їхні висновки стали фундаментом для розроблення міжнародних стандартів туристичних послуг. На даний момент розроблений міжнародний стандарт ISO , запозичений з європейських стандартів (CEN), який встановлює термінологію у галузі туристичних послуг.

У результаті подальших семінарів зі стандартизації послуг у 2001 ISO/COPOLCO вирішив розробити загальні керівні принципи для стандартизації послуг, визначити пріоритети споживачів у двох сферах стандартизації: фінансові послуги й туризм. Зокрема, у сфері сільського зеленого туризму попередній огляд показав велику зацікавленість у роботі зі стандартизації туристичних послуг і невелику кількість існуючих національних стандартів.

Таким чином, COPOLCO було прийнято рішення щодо стандартизації туристичних послуг. Подальші дослідження привели фахівців COPOLCO до контактів із представниками інших туристичних організацій — Rainforest Alliance, швейцарська Асоціація туризму, Всесвітня туристична організація, Міжнародна асоціація готелів і ресторанів.

Обмін інформацією між ISO/COPOLCO та споживачами й представниками туристичної індустрії був плідним, у результаті чого внесок із боку представників індустрії гостинності, зокрема представників Міжнародної асоціації готелів і ресторанів (IH&RA),

допоміг COPOLCO зосередити увагу на пріоритетних сферах туризму та їх стандартизації. У вересні 2003 року COPOLCO розглянув важливі моменти для споживачів туристичних послуг і прийняв рішення сприяти стандартизації послуг: гігієні, розвитку сталого туризму, безпеці (особливо у ставленні до дітей та пожежної безпеки) і доступності (враховуючи «Дизайн для всіх», концепції).

Ці пропозиції стали основою для офіційного прохання ініціювати ISO розробку стандартів у сфері безпеки туризму, доступності послуг і гігієни.

У результаті стандарти серії ISO 9000 та ISO 14000 були успішно застосовані не лише у туристичній галузі, а й в інших сферах діяльності, що поліпшило загальну якість надання послуг. Слід зазначити, що ISO також опублікувала матеріали Міжнародного семінару угод (попередник міжнародного стандарту) з реалізації ISO 9001 у галузі охорони здоров'я та освіти.

На сьогоднішній день провайдери індустрії гостинності користуються стандартами ISO 9000 та ISO 14000, серед яких німецькі туроператори, готельні та ресторани об'єднання Франції, готелі в Сінгапурі й Малайзії, а також виїзне обслуговування авіакомпаній у Сінгапурі. Італійські члени ISO опублікували довідники з упровадження та забезпечення ISO 9000, а потім і ISO 14000 у готельному й туристичному секторі.

З 561747 туристичних організацій на кінець 2002 року сертифіковано за ISO 9000 у всьому світі 123128 постачальників туристичних послуг, з них готелів і ресторанів 1840 .

Сьогодні стандартизація туристичних послуг має нові потенційні ініціативи. Європейська комісія (DG Enterprise) доручила Європейському комітету зі стандартизації (CEN) розробити основу для стандартизації послуг (Мандат 340). Метою CEN є дослідження та пошук можливих областей стандартизації послуг. CEN у даний час проводить дослідження областей застосування стандартизації туристичних послуг. З цією метою створено робочу групу, очолювану членом ISO Іспанії, AENOR. Критерії дослідження:

галузева зацікавленість у цьому проекті та доцільність стандартизації протягом розумного періоду часу. Стандарти, що виходять із цього мандату, потенційно можуть бути прийняті як міжнародні стандарти .

Комітет ISO з оцінювання відповідності (CASCO) розробив міжнародні стандарти, в яких викладено вимоги до критеріїв відповідності міжнародних стандартів у галузі туризму. Вони включають: сертифікацію приміщень, продукції, послуг, персоналу, систем управління. Перелік також включає в себе міжнародні стандарти самостійного декларування відповідності, експертної оцінки та акредитації.

З початку 2004 року незалежно три члени ISO із різних точок земної кулі звернулися до Генерального секретаря ISO, висловивши зацікавленість у розробленні міжнародних стандартів на туристичні послуги. Кожен запропонував напрямки роботи в рамках нової структури Технічного комітету: екотуризм (сільський, зелений туризм), термінологія, аудит і туризм у цілому.

Центральний секретаріат ISO у даний час розглядає найоптимальнішу структуру Технічного комітету й підкомітетів для стандартизації туристичних послуг. Інші питання, які розглядаються, включають можливість співпраці або так звану «двосторонню» домовленість з одним із членів ISO щодо прийняття за основу та запровадження міжнародних стандартів на базі вже існуючих національних.

Слід зазначити, що Всесвітня туристична організація вже формально пов'язана з ISO через комітети та підкомітети ISO/TC 145/SC 1 «Символи громадської інформації» та TC 154 «Процеси, бази даних і документів у галузі торгівлі, промисловості та адміністрації». Окрім того, стандарти, які представляють інтерес Всесвітньої туристичної організації, наприклад ISO/IEC 7501 «Ідентифікаційні посвідчення — Туристичні проїзні документи». ISO має ряд технічних комітетів, які розробляють програми, що впливають на туризм (ISO/TC 42 «Фотографія», TC 68 «Фінансові послуги», ISO/TC 204 «Інтелектуальні транспортні системи», TC 177 «Каравани», TC

83 «Товари для спорту й устаткування для організації відпочинку», ТС 188 «Малі судна»).

Таким чином, ISO має великий досвід консенсусної розробки стандартів у багатьох галузях — системи управління, стандарти з оцінювання відповідності. На даний час існує потреба і є ряд офіційних пропозицій у галузі міжнародної стандартизації туристичних послуг серед членів ISO/COPOLCO.

ISO сприяє Всесвітній туристичній організації своїми знаннями та досвідом в обговоренні спільних пріоритетів, можливостей для розширення форм співпраці як на стратегічному, так і на технічному рівнях.

3.2 Перспективи стандартизації туристичних операцій в Україні

Подальший інтенсивний економічний розвиток держави можливий при формуванні стандартів різних видів господарської діяльності, в тому числі й динамічно зростаючої туристичної галузі. Саме тому виникає нагальна необхідність розгляду й аналізу діючих нормативно-правових документів, які встановлюють загальні вимоги до якості туристичних послуг.

То ж спробуємо за допомогою наукової систематизації дати оцінку діючим в Україні стандартам туристичної індустрії.

Перед тим, як безпосередньо перейти до дослідження проблем стандартизації сфери туризму, необхідно визначитися: що таке стандартизація? За сучасними уявленнями і у відповідності до Закону України “Про стандартизацію” можна дати наступне конкретизоване визначення. Стандартизація – це діяльність, що полягає у встановленні положень для загального і багаторазового застосування щодо наявних чи можливих завдань з метою досягнення оптимального ступеня впорядкування у певній сфері, результатом якої є підвищення ступеня відповідності продукції, процесів та послуг їх функціональному призначенню, усунення бар’єрів у торгівлі і сприяння науково-технічному співробітництву[1].

У наведеному визначенні стандартизації немає натяку на її обов'язковість, вона все-таки є засобом управління, тому що зумовлює нормативність, яка обмежує волю суб'єкта управління у виборі дій, його ініціативу, можливості творчого пошуку. Крім того, продукцію завжди використовує конкретний споживач у притаманних для нього умовах, яким не можуть цілком відповідати уніфіковані вироби чи послуги. Тому рівень якості уніфікованої продукції завжди нижчий, ніж тієї, що виготовлена для конкретного споживача.

В результаті впровадження стандартизації створюється стандарт. Тобто документ, що встановлює для загального і багаторазового застосування правила, загальні принципи або характеристики, які стосуються діяльності чи її результатів, з метою досягнення оптимального ступеня впорядкованості у певній галузі, розроблений у встановленому порядку на основі консенсусу (мається на увазі згода усіх зацікавлених сторін з урахуванням більшості їх вимог).

В якості об'єкта стандартизації можуть виступати продукція, процеси та послуги. Зокрема: матеріали, складники, обладнання, системи, їх сумісність, правила, процедури, функції, методи чи діяльність.

Головною метою стандартизації в Україні є забезпечення безпеки для життя і здоров'я людини, тварин, рослин, а також майна та охорони довкілля, створення умов для раціонального використання всіх видів національних ресурсів та відповідності об'єктів стандартизації своєму призначенню, сприяння усуненню технічних бар'єрів у торгівлі. Для реалізації головної мети державна політика у сфері стандартизації базується на таких принципах[15]:

забезпечення участі фізичних і юридичних осіб у розробленні стандартів та вільного вибору ними видів стандартів при виробництві чи постачанні продукції або наданні послуг;

відкритості і прозорості процедур розроблення і прийняття стандартів з урахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін, підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних виробників;

доступності стандартів та інформації щодо них для користувачів;

відповідності стандартів законодавству;

адаптації до сучасних досягнень науки і техніки з урахуванням стану національної економіки;

пріоритетності прямого впровадження в Україні міжнародних і регіональних стандартів;

дотримання міжнародних та європейських правил і процедур стандартизації;

участі у міжнародній (регіональній) стандартизації.

Основні завдання стандартизації туристичної галузі

Стандартизація галузі туризму – це своєрідний спосіб об'єднання різноманітних туристичних послуг з метою якнайповнішого задоволення потреб споживачів з урахуванням безпеки держави та інтересів підприємств туристичної галузі.

Відповідно до статті 18 Закону України “Про туризм” українська державна система стандартизації у сфері туристичної діяльності спрямована на вирішення таких завдань[1]:

захист інтересів споживачів і держави з питань безпеки туризму, життя і здоров'я громадян, охорони майна та довкілля;

класифікацію туристичних ресурсів України, забезпечення їх охорони, встановлення гранично допустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля;

підвищення якості товарів, робіт, послуг відповідно до потреб споживачів;

забезпечення безпеки об'єктів туристичних відвідувань з урахуванням ризику виникнення природних і техногенних катастроф та інших надзвичайних ситуацій;

взаємозамінність і сумісність товарів, робіт, послуг, їх уніфікацію; створення нормативної бази функціонування систем стандартизації та сертифікації товарів, робіт, послуг.

Для ефективнішої реалізації викладених вище завдань необхідна ефективна система державних органів контролю. Так, у відповідності до статті 10 Закону України “Про туризм” розробкою стандартів в Україні займається центральний орган виконавчої влади в галузі туризму. Нині в якості такої установи виступає Міністерство культури і туризму.

Сучасні стандарти туризму в Україні, їх оцінка та характеристика

На сьогодні стандартизація туристичних послуг в Україні забезпечена 4-ма основними стандартами, введеними в дію з 1 січня 1997 року. Дані стандарти прийняті Міждержавною радою країн СНД по стандартизації, метрології і сертифікації 25 квітня 1995 року. Тому однакові вимоги до якості туристично-екскурсійних послуг діють в Азербайджані, Білорусі, Вірменії, Казахстані, Киргизії, Молдові, Російській Федерації, Таджикистані, Туркменістані та в Україні, тобто в країнах, які проголосували за їх прийняття. Сучасний розвиток туріндустрії, в першу чергу міжнародного спрямування, суттєво змінив консервативну форму еталонів, що викладені нижче.

Отже, в нашій державі діють такі стандарти у сфері туризму:

Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.1-95 “Проектування туристичних послуг”, який встановлює порядок розробки документації при проектуванні туристичних послуг. Він призначений для підприємств, організацій різних організаційно-правових форм і громадян-підприємців, котрі надають туристичні послуги .

Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.2-95 “Загальні вимоги до туристично-екскурсійного обслуговування”. Ним встановлені обов’язкові і рекомендаційні вимоги до якості туристичних послуг, які надають туристичні підприємства незалежно від їх відомчої приналежності і організаційно-правової форми[7].

Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.3-95 “Вимоги щодо забезпечення безпеки туристів і екскурсантів”. Цим стандартом установлені вимоги до туристичних та екскурсійних послуг, які забезпечують безпеку життя і здоров’я туристів та екскурсантів, методи їх контролю і потрібний для цілей обов’язкової сертифікації туристичних послуг. Він призначений для підприємств усіх організаційно-правових форм і громадян-підприємців, котрі надають туристичні послуги населенню.

Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.4-95 “Класифікація готелів”. Даний стандарт встановлює класифікацію готелів (мотелів) різних організаційно-правових форм з кількістю номерів не менше 10. Класифікація не розповсюджується на будинки і приміщення, які здаються в оренду для проживання. Стандарт придатний для використання з метою сертифікації готелів (мотелів).

Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.1-95 “Проектування туристичних послуг”

Стандарт, який стосується проектування туристичних послуг, надає можливості розробляти й укомплектовувати туристичні подорожі як фізичним, так і юридичним особам. Адже, згідно з ним розробником проекту туристичних послуг може виступати як підприємство, так і громадянин-підприємець. Однак, з іншого боку, такі дії обмежуються Законом України “Про туризм”. Відповідно до нього на території нашої держави право щодо організації та забезпечення створення туристичного продукту мають туроператори.

Туристичний оператор – це юридична особа, для якої виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг. Тобто в Україні розробляти туристичну подорож, як комплекс взаємопов’язаних туристичних послуг, можуть лише юридичні особи (підприємства). В той же час Закон України “Про туризм” не обмежує право громадян (при наявності необхідного фаху)

надавати окремі туристичні послуги (розміщення, харчування, транспортних перевезень, проведення екскурсій, супроводу на маршруті тощо).

Загалом можна сказати, що головний український нормативно-правовий документ туристичної галузі уточнює права тих чи інших суб'єктів туристичної діяльності у сфері створення і надання певних послуг. А стандарт, що нами аналізується, можна розглядати як рекомендаційний дорадчий документ виробникам туристичних послуг. Даний стандарт допомагає зорієнтувати підприємства на більш повне задоволення потреб споживачів, вірно спланувавши свою діяльність.

Окрім турпродукту, міждержавний стандарт “Проектування туристичних послуг” дає можливість правильно і якісно спроектувати такі окремі туристичні послуги:

екскурсію, як пізнавальну одноденну (без ночівлі) форму відпочинку;
туристичний похід як вид гірського спортивного туризму.

Розглянутий стандарт містить додатки. В них указані зразки оформлення необхідних обов'язкових документів для проектування туристичного продукту або окремих послуг. Серед них, зокрема:

технологічна карта туристичної подорожі;
графік завантаження туристичного підприємства групами туристів;
інформаційний лист до путівки туристичної подорожі;
структура і основний зміст звіту про проведення експедиційного огляду маршруту туристичного походу;
паспорт траси туристичного походу;
технологічна карта екскурсії.

Перелічені документи дозволяють послідовно спроектувати ту чи іншу туристичну послугу і досить зручні у практичному використанні.

Отже, в цілому міждержавний стандарт “Проектування туристичних послуг” можна вважати навчально-роз'яснювальним документом у сфері створення як туристичного продукту, так і деяких окремих туристично-екскурсійних послуг.

Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.2-95 “Загальні вимоги до туристично-екскурсійного обслуговування”

При розгляді міждержавного стандарту щодо загальних вимог до туристично-екскурсійного обслуговування можна виявити, в певній мірі, його недосконалість. У даному документі детально описані обов’язкові та рекомендаційні вимоги до якості туристичних послуг. Однак у стандарті частково не вказаний механізм практичної реалізації цих вимог. Далі спробуємо виправити вказаний недолік.

Отже, у міждержавному стандарті “Загальні вимоги до туристично-екскурсійного обслуговування” проведена їх класифікація за принципом обов’язковості на дві категорії. Так, до першої належать обов’язкові для всіх видів туристичних послуг вимоги:

- безпека життя і здоров’я;
- збереженість майна туристів і екскурсантів;
- охорона навколишнього середовища.

Наприклад, перша обов’язкова вимога, котра стосується життя і здоров’я туристів, у випадку надзвичайних умов повинна на практиці реалізовуватися через відшкодування збитків. В свою чергу це можливо, якщо споживач туристичних послуг попередньо застрахований. А даний стандарт не передбачає страхування як спосіб забезпечення життя і здоров’я туристів та збереження їх майна. Тут лише в загальних рисах вказано, що туристична інфраструктура повинна відповідати санітарним нормам, правилам пожежної безпеки тощо. Хоча водночас в стандарті не пропущений розділ, який визначає методи контролю за додержанням вимог туристичних подорожей і окремих послуг.

Щодо страхування туристів під час мандрівки, то ця прогалина даного стандарту висвітлена у 16-ій статті Закону України “Про туризм”. Зокрема, передбачені два обов’язкових види страхування: медичне та від нещасних випадків для осіб під час туристичної подорожі.

Поняття “охорона навколишнього середовища” при здійсненні туристичної мандрівки досить загальне, проблемне і дискусійне. Спробуємо дати окремі поради щодо практичної реалізації даної вимоги:

поглиблення екологічної спрямованості турів незалежно від виду туризму;

встановлення ефективних методів контролю за дотриманням екологічного законодавства під час подорожі;

застосування жорстких санкцій стосовно туристичних підприємств, які своїми діями забруднюють навколишнє середовище;

проекування туристичних маршрутів шляхами, які б одночасно задовольняли бажання споживачів і становили мінімальну загрозу довкіллю.

Друга категорія загальних вимог до туристично-екскурсійного обслуговування – це певні рекомендації, які дозволяють створити зручності для мандрівників. Врахування цих рекомендацій дає можливість зробити туристичні послуги більш привабливими і престижними.

В даному документі до них відносять:

Відповідність призначенню. Тобто туристичні послуги повинні виправдати очікування потенційних споживачів, а також відповідати їх фізичним можливостям.

Точність і своєчасність виконання. Надані туристу послуги повинні відповідати вимогам, передбаченим у путівці, за обсягом, термінами й умовами обслуговування.

Комплектність. Надання туристичних послуг повинно забезпечувати можливість отримання не лише основних послуг, але й додаткових (зв'язку, торговельних, побутових тощо). Це необхідно для створення нормальних умов життєдіяльності споживачів.

Етичність обслуговуючого персоналу. Споживачу повинні гарантуватися ввічливість, гостинність, комунікабельність обслуговуючого персоналу.

Комфортність. Туристичні послуги мають надаватися в комфортних умовах обслуговування, створених для споживача.

Естетичність. У даній вимозі йдеться ось про що. Території туристичних підприємств, просторова організація маршруту, оформлення інтер'єрів приміщень, обслуговування повинні відповідати композиційній цілісності, гармонійності. Крім того, естетичність передбачає відповідність зовнішнього вигляду та культури мовлення обслуговуючого персоналу створеній атмосфері конкретної подорожі.

Ергономічність. Туристична інфраструктура та певні показники повинні відповідати фізіологічним і психологічним можливостям мандрівників. Це, зокрема, тривалість обслуговування, протяжність і складність туристичних та екскурсійних маршрутів, простота експлуатації наданого подорожуючим спорядження, транспортні засоби, що використовуються, меблі і т.д.

Зазначимо, що використання до всіх семи вище перелічених вимог терміна “рекомендаційні” не зовсім коректним. Адже для того, щоб туристична послуга користувалася попитом, вона повинна точно і своєчасно надаватися в комфортних умовах, відповідати очікуванням споживачів і їхнім фізіологічним і психологічним можливостям. Тому серед так званих рекомендаційних вимог до туристичних послуг потрібно виокремити визначальні. А саме ті, які в першу чергу дають можливість туристичним підприємствам стати конкурентоздатними на ринку. До таких вимог можна було б віднести наступні:

- відповідність призначенню;
- точність і своєчасність виконання;
- комфортність;
- ергономічність;
- етичність обслуговуючого персоналу.

Інші дві вимоги (комплектність і естетичність) можна назвати додатковими. Адже ці поняття до певної міри досить суб'єктивні. Ступінь їх

важливості залежить від виду конкретної, окремо взятої туристичної подорожі.

Отже, основна мета міждержавного стандарту “Загальні вимоги до туристично-екскурсійного обслуговування” – допомога суб’єктам туристичної діяльності надавати безпечні і якісні послуги, які б повністю відповідали потребам потенційних споживачів.

Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.3-95 “Вимоги щодо забезпечення безпеки туристів і екскурсантів”

Якщо проаналізувати міждержавний стандарт “Вимоги по забезпеченню безпеки туристів і екскурсантів”, то виявляється, що він є продовженням або детальним поясненням до нормативного документа, розглянутого вище. Даний стандарт, як і попередній, призначений для підприємств різних форм власності, які надають туристичні послуги. Мета цього документа – створити безпечні умови для осіб, що подорожують.

Стандарт, що нами розглядається, чітко формулює шкідливі фактори в туризмі. В документі описані можливі несприятливі чинники, а також вказані дії щодо їх запобігання. Всі так звані фактори ризику в туризмі даний стандарт класифікує наступним чином:

1. Небезпека виникнення травм. Вона з’являється в умовах складного рельєфу місцевості, при переміщенні гірських порід і небезпечних атмосферних явищах. Знизити імовірність виникнення травм можливо при здійсненні наступних заходів:

використовувати засоби індивідуального захисту (в першу чергу у різних видах спортивного туризму);

дотримуватися санітарних норм до житлових приміщень, нормативних документів щодо технічного стану транспортних засобів тощо;

заздалегідь інформувати туристів про способи уникнення травм і про те, які екстренні заходи необхідно застосувати в разі нещасного випадку.

2. Вплив навколишнього середовища. Цей чинник проявляється, передусім, через особливості кліматичних умов в зоні обслуговування

туристів. Переважно він проявляє себе в гірській місцевості (особливості висотної поясності). Попередити шкідливий вплив довкілля можна за умов:

вибору сприятливого періоду для проведення туристичного заходу;
раціонального проектування шляхів проходження маршруту;
врахування погодних особливостей району мандрівки;
своєчасного інформування туристів про реальні і прогнозовані умови на маршруті.

3. Пожежна безпека. Тут ідеться про експлуатацію об'єктів туристично-екскурсійного обслуговування у відповідності із загальноприйнятими вимогами Правил пожежної безпеки.

4. Біологічні фактори. Під цим поняттям розуміється небезпечний вплив на життя і здоров'я подорожуючих з боку місцевих жителів, флори і фауни. Нині біологічні фактори стають все більш актуальними через розповсюдження в світі нових, досі невідомих інфекційних захворювань (пташиний грип, атипова пневмонія). Уникнути впливу біологічних чинників можна при інформуванні туристів про особливості регіону подорожі, за умов здійснення попереднього щеплення від розповсюджених в місці тимчасового перебування хвороб.

5. Психофізіологічні фактори ризику (фізичні та нервово-психічні перевантаження). Згідно зі стандартом їх вплив мінімізується при раціональній побудові програми обслуговування. Мається на увазі створення комфортних умов для життєдіяльності людини.

6. Небезпека випромінювань. Для уникнення негативного впливу ультрафіолетового випромінювання необхідно використовувати засоби індивідуального захисту (сонцезахисні окуляри, спеціальні креми і т.д.) при проходженні туристичних маршрутів по відкритих (незатінених) ділянках. Крім того, в стандарті зазначено про експлуатацію туристичних ресурсів у місцях зі сприятливими характеристиками рівнів радіації.

7. Хімічні фактори ризику. Запобігання їх виникненню реалізовується через постійний контроль за складом шкідливих хімічних речовин в повітрі,

воді, ґрунті, продуктах харчування і т.д. Крім того, стандарт говорить про планування об'єктів туристичного сервісу лише в сприятливому, з погляду хімічного фактора, середовищі.

Підвищена запиленість і загазованість. Вплив даного чинника мінімізується за умов виконання вимог до оснащення приміщень і транспортних засобів вентиляцією з очищенням приміщень.

Інші фактори ризику. Тут мається на увазі небезпека, пов'язана з відсутністю необхідної інформації про послуги і їхні характеристики. Тому потрібно заздалегідь інформувати туристів про реалізовані їм послуги у відповідності до вимог міждержавного стандарту "Проектування туристичних послуг". Окрім цього, при необхідності проводиться спеціальний інструктаж.

Специфічні фактори ризику. До них, за даним стандартом, зараховують природні і техногенні катастрофи, неналежний технічний стан туристичної інфраструктури, низький рівень професійної підготовки обслуговуючого персоналу. Тобто, специфічні фактори ризику в туризмі – це форс-мажори і різноманітні грубі помилки, допущенні при формуванні туристичних послуг.

Окрім пояснення можливих факторів ризику в туризмі, стандарт допомагає спрямувати роботу туристичних підприємств у безпечне русло для туристів і власних працівників. Тому даний нормативний документ сконцентровує увагу на доступності всієї інформації про ймовірні небезпеки в туризмі. Згідно зі стандартом, надання туристично-екскурсійних послуг здійснюється за допомогою безпечних об'єктів туристичної інфраструктури, які цілком відповідають правилам і нормам їх експлуатації.

Як бачимо, проаналізований документ більшу увагу при виникненні небезпечних чинників зосереджує на спортивному туризмі. Однак в сучасних умовах практика показує зовсім інше. Йдеться про збільшення природних катастроф у різних частинах світу (урагани, цунамі), в тому числі і у відомих туристичних регіонах. Поширеним явищем став тероризм, який загрожує подорожуючим (Єгипет, острів Балі, Російська Федерація, Великобританія).

Тому нині необхідне коректування даного стандарту. Наприклад, класифікувати небезпечні чинники не лише за імовірністю їх виникнення в тому чи іншому виді туризму, але й за регіоном подорожі. Кожен мандрівник, вирушаючи у подорож, повинен отримати інформацію не тільки про природні і культурні особливості обраної країни, а й про соціально-політичну ситуацію.

Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.4-95 “Класифікація готелів”

Нормативним документом, який встановлює якісні параметри для готельного господарства, є міждержавний стандарт “Класифікація готелів”. Відповідно до нього встановлена певна якісна ієрархічна класифікація готелів (підприємства, призначені для тимчасового проживання) і мотелів (готелі, розміщені поблизу автомобільних шляхів). Категорії готелів позначають кількістю зірок від однієї до п’яти (для мотелів – до чотирьох). Чим вищий рівень якості обслуговування, тим більша кількість зірок.

При наданні підприємству тимчасового проживання тієї чи іншої категорії, насамперед, враховують комплекс вимог до:

- матеріально-технічного забезпечення;
- переліку найменувань і якості послуг;
- рівня обслуговування.

Щоб віднести окремо взятий готель до якої-небудь категорії, необхідно попередньо перевірити виконання ним специфічних вимог. усі вони (вимоги) виписані у додатку до даного стандарту. Зазначимо, що тут закладений лише мінімальний перелік умов для віднесення готелю до певної категорії. Тобто підприємство, що надає послуги тимчасового проживання, не обмежене лише тими показниками, про які сказано в стандарті. Адже для підвищення конкурентоздатності необхідні, перш за все, індивідуальні особливості готелю (оригінальний зовнішній вигляд споруди, вишуканий інтер’єр, спеціальні послуги тощо).

Окрім специфічних вимог до певної категорії готелів (мотелів), стандарт установлює обов'язкові загальні правила для всіх готельних підприємств. За даним нормативним документом до них належать:

зручні під'їзні шляхи;

розташування в екологічно безпечному місці;

забезпечення безпеки життя і здоров'я клієнтів та збереженість їх майна;

оснащення загальними інженерними системами і обладнанням (холодне і гаряче водопостачання, опалення, освітлення, вентиляція, каналізація, телефонний зв'язок).

Вимоги до класифікації, введені даним стандартом, унеможливають надання певного “зіркового” статусу багатьом існуючим в Україні готелям. Адже збудовані в радянські часи готельні підприємства мають ряд статичних показників, які змінити, провівши реконструкцію будівлі закладу розміщення, неможливо. Тому нині в нашій державі гостро стоїть проблема будівництва високоякісних 4-5-зіркових готелів, особливо в туристичних регіонах і найбільших містах. Зокрема, в Карпатському регіоні ще не існує жодного 5-зіркового готелю. Функціонують лише декілька 4-зіркових (наприклад, “Дністер” у Львові, “Зірка” в Мукачевому).

Дотримання вимог міждержавного стандарту “Класифікація готелів” дає змогу закладам розміщення стати конкурентоспроможними підприємствами на туристичному ринку. Даний стандарт – це основний нормативний документ, який встановлює категорію готелю (мотелю) відповідно до якості і умов надання послуг.

Підсумовуючи розгляд існуючих в Україні стандартів туристичної індустрії, потрібно сказати таке. Проаналізовані нормативні документи не обмежують діяльність організацій, що надають різні види послуг у сфері туристично-екскурсійного обслуговування. Більше того, вони надають рекомендації для постійного підвищення якості цих послуг. Стандарти туристичної галузі, які діють в Україні, створюють сприятливі умови для

функціонування в державі ефективного, розвинутого туристичного ринку з безпечними, високоякісними, різноманітними туристичними послугами.

Висновки до розділу 3

Міжнародні стандарти розробляються технічними комітетами ISO (TC) і підкомітетами (SC) у шість етапів: пропозиція, підготовчий, комітетний, узгоджувальний, затверджувальний, публікаційний [15]. У результаті міжнародний стандарт узгоджується між державами — членами організації ISO і може бути використаний безпосередньо методом «обкладинки» або «передруку» як ідентичний або бути реалізований шляхом включення в національні стандарти як модифікований чи нееквівалентний. На сьогоднішній день провайдери індустрії гостинності користуються стандартами ISO 9000 та ISO 14000, серед яких німецькі туроператори, готельні та ресторани об'єднання Франції, готелі в Сінгапурі й Малайзії, а також виїзне обслуговування авіакомпаній у Сінгапурі. Італійські члени ISO опублікували довідники з упровадження та забезпечення ISO 9000, а потім і ISO 14000 у готельному й туристичному секторі. Сьогодні стандартизація туристичних послуг має нові потенційні ініціативи. Європейська комісія (DG Enterprise) доручила Європейському комітету зі стандартизації (CEN) розробити основу для стандартизації послуг (Мандат 340). Метою CEN є дослідження та пошук можливих областей стандартизації послуг. CEN у даний час проводить дослідження областей застосування стандартизації туристичних послуг. З цією метою створено робочу групу, очолювану членом ISO Іспанії, AENOR. Критерії дослідження: галузева зацікавленість у цьому проекті та доцільність стандартизації протягом розумного періоду часу. Стандарти, що виходять із цього мандату, потенційно можуть бути прийняті як міжнародні стандарти. На сьогодні стандартизація туристичних послуг в Україні забезпечена 4-ма основними стандартами, введеними в дію з 1 січня 1997 року. Дані стандарти прийняті Міждержавною радою країн СНД по стандартизації, метрології і сертифікації 25 квітня 1995 року. Тому

однакові вимоги до якості туристично-екскурсійних послуг діють в Азербайджані, Білорусі, Вірменії, Казахстані, Киргизії, Молдові, Російській Федерації, Таджикистані, Туркменістані та в Україні, тобто в країнах, які проголосували за їх прийняття. Сучасний розвиток туріндустрії, в першу чергу міжнародного спрямування, суттєво змінив консервативну форму еталонів, що викладені нижче.

ВИСНОВКИ

Туризм на початку ХХІ століття характеризується як один із видів економічної діяльності, що стрімко і динамічно розвивається, випереджаючи за темпами зростання доходів нафтовидобуток і автомобілебудування. Як і будь-яка інша сфера господарської діяльності, індустрія туризму - дуже складна система. У ній зайнято близько 10% світових трудових ресурсів, виробляється близько 10% світового валового продукту, 7% світових інвестицій і 5% усіх податкових надходжень. 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. Сьогодні 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, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, торгівля тощо. У найближче десятиліття туризм залишиться найбільшим джерелом створення нових робочих місць у ряді регіонів світу. За прогнозами експертів, протягом наступних п'яти років 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 2010 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. Разом із телекомунікаційною індустрією, інформаційними технологіями туризм забезпечуватиме економічне зростання у ХХІ столітті. Ця галузь розвивається швидкими темпами і в найближчі роки може стати найбільш важливим сектором підприємницької діяльності.

Прогнозується подальша диференціація пропозиції туристського продукту з метою усе більш широкого охоплення споживачів з різноманітними можливостями і потребами. Продовжиться процес концентрації капіталів, створення великих інтернаціональних компаній і корпорацій, збережеться тенденція інтеграційних процесів в індустрії туризму.

Феноменальний успіх туризму зумовлений ще й тим, що в його основі лежить задоволення постійних прагнень людства пізнати навколишній світ. Це пізнання через туризм стало можливим за рахунок підвищення в багатьох країнах життєвого рівня населення, розвитку транспорту, інформаційних та інших технологій, 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.

Крім того, на нашу думку, існує ще один важливий аспект в аналізі причин збільшення обсягів туристичних потоків. В умовах зростання психологічних навантажень, інтенсифікації життя людей в індустріальних країнах туризм діє як ефективний засіб рекреації. З предмету розкоші він стає необхідністю населення високорозвинених індустріальних країн. В кінці ХХ ст. спостерігається збільшення попиту на туристичні послуги серед людей середнього і нижче середнього статку. Це ще більшою мірою диференціювало туристичний ринок, призвело до різноманіття туристичного продукту, що розраховується на людей з різним матеріальним становищем, різними інтересами, метою і вимогами до рівня сервісу.

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

Статистичні дані засвідчують, що в останні роки майже всі регіони світу продемонстрували значне зростання обсягів туризму. Довгострокові перспективи розвитку галузі і надалі залишаються оптимістичними.

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 працелюбним і гостинним 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.

Туристичний бізнес приваблює підприємців невеликим стартовим капіталом, швидким терміном його окупності, постійним зростанням попиту на туристичні послуги, 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.

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

Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного 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, комплексний підхід до розвитку туризму та курортів на регіональному рівні, підтримка розвитку малого та середнього бізнесу у туристичній сфері, зумовили неухильне зростання кількості туристів та обсягів наданих їм послуг.

Розвиток туристичної та курортної галузей впродовж останніх чотирьох років характеризується позитивною та сталою динамікою. У непростих умовах перехідного періоду український туризм з року в рік працює динамічно та прибутково, 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.

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

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

Таким чином, туризм - це саме та галузь економіки, яка заслуговує в Україні більшої уваги для розвитку, оскільки вона може забезпечити значний внесок в економіку держави у вигляді нових робочих місць, збільшення надходжень від зовнішньоекономічної діяльності та поповнення державного

бюджету через сплату податків.

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.

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'яток історії, архітектури, культури.

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.

Сьогодні індустрія туризму як сукупність підприємств сфери обслуговування та інших організацій, діяльність яких спрямована на задоволення попиту на туристичні товари та послуги, працює в умовах жорсткої конкуренції, відвойовуючи певні сектори як національного, так і міжнародного ринків.

У сучасних умовах переходу України до ринкової економіки в кожній галузі відбувається пошук нових шляхів і методів виробництва, здійснюється аналіз сучасного стану, окреслюються перспективи на майбутнє. На нашу думку, створення ефективної туристичної індустрії повинно бути стратегічним напрямком розвитку нашої країни в першій половині XXI століття.

Для економіки України актуалізується значення міжнародного туризму, яке полягає в тому, що, по-перше, це сфера швидкого 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. Розвиток міжнародного туризму в рекреаційно-туристичному комплексі кожного регіону припускає, по-перше, формування вільних економічних зон туристсько-рекреаційного підприємництва, де можуть бути встановлені особливі економіко-правові, фінансові й митні умови, що дасть імпульс розвитку соціальної туристичної інфраструктури і забезпечить приток іноземної валюти до регіональної економіки, і по-друге, необхідність і можливість створення регіональних туристичних корпорацій і спільних підприємств за участю іноземного капіталу, що також буде сприяти процесу інтеграції регіону у загальнонаціональну та світову систему туристичних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України "Про туризм" від 15.09.1995 р. № 325/95-ВР // Відомості Верховної Ради (ВВР). - 1995. - № 31. - Ст.241.
2. Алексеева Ю. Державне регулювання туризму в Україні // Трансформаційні процеси розвитку туризму та готельного господарства України: Матеріали Всеукр. наук.-практ. студент. конф. – К.: КУТЕП, 2002. – С. 79-80.
3. <http://www.tourism.gov.ua> // Офіційний сайт ДЕРЖАВНОЇ служби туризму та відпочинку.
4. www.ukrstat.gov.ua // Офіційний сайт Комітету статистики України
5. Алейнікова Г. М. Організація та Управління турбізнесом: Навч. посібник. - Х.: Олді-Плюс, 2010. - 184 с.
6. Александрова А.Ю. Міжнародний туризм. - Москва, 2004. - 254с.
7. Алексеева Ю. Регіональні аспекти регулювання туристичної галузі України // Державне управління в умовах інтеграції України в Європейський Союз: Матеріали наук.- практи. конф.: У 2 т. / За заг. ред. В.І.Лугового, В.М.Князева. – К.: Вид-во НАДУ, 2002. – Т.2. – С. 233-234.
8. Балабанов І., Балабанов А. Економіка туризму: Учеб посібник. - М.: Фінанси і статистика. 2011. - 173 с.
9. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - СПб.: Издательский дом "Герда", 2003. - 5-е изд. - 320 с.
10. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма: Перевезення. - СПб.: Видавничий дім Герда, 2003. - 400 с.
11. Білоцерківець Н. Україна туристична //Українська культура. - 2006. - № 3-4. - С. 8-10
12. Біркович В.І. Модернізація туристичного та рекреаційного потенціалу регіонів України //Статистика України. - 2006. - № 3. - С. 83-86.

13. Бриггс С. Маркетинг в туризме / Пер. с англ. - К.: Знання-Прес, 2005. - 358 с.
14. Бурнашов І. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні // Диференційне забезпечення керівництва. - 2005. - Вип. 12/7, 4782. - С. 1-35
15. <http://www.iso.org/iso/ru/home.htm>
16. Буроменській М.В. Міжнародний туризм: навколишнє середовище та розвиток. - К.: Логос, 2010. - 40 с.
17. Валентюк І. Туризм як галузь господарського комплексу України // Управління сучасним містом. - 2001. - №10-12(4). - С 60.
18. Виноградська А. Розвиток українського туристичного бізнесу // Економіка. Фінанси. Право. - 2000. - № 5. - С. 13-18
19. Власенко С. Туризм як спосіб виживання // Україна і світ сьогодні. - № 29 (липень). - С. 6
20. Герасименко В. Імідж України як об'єкта міжнародного туризму // Маркетинг в Україні. - 2000. - № 1. - С. 24-26
21. Герасименко В.Г. Основи туристсько бізнеса: Навч. посібник. - О.: Чорномор'я, 2004. - 160 с.
22. Голубєва С.Р. Основні напрямки розвитку міжнародного туризму в Україні // Менеджер. - 2010. - № 2. - С.72.
23. Гонтаржевська Л.І. Зовнішньоекономічна ДІЯЛЬНІСТЬ підприємств туристичного бізнеса в структурі світового Ринку послуг // Зб. наук. праць. Вип. 44 / Відп. ред. В.Є.Новіцькій. - К.: ІСЕМВ НАНУ, 2004. - С. 177-185.
24. Гонтаржевська Л.І. Інноваційні форми організації туристичної діяльності національних підприємств // Зб. наук. праць. Вип. 46 / Відп. ред. В.Є.Новіцькій. - К.: ІСЕМВ НАНУ, 2010. - С. 52-63.
25. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. - М.: Финансы и статистика, 2003. - С. 5.
26. Дахно І.І., Тімофійєв С.М. Країни світу: Енциклопедичній довідник. - К.: МАПА, 2010. - 600 с.

27. Державна програма розвитку туризму в Україні до 2010 року. - Київ, 2003. - 132 с.
28. Долматов Г. М. Международный туристический бизнес: история, реальность и перспективы // Сер. "Учебное пособие". - Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. - 320 с.
29. Зорін І.В., Квартальнов В.А. Енциклопедія туризму. -Москва, 2003. - 564 с.
30. Іваськів В. Щоб усі шляхи вели в Україну: Про особливості і можливості туристичної галузі //Діловий вісник. - 1999. - № 10. - С. 16-17
31. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учеб. - 3-е изд., испр. - Мн.: Новое издание, 2002. - 409 с.
32. Кафарський В. Український туризм; здобутки чи втрати //Голос України. - 2005. - 30 листопада. - С. 10-11
33. Квартальнов В. Світовий туризм на порозі нового тисячоліття: реальність і екскурс у майбутнє. - М.: Фінанси і статистика, 2004. - 185 с.
34. Квартальнов В.А. Стратегічний менеджмент в туризмі: сучасний досвід управління. - Москва: Фінанси і статистика, 2003. - 320 с.
35. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. - Чернівці: Зелена Буковина, 2003. - 312 с.
36. Кобржицкий В. Туристический менеджмент в Украине: вчера, сегодня, завтра //Персонал. - 1999. - № 1. - С. 52-56.
37. Ковалевський Г.В., Абрамов В.В. Проблеми розвитку туризму в Україну: інтегрований підхід // Туристично-краєзнавчі Дослідження. - 2003. - Вип.2. - 76 с.
38. Козловський Є. Основні напрями розвитку міждержавної політики та управлінських засад у галузі туризму країн СНД //Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. - 2004. - № 4.. - С. 398-403.

39. Козловський Є.В. Іноземній Досвід регулювання міжнародного туризму та його Використання в Україні // Економіка України. - 2004. - № 10. - С.24-27.
40. Комерсант. - Власть. - 2000. - №1.
41. Котлер Ф., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостинність і туризм: Підручник для вузів / Пер. з англ. Під ред Р.Б. Ноздревой - М.: ЮНИТИ, 2003. - 787с.
42. Криворученко В. Туризм - справа прибуткова. Якщо вона розвинена//Голос України. - 1999. - 15 квітня. - С. 12
43. Левковська Л. Стан і перспективи розвитку туризму та готельного бізнесу України //Економіка України. - 2003. - № 6. - С.31-36
44. Любіцева О. Ринок туристичних послуг як об'єкт географії туризму //Український географічний журнал. - 2003. - № 2. - С. 43-51.
45. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). - К.: Альтерпрес, 2002. - 436 с.
46. Ляшкевич П. Туризм в Україні: сучасний стан та пріоритети розвитку//Освіта України. - 2005. - 15 листопада. - С. 6
47. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія і практика. Навч.пос. - К.: ЦУЛ, 2007. - 424 с.
48. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнеса. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 272 с.
49. Мельниченко С. Туристична галузь - суттєве джерело поповнення коштів державного бюджету //Фінанси України. - 2001. - № 2. - С. 63-68
50. Олдак П.Г. Индустрия туризма - одно из ведущих направлений современной экономики // Проблемы развития индустрии туризма / Под. ред. Л.Ф. Ходоркова. - Новосибирск, 1990. - 320 с.
51. Пестушко В. Український туризм у контексті глобалізації: сучасний стан і перспективи //Географія та основи економіки в школі. - 2007. - № 11-12. - С. 42-43.

52. Прейгер Д. Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів //Економіка України. - 2001. - № 6. - С. 20-28
53. Прейгер Д., Молярчук І. Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів / / Економіка України. - 2001. - № 6. - С. 26-32.
54. Прейгер Д.К., Малярчук І.А. Міжнародний туризм в Україні Як форма розвитку інтеграційних комунікацій // Економічний часопис. - 2011. - Вип.2. - С.27.
55. Процвітаюча галузь // Голос України. - 2003. - 24 жовтня. - С.3.
56. Пузакова Е.П. Міжнародний туристичний бізнес. - М.: Експертне бюро-М, 2004. - 214 с.
57. Роглев Х.Й., Мунін Г.Б. Стан та перспективи розвитку ділового туризму в Україні // Туризм: Теорія і практика. - 2010. - № 1. - С. 6-9.
58. Розвиток туризму в Україні: Проблеми и перспективи: Зб. наук. ст. / Федерація профспілок України. Укр. ін-т туризму. - К.: ФПУ, 2010. - 240 с.
59. Слободенюк Е. Туристична привабливість України //Культура і життя. - 2006. - 29 листопада. - С. 1
60. Стадницька М. Туризм і Україна //Універсум. - 2001. - № 11-12. - С. 46-48
61. Стативка Б. Туризм в Україні. Наближаємось до світових стандартів? //Культура і життя. - 2007. - 26 вересня. - С. 3
62. Століття туризму і Україна // Урядовий кур'єр. - 2004. - 30 квітня.
63. Туризм в Україні: Статистичний бюлетень за 2004 рік. - К.: Державна туристична адміністрація України, 2010. - 47 с.
64. Туризм та туристичне господарство. Підручник / За ред. Чудновського А. - М.: ЕКМОС, 2003. - 400 с.
65. Уваров В.Д., Борисов КГ Международные туристические организации. - М.: Международные отношения, 1990.

66. Уварова Г. Рекреаційно-туристичний потенціал України //Географія та основи економіки в школі. - 2008. - № 2. - С. 29-36
67. Федулова Л.І. Інноваційні Контури розвитку туризму // Актуальні проблеми економіки. - 2011. - № 6. - С.137-147.
68. Халяпова Е. Проблеми глобалізації в індустрії туризму. - Вип.1. - К.: КМ-Трейдінг, 2004. - 207 с.
69. Хорлів П.І. Туристично-рекреаційні ресурси: Навчальна допомога. - Х.: Олді-Плюс, 2011. - 479 с.
70. Чернищенко А. Формування стратегії сталого розвитку туризму і курортів в Україні: Круглий стіл //Новости турбізнесу. - 2007. - № 12. - С. 20
71. Шило Л. Експорт, імпорт туристичних послуг //Вісник податкової служби України. - 1999. - № 43: Спецвипуск. - С. 39-40
72. <http://www.ukrstat.gov.ua>
73. Всесвітня туристична організація. – Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>
74. Balassa B. Comparative Advantage, Trade policy and Economic Development. — New York: Harvester Wheatsheaf, 1989. — P. 41—79.
75. Evrard Y., Pras B., Roux E. Market. Etude et recherches en marketing: Fondement methodes. — Paris: FOUCHER, 1994. — 432 с.
76. Zaniewski I., Zaniewska L. Active and healthy tourism in the Carpathian recreation region // Health Strengthening. Factors, mechanisms and health strategies. Radom: PR, 2003. — S. 398—401.
77. European Travel Commission. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.etc-corporate.org>
78. The 10 best new European city breaks. // Офіційна інтернет-сторінка британської щоденної газети The Times. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.timesonline.co.uk>.
79. Tourisme en France. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://fr.wikipedia.org/wiki/Tourisme_en_France

80. Українсько-польський туристичний портал. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.tourism-carpathian.com.ua/>
81. UNWTO Tourism Highlights, 2011 Edition [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enhr_3.pdf
82. World Council of Travel & Tourism: Annual review of Travel & Tourism [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/traveltourism2011.pdf
83. World Council of Travel & Tourism: Annual review of Travel & Tourism [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/traveltourism2011.pdf
84. Smith T. General Theory of Tourism [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.hopstudios.com/nep/unvarnished/item/general_theory_of_tourism/
85. Normann, R. Service Management: Strategy and Leadership in Service Businesses. (1985) New York: Wiley
86. Cooper, C. The Life Cycle Concept and Tourism. London: Mansell
87. Bairoch P. The constituent economic principles of globalization in historical perspective: myths and realities // International Sociology. 2000, N2.
88. SOS. Зона стихійного лиха [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://vezha.org/suspilstvo/n_10026/SOS_zona_styhijnogo_lyha.html
89. UNWTO technical manual: Collection of Tourism Expenditure Statistics. World Tourism Organization. 1995.
90. Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Berry, L.L. Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations // New York: Free Press - 1990, pp. 21-22

Анотація

Лісовий І.Я. Організація виконання операцій міжнародного туризму. - Рукопис.

Дослідження на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр» за спеціальністю 8.050103 «Міжнародна економіка». Тернопільський національний економічний університет. – Тернопіль, - 2012.

У даній роботі розглянуто індустрію міжнародного туризму. Висвітлено класифікацію та основні етапи виконання операцій міжнародного туризму в Україні. Досліджено проблеми організацій виконання операцій та організації міжнародного туризму в Україні.

Проведено аналіз в'їзного та виїзного туризму в Україні. Розглянуто стандартизацію як засіб вдосконалення виконання операцій міжнародного туризму а також перспективи стандартизації туристичних операцій в Україні.

Annotation

Lisovy I.Ya. Organization of Operations of International Tourism. – Manuscript.

Research on the master of degree educationally qualifying level of masters “degree” speciality 8.050103 “The international economy” are the international economy. – Ternopil National Economic University. Ternopil, 2012.

In this thesis it has been reviewed the international tourism industry. The classification and the main paper stages of international tourism operations in Ukraine have been enlightened. The problems of international tourism organization and operations in Ukraine have been.

The analysis of inbound and outbound tourism in Ukraine. It has been made Standardization as the way of improving the operations of international tourism and also prospects for standardization of tourist operations in Ukraine have been reviewed.