## ТУРИСТСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ

## ТЕМА 4. Туристська діяльність: поняття, розвиток, мотивація, вплив туризму

### Визначення поняття «туризм»

В англійській мові слово «туризм» з'явилося на початку XIX ст. Його коріння *«tour»* більше асоціюється з «вояжем» або «турне» театральної трупи, ніж з «індивідуальними поїздками для власного задоволення».

Слово «туризм» має французьке походження (від фр. *«tour»* –

«прогулянка, поїздка, подорож (поїздка, похід) у вільний час, один з видів активного відпочинку»).

Вебстерський словник англійської мови (10-е видання) дає таке визначення терміну tourist (турист): «той, хто здійснює поїздку заради власного задоволення чи розширення культурного кругозору» *(one who makes a tour for pleasure or culture)* [13].

У відповідності до Закону України «Про туризм» визначено, що ***туризм*** – це тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-діловіх чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування [1].

Більш точно туризм можна визначити як науку, мистецтво і бізнес із залучення туристів та організації їх перевезення і проживання, а також створенню умов для кращого задоволення їх потреб і запитів. Поняття

«гостинність», в свою чергу, спрямоване на задоволення потреб не тільки туристів, але й споживачів взагалі.

Слід зазначити, що поняття «туризм» і «гостинність» не можна розглядати окремо: це два взаємопов'язаних терміна, хоча поняття «індустрія гостинності» є більш широким, ніж поняття «індустрія туризму» [21]. Гостинність – це одне з понять цивілізації, яке завдяки прогресу і часу перетворилося на потужну індустрію, в якій працюють мільйони професіоналів, створюючи все найкраще для споживачів послуг (туристів). Індустрія гостинності включає в себе різні сфери діяльності людей – туризм, відпочинок, розваги, готельний та ресторанний бізнес, громадське харчування, екскурсійну діяльність, організацію виставок і проведення різних наукових конференцій. Таким чином, індустрія гостинності – це комплексна сфера діяльності працівників, що задовольняють будь-які запити і бажання туристів.

### Історичне становлення галузі туризму: п'ять епох туризму

*Джон Уокер* пропонує розподіл історії розвитку туризму на п'ять періодів

(або епох), чотири з яких починаються з винаходу нових транспортних засобів:

* + 1. Передіндустрійний період (до 1840 р.).
    2. Століття залізниць.
    3. Століття автомобілів.
    4. Століття реактивних авіалайнерів.
    5. Століття круїзів на морських лайнерах [23, с. 45-62].

### Передіндустрійний період

Першими мандрівниками в сучасному розумінні цього слова були фінікійці, метою яких була торгівля як по Середземномор'ю, так і на Сході. Одним із стимулів здійснювати подорожі був також пошук земель, більш багатих продовольчими запасами.

За часів Римської імперії була створена система доріг, що простягнулися від Єгипту до Британії. Заможні римляни подорожували до Єгипту і Греції, відомих своїми святилищами, джерелами з цілющою водою, приморськими курортами, відвідували грецькі храми, місця, де покоївся прах Олександра Македонського, де жив філософ Сократ, де похований великий Ахілл. За час розкопок руїн міста Помпеї, який похований під шаром попелу вулкану Везувію, виявлені ресторани, таверни і нічліжні будинки.

У Середні віки люди подорожували, головним чином, до святих місць: мусульмани здійснювали свій хадж до Мекки, християнські паломники – в Єрусалим і Рим. У 1095 р. почалися Хрестові походи, які, у свою чергу, стимулювали культурний обмін між народами.

В епоху Ренесансу (з розквітом торгівлі та ремесел) значно підвищився рівень життя і, як наслідок, культурні запити людей. Пізніше серед аристократії стало модним здійснювати подорожі до Європи – відправлятися у великі турне, зупиняючись у головних містах на кілька тижнів або місяців.

### Століття залізниць

Залізниця – зручний засіб сполучення для транспортування будь-яких категорій туристів, починаючи від туристів-індивідуалів, великих і малих туристських груп на рейсових регулярних лініях і чартерних поїздах та закінчуючи організацією спеціальних туристсько-екскурсійних поїздів місцевого і далекого сполучення.

У розвитку Сполучених Штатів, Канади та багатьох інших країн важливу роль зіграла залізниця. «Дух першопрохідників» тільки тоді дозволив по- справжньому перебороти опір дикої природи американського Заходу, коли на зміну кібіткам прийшли потяги. У порівнянні з ними потяг був куди більш ефективним видом транспорту: швидше, зручніше, дешевше. Залізниці підштовхнули розвиток туризму: завдяки їм курортні місця Північної Америки і Європи виявилися доступними для значної частини населення та принесли з собою зміни і в готельній справі: постоялі двори на розвилках доріг поступилися місцем привокзальним готелям.

Будівництво першої в США залізниці було розпочато у 1830р. У 1869 р. стало можливим перетнути країну зі сходу на захід усього за шість днів. До цього подібна подорож на Західне узбережжя в кибитці вимагала кількох місяців, або, в кращому випадку, декількох тижнів, якщо плисти морем (навколо мису Горн у Південній Америці).

Для зручності пасажирів залізничні вагони були обладнані спальними полицями; в одному з вагонів розміщувався ресторан. Будівництво залізниць продовжувалося в Америці і в XX ст. (до Великої депресії тридцятих років і Другої світової війни). Ці події привели до спаду в пасажирських перевезеннях залізницею. Автомобіль додав цьому спаду ще більшого прискорення – можливість пересування дорогою давала йому значну перевагу в конкуренції з залізничним потягом, що йде за розкладом.

На відміну від США, в Європі та Азії залізничний транспорт відіграє більш важливу роль як для пасажирських, так і для вантажних перевезень. З точки зору співвідношення витрат і ефективності, в густонаселених регіонах

залізничний транспорт є найбільш вигідним засобом. Європейці сконструювали високошвидкісні потяги, що розвивають швидкість до 250 миль / годину. Так, французький потяг *Tres Grande Vitesse* долає відстань від Парижа до Марселя всього за три години. У травні 1994 року під протокою Ла-Манш був прокладений 25-мильний тунель, що сполучає Англію з Францією. Сучасний японський «куля-потяг» *(Bullet train)* може розвивати швидкість до 360 км / год.

***Види потягів*** у системі пасажирських перевезень:

1. *рейсові*, які йдуть за суворо встановленим маршрутом, за рівні часові проміжки і графік руху (приміські, місцеві, дальнього сполучення);
2. *позарейсові (чартерні),* які комплектуються в міру необхідності перевезень (відноситься і до туристських поїздів).

Сьогодні багато компаній, що володіють залізницями, прикладають зусилля для збереження та збільшення турпасажиропотоку: прокладають високошвидкісні магістралі (для прискорення транспортування); організовано обслуговувують у вагонах за формулою «Євро-Найт» (поліпшення комфортності до готельного рівня); створюють спеціальні турпотяги, в т.ч. і

«ретро-паровози» (спеціальні тематичні поїздки на залізничному транспорті). Шанувальниками цього виду туризму вважаються німці, англійці та швейцарці. Особливим шиком серед німецьких туристів вважаються подорожі на потягах з паровозною тягою. А найпопулярніший у всіх без винятку любителів залізничного туризму – «Східний експрес» *(«Orient Express»),* стилізований під знаменитий залізничний потяг початку XX ст.

Серйозну конкуренцію залізничних перевезенням на короткі відстані, а також на екскурсійних маршрутах складають автоперевезення.

### Автомобільні подорожі

Автомобілі з'явилися в результаті створення і подальшого поліпшення парового двигуна. Перший завод з виробництва двигунів внутрішнього згоряння був збудований у кінці XIX ст. Карлом Бенцем і Готлібом Даймлером. Сьогодні ця компанія відома як *Mercedes Benz.*

Автомобілі почали вироблятися у великих кількостях в 1891 р., що пов’язано із іменем Генрі Форда, який винайшов спосіб конвеєрного виробництва. З 1914 р. із заводського конвеєра заводу Форда кожні 24 секунди сходило по одному автомобілю. Автомобілі виробляють на подібних конвеєрах і донині, тільки до цієї роботи тепер підключили і роботів. В даний час у США зареєстровано близько 150 млн. автомобілів. Наступна країна за кількістю автомобілів – Японія (33 млн).

У туробслуговуванні використовують такі **основні напрями автопослуг:**

1. організація автобусних подорожей; 2) організація подорожей на особистому транспорті туристів, 3) прокат автомобілів.

*Міжнародний автобусний туризм* – порівняно молодий вид туризму (70-і рр. XX ст.). До цього автобуси в основному використовували для трансферів, екскурсій та місцевих поїздок. У 1986 р. в країнах Європи у зв'язку з загостренням конкуренції між залізничними і автобусними компаніями було створено об'єднання автобусних перевізників – Раду «Євроліній» *(«Eurolinеs»),* куди ввійшли 33 європейських партнера. Автобусні компанії виступили під однією торговою маркою, виробили загальну систему автобусного сполучення за наскрізними квитками із загальними стандартами сервісу, правилами і системою знижок. Сьогодні «Eurolines» – одна з провідних компаній на ринку, яка обслуговує понад 250 маршрутів по всій Європі; до неї входять 35 європейських автобусних компаній. З 1992 р. «Eurolines» стала працювати і в Східній Європі.

Європейська конференція міністрів транспорту (1984 р.) визначила три **види автобусного туризму:** 1) поїздки на рейсових автобусах; 2) поїздки на човникових автобусах; 3) спеціальні (чартерні) рейси. До окремої групи віднесений внутрішній туризм і поїздки протягом дня з різними цілями (екскурсії протягом дня, човникове обслуговування аеропортів і т. д.) [21].

Відкриття руху на регулярних міжнародних маршрутах регламентують двосторонні урядові угоди; транзит через треті країни потребує дозволу Комітету з транспорту при Європейській економічній комісії ООН (ЄЕК). Для спрощення договорів на міжнародні перевезення в рамках Женевської конвенції від 01.03.1973 р. прийнята Конвенція про договір міжнародного автомобільного перевезення пасажирів і багажу. Подальші спрощення міжнародних перевезень зафіксовані Гаазькою (1989 р.) декларацією з туризму і Шенгенською угодою для членів Євросоюзу. Підписання Шенгенської угоди дало новий поштовх до розвитку автобусних перевезень, дозволивши спростити багато формальностей. Для здійснення турпоїздок до країн Європи також необхідне оформлення спецстраховки (крім медичної) – так звані

«зеленої карти» (страхування автоцивільної відповідальності на користь третіх осіб з вини застрахаваного – *International Motor Insurance Card*). Права та обов'язки перевізника і туристів регламентують: договори на перевезення, на туробслуговування і ваучери.

Специфіка організації автотурів (з використанням особистого транспорту туристів) – організація пакетного туру подорожі включає весь набір послуг, за винятком транспортних. Найпоширеніші – поїздки вихідного дня, оздоровчі (виїзд на природу або до місць відпочинку) і пізнавальні (поїздки до історичних або культурних пам'яток).

Процес підготовки автоподорожі включає: 1) розробку маршруту;

1. розробку графіка руху; 3) оформлення маршрутної документації. Посвідчення водіїв для закордонних автоподорожей, прокат автомашин за кордоном для українських туристів регулює Міжнародна Конвенціяпродорожнійрух. Прокат (аренда) автомобілів – затребувана послуга серед туристів, особливо на стаціонарних і курортних турах. У будь-якому туристському або курортному центрі працює безліч автопрокатних контор. Провідні фірми з

прокату автомобілів у світі – *«HERTZ»* і конкуруюча з нею *«AVIS».*

Розвиток готельної інфраструктури, зокрема мотелів, безпосередньо пов'язаний з автотуризмом. У розвинених країнах за традиційними туристськими трасами побудовані ланцюги малих готелів і кемпінгів, що орієнтовані, насамперед, на обслуговування туристів, що подорожують на особистих автомобілях.

Результати досліджень *Асоціації автовиробників Європи* (АСЕА), свідчать що найвища щільність автопарку у Німеччині, де на кожну тисячу жителів припадає 563 легкових автомобілі. Для порівняння, в середньому для Західної Європи ця цифра складає 508 машин, для нових членів ЄС – лише 307, Росії – 230, України станом на 01.01.2010 р. – 155 автомобілів.

### Повітряні подорожі

Згідно зі статистикою темпи зростання популярності авіатранспорту вищі, ніж автотранспорту, що обумовлюється дедалі більшим розширенням географії подорожей та існуючою стійкою тенденцією до скорочення термінів подорожі на користь їх частоти (зростання короткострокових турів надалекі відстані).

Батьківщиною пасажирського авіабудування є Росія. Першим в історії авіації пасажирським літаком став російській *«Ілля Муромець».* Літак конструкції Сікорського, конвертований у пасажирський з бомбардувальника, був оснащений комфортабельним салоном, рестораном, окремими спальними кімнатами і ванною, опаленням й електроенергією. Вперше літак піднявся в повітря 10 грудня 1913 р. У лютому 1914р. був виконаний демонстраційній політ з 16 пасажирами на борту. У червні того ж року літак установив рекорд дальності, зробившипереліт з Петербурга до Київавсього з однієюпроміжноюпосадкою.

До 1919 р. були налагоджені регулярні пасажирські рейси між Лондоном і Парижем. Другим пасажирським літаком став американський *Ford Trіmotor,* оснащений трьома поршневими моторами (два на крилах і один на носі), взявши на борт 8 пасажірів. Trіmotor віробляли з 1925 по 1933 рр. У 1927 р. Чарлз Ліндберг умовив групу інвесторів із Сент-Луїса спонсорувати будівництво нового аероплана. «Дух Сент Луїса» був створений на заводі в Сан-Дієго за 60 днів. Взявши на борт 1700 літрів бензину (каністри з пальним навіть загороджували йому передній огляд), у тому ж році Ліндберг перелетів через Атлантичний океан за 28 годин.

*Варшавська конвенція* (1929 р.) була першою спільною угодою між авіакомпаніями щодо питань забезпечення відповідальності авіакомпаній за безпеку пасажирів у разі їх смерті, поранень або втрати багажу під час перевезення (Монреальським протоколом в подальшому було визначено, що максимальна відповідальність буде періодично переглядатися в зв’язку інфляційними процесами. На сьогодні відповідальність авіакомпанії перед пасажиром складає максимально 20 тис. дол. США).

Перша в США авіалінія, що з'єднала Сан-Дієго з Лос-Анджелесом і виконувала рейси за розкладом, була відкрита в 1915 р. У 1930 р., каліфорнійська компанія *Douglas* випустила літак *DC-2,* який мав 14 пасажирських місць і літав зі швидкістю 213 миль / годину. Ще більш відомий *DC-3* був прийнятий в експлуатацію в 1936 р.

*Чиказька конвенція* з цивільної авіації 1944 р., в дискусії щодо прийняття якої брали участь 80 країн, містить угоду щодо стандартизації міграційних процедур повітряного сервісу між країнами. Ці принципи були прийняті для забезпечення основи для двосторонніх угод між країнами. В угоді було обумовлено не регулювати чартерні перевезення, дозволяючи країнам застосовувати індивідуальне регулювання та умови, за якими вони приймають і обслуговують чартерні рейси [23].

У 1977 р. було переглянуто *Бермудську угоду* 1946 р. (ратифікована у 1980 р.), а в 1986 р. нова угода розширила фактичне навантаження на маршрути через Атлантику, обмежені двома британськими і двома американськими перевізниками. Бермудську угоду за своєю ефективністю пізніше було визнано зразковою і стала основою для укладення подальших двосторонніх угод та визначила основні права для країн-учасниць:

* пролітати над територією іншої країни;
* приземлятися з некомерційними цілями на території іншої країни;
* вивантажувати багаж і висаджувати пасажирів, яких доставили з країни приписки літака до зарубіжної країни;
* брати на борт вантаж і пасажирів, які прямують із зарубіжної країни до країни приписки літака;
* перевозити пасажирів і вантаж з однієї зарубіжної країни до іншої;
* перевозити вантажі із зарубіжної країни до країни приписки літака або через неї – до іншої закордонної країни.

У 1954 р. був прийнятий в експлуатацію перший *Boeing-707.* До 1958 р. авіакомпанія *Pan American Airways* відкрила трансатлантичні рейси з Нью- Йорка в Париж. Boeing-707 міг доставляти 111 пасажирів на відстань 6000 миль з крейсерською швидкістю 600 миль/годину. У тому ж році компанія McDonnell-Douglas випустила літак *DC-8.*

Для польотів на середні і ближні відстані були розроблені інші моделі літаків. «Робочою конячкою» внутрішнього ринку США став *Boeing-727*, що з'явився в 1964 р. та перевозив 145 пасажирів із крейсерською швидкістю 600 миль/годину. Його модифікація, *Boeing-737,* випущений у 1968 р., відразу заявив про себе як про конкурента DC-9 у перельотах на ближні відстані. У 1970 р. з'явився *Boeing-747* – перший літак з широким фюзеляжем, здатний одночасно перевозити від 400 до 500 пасажирів із крейсерською швидкістю 600 миль на годину на відстань до 7000 миль. Через деякий час консорціум європейських країн створив аеробус *А-320,* який призначений для обслуговування ближнього ринку та аеробус *А-340* – для обслуговування дальніх маршрутів.

Створення першого надзвукового пасажирського авіалайнера *Concorde*

(швидкість 1450/час) обійшлося Англії і Франції в $ 3 млрд. (1969 р.).

Найбільш впливові **міжнародні авіаційні організації**:

* 1. *Міжнародна організація цивільної авіації* (*International Civil Aviation Organization – ICAO*) – одна з перших найбільш солідних і авторитетних світових структур. Членами ICAO є 183 держави. ICAO працює в тісному контакті з іншими організаціями, такими, як *United Nations Community, World Meteorological Organization, International Union of Electrical Communications, World Post Union, World Health Organization, International Sea Organization;*
  2. *Міжнародна асоціація повітряного транспорту* (*International Association of Air Transportation – IATA)* – створена для координації дій світових авіакомпаній, спрямована на гарантування безпеки і підвищення ефективності

повітряних перевезень у всіх регіонах земної кулі. Заснована в 1919 р. і реорганізована в 1945 р. IATA – професійна асоціація авіаційних компаній, що здійснюють міжнародні рейси. Турагенції беруть участь у діяльності IATA через її спеціальне відділення – *International Travel Agents Network* (IATAN), Міжнародну організацію агентів авіакомпаній, а також через міжнародні організації цивільних аеропортів.

Зараз у світі налічується понад 1300 авіакомпаній. У середньому за рік на авіарейсах перевозять близько 1,5 млрд. осіб. Найбільші авіакомпанії світу за кількістю перевезень – американські *«Delta Air lines», «Pan Amerikan»,*

*«United»,* французька *«Air France»,* німецька *«Lufthansa»,* британська «British Airways» та ін. Сильною авіакомпанією вважають російський «Аерофлот».

Сьогодні в туризмі популярні чартерні рейси та послуги *low-cost*

авіакомпаній.

*Чартерний рейси* – рейси, які виконують поза розкладом на умовах чартерного договору між замовником та авіаперевізником, затверджує Державна служба цивільної авіації (ДСЦА). На відміну від регулярного рейсу, консолідатором (замовником) чартерного рейсу є туркомпанія (як правило, великий туроператор). За договором з авіакомпанією, туроператор фрахтує літак повністю і відправляє його в потрібному напрямку на сезонній основі. Вартість чартерних квитків на 20-50% нижче вартості квитків на регулярні рейси.

*Бюджетна авіакомпанія* (дискаунтер, лоу-кост-авіакомпанія) (англ. *low- cost carrіer, low-cost aіrlіne,* також англ. *no-frіlls carrіer, dіscount carrіer, budget carrіer)* – авіакомпанія, що пропонує дуже низьку плату за проїзд у обмін на відмову від більшості традиційних пасажирських послуг. Батьківщина Концепції лоу-кост – США, в Європі вона на початку 1990-х, а в подальшому – і в багатьох країнах світу.

### Круїзні подорожі

Туристська поїздка річкою або морем, як правило із заходом у порти, на борту спеціального пасажирського судна – ***теплохідна подорож (круїз).***

За останні роки змінився імідж круїзу як турпродукту: теплохід типу

*«love boat»* (тура любові) перетворився на плавучий готель, де панує атмосфера розваг і свята; збільшується морський круїзний флот, удосконалюються конструкції пасажирських суден, підвищується їх комфортабельність, розробляються нові морські й океанські маршрути. Широкий розвиток набули комбіновані і «пакетні» авіаморські круїзи з включенням до вартості подорожі всього комплексу обслуговування, при цьому круїзна компанія організовує чартерні авіарейси як частину загальної подорожі, забезпечуючи туристові свій рівень обслуговування вже з аеропорту.

У світі налічується кілька десятків спеціалізованих круїзних компаній, що експлуатують від 1-2 до 15-20 пасажирських суден. Більша частина операторів круїзів об'єднана у професійну міжнародну асоціацію – *Cruise Line International Association* (CLIA).

На думку фахівців, круїз тривалістю в 1 тиждень – основний турпродукт (близько 40% круїзів). У тривалих круїзах понад 14 днів, беруть участь лише 2- 3% клієнтів.

В організації круїзних поїздок використовується:

1. *класична європейська система* (до 60% круїзів) – передбачає морську подорож із заходом у різні порти з екскурсійною програмою;
2. *американська система* – надання можливості круїзним пасажирам відпочивати і загоряти на пляжах у пунктах заходу по маршруту.

Останнім часом практично у всіх регіонах набувають популярності

«круїзи в нікуди» – одно-і дводобові поїздки без заходу в інші порти. Як правило, таке судно іде з базового порту о 18-й годині вечора в п'ятницю і повертається в неділю до вечора.

*Основні круїзні регіони:*

1. Середземне море – з травня по жовтень;
2. Карибський басейн – зимові місяці;
3. навколо Європи і Скандинавії – з середини травня до кінця серпня;
4. країни Південно-Східної Азії.

За технічним оснащенням і комфортабельністю флоту, рівнем сервісу на борту, розмірами базових тарифів і рядом інших показників ***круїзні компанії поділяють на основні категорії:***

1. *стандартні* (їх зазвичай позначають \*\*\*), наприклад, *Dolphin cruise,* line;
2. *першокласні* (\*\*\*\*) – *Costa Cruises, Norvegian cruise line;*
3. *престижні* (\*\*\*\*\*) – *Holland America line, Celebrity Cruises;*
4. *супер-люкс* (\*\*\*\*\*\*) – *Seabourn* та ін.

Дещо осібно від них знаходяться спеціалізовані морські оператори

(наприклад, Club Med, Windstar та ін.)

На світовому круїзному ринку діє близько 60 операторів, з яких 47 експлуатують по 1-3 судна (найбільші – американські: *Carnival Cruise Line Corporation* (CCL), *Royal Caribbean;* британська – *Cruises Divison*).

На відміну від морських річкові круїзи менш схильні до впливу погоди, більш інформативні, оскільки мають берегової огляд, є прекрасна можливість користуватися зеленими стоянками. ***Річкові круїзи*** (пізнавальні, спортивні, гастрономічні круїзи, по місцях виноробства і т. д.) різноманітні за довжиною, тривалістю маршрутів (7-15 днів), тематикою.

Невеликі судна орієнтовані на молоді подружні пари, на самотніх людей, на сім'ї з дітьми, але основна цільова аудиторія круїзних кораблів – заможні люди.

### Мотивація здійснення подорожей

Існує безліч причин, за яких люди відправляються в подорожі. Але в цілому їх можна розділити на дві основні категорії: поїздки заради задоволення і поїздки в справах бізнесу. Разом з тим, проведені дослідження показали: коли споживачів галузі подорожей запитують, що вони пов'язують з успіхом і досягненнями у своєму житті, то на першому місці виявляється відповідь – можливість подорожувати заради задоволення.

У свою чергу поїздки подібного роду також обумовлені різними причинами, з яких можна виділити наступні: відвідування друзів і родичів; лікування; освіта і навчання; відвідання цікавих місць і пам'яток (наприклад, національних парків); поїздки з релігійними цілями; поїздки, щоб розвіятися від повсякденних турбот; на спортивні заходи; на фестивалі; за покупками; поїздки в розважальні центри; азартні ігри; пригоди; з метою отримання спадщини; екотуризм; на атракціони.

### Туристські організації

Оскільки заняття туризмом часто пов'язане з перетином державного кордону, держава бере участь у прийнятті рішень, що пов'язані з цією галуззю бізнесу. Зокрема, уряд здійснює контроль за в'їздом іноземних туристів на територію своєї країни та їх виїздом з неї, контролює культурні та соціальні аспекти туризму, оскільки національні парки і сховища культурної спадщини країни, що є об'єктом особливої уваги з боку туристів, знаходяться під його захистом. У той же час туризм справедливо вважають послом миру, оскільки сприяє розвитку ініціатив доброї волі та кращого взаєморозуміння у представників різних культур.

### Міжнародні організації, які координують діяльність у сфері туризму

Розширення міжнародного туристського обміну зумовило потребу його міжнародно-правової регламентації і створення спеціалізованих міжнародних тур організацій.

***Міжнародне регулювання*** – міжнародна система впливу та комплекс заходів, спрямовані на ефективне керування певними видами міжнародної діяльності відповідно до визначених міжнародних принципів, норм і стандартів.

***Міжнародні організації*** – об'єднання державних і національних організацій неурядового характеру, створених для досягнення загальних цілей у

певній сфері людської діяльності (у сферах політики, економіки, соціального і культурного життя, туризму та ін.).

Міжнародні організації поділяються на ***міжурядові*** (членами, яких є тільки держави (Організація Об'єднаних Націй, Економічна і Соціальна Рада ООН, Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки й культури, Міжнародна організація праці, Всесвітня організація охорони здоров'я, Міжнародний банк реконструкції і розвитку, Міжнародний валютний фонд, Міжнародна організація цивільної авіації, Міжнародна морська організація; Всесвітня метеорологічна організація, Продовольча і Сільськогосподарська організація Об'єднаних націй, Світова організація торгівлі й ін.) та ***неурядові*** (члени яких є організаціями неурядового характеру, національні об'єднання, спілки і асоціації).

Процес створення всесвітніх, континентальних і регіональних організацій, покликаний займатися регулюванням туризму та подорожей, почався в 20-ті роки XX ст. За цей період склалася ціла система міжнародних тур організацій різного рівня і компетенції, яких нараховується понад 200, більше чверті з яких – активні ї впливові в міжнародній індустрії туризму [12, с. 41-42].

Залежно від масштабів, сфери і спрямованості своєї діяльності

### тур організації класифікують на:

1) *світові (міжнародні):*

* + с*вітові тур організації загального характеру* (Всесвітня туристська організація; Всесвітня рада з подорожей і туризму; Міжнародна Асоціація світового туризму; Міжнародний тур союз; Міжнародний тур альянс; Всесвітня асоціація з питань дозвілля і відпочинку та ін.;
  + *світові тур організації галузевого характеру* (Міжнародна Асоціація повітряного транспорту; Міжнародна організація цивільної авіації; Міжнародна готельна та ресторанна асоціація;
  + *регіональні тур організації загального характеру* (Європейська комісія з туризму; Європейська туристська група; Бюро організацій – членів ЛІТ у Європейському союзі; Асоціація з розвитку і координації європейських

тур обмінів; Туристська асоціація країн Азії і Тихого океану; Туристська Асоціація країн Східної Азії; Асоціація туристської індустрії Америки; Конфедерація туристських організацій Латинської Америки; Карибська туристська організація; Арабський туристський союз; Панафриканська туристська організація; Африканська асоціація подорожей та ін.);

* + *регіональні тур організації галузевого характеру*: Міжамериканська готельна асоціація; Арабській готельний союз; Комітет готельної і ресторанної індустрії Європейської спілки; Асоціація азіатських авіакомпаній; Асоціація європейських авіакомпаній та ін.;
  + *спеціалізовані тур організації* (Міжнародне бюро соціального туризму; Міжнародна Асоціація ділового туризму; Міжнародна Асоціація з конгресів і з'їздів; Міжнародне бюро з Молодіжного туризму і обміну; Асоціація спеціалістів з організації корпоративних поїздок);
  + *особливі тур організації* (Міжнародна федерація журналістів і письменників з питань туризму; Всесвітня Асоціація з професійної освіти в туризмі; Міжнародна Асоціація гідів із супроводження; Міжнародна Асоціація наукових експертів з туризму) [20].

Найбільш впливовою з перелічених організацій є *Всесвітня туристська Організація – ВТО (World Tourism Organization – WTO).* ВТО створена в результаті реорганізації Міжнародного союзу офіційних тур організацій (1925 р.) 2 січня 1975 р. (цього дня набули чинності її статутні норми і правила). Штаб-квартира – Мадрид (Іспанія). ВТО займається розвитком стійкого й загальнодоступного туризму. Статут ВТО був прийнятий 27 вересня 1975 р., і починаючи з 1980 р., цей день проголошений як ***Всесвітній день туризму*** *(World Tourism Day).* Мета свята – пропаганда туризму, висвітлення його внеску в економіку світового співтовариства, розвиток зв'язків між народами різних країн. В Україні День туризму відзначається з 1998 р. відповідно до Указу Президента України «Про встановлення Дня туризму України» № 1047/98 від 21.09.1998 р. День туризму відзначається під спеціальнім девізом, під яким проходять всі заходи ВТО й національних

туристських організацій (наприклад, 2011 р. – «Туризм об’єднує культури»). У 2003 р. ВТО здобула статус спеціалізованого агентства ООН і, таким чином, підтвердила свою провідну роль у сфері міжнародного туризму. 1 грудня 2005 р. у Дакарі (Сенегал) Генеральна Асамблея ВТО затвердила нову скороченню назву – «ЮНВТО» *(UNWTO – United Nations).* Україна вступила до ВТО у 1997 р. У вересні 1999 р. на 13-ій сесії Генеральної асамблеї ВТО, що проходила у м. Сантьяго (Чілі) Україну було обрано до виконавчої ради ВТО.

### Державні органи регулювання туристської діяльності в Україні

Вітчизняна туристська галузь відіграє надзвичайно важливу роль у соціально-економічному житті країни, зміцнює її статус та збільшує зацікавленість держави в подальшому розвитку галузі. Прийнятий Верховною Радою України Закон «Про туризм» констатує: «Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки і створює сприятливі умови для турдіяльності» [1].

Основними *цілями державного регулювання в галузі туризму* є:

* забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;
* безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів турдіяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;
* збереження цілісності тур ресурсів України, а також їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій;
* створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів турдіяльності.

Історично склалися так, що в Україні регулюванням туризму постійно займається цілий ряд державних установ: за Радянських часів – *Українська*

*рада професійних спілок*, у складі якої діяла *Республіканська рада з туризму,* пізніше перейменована на *Українську республіканську раду з туризму та екскурсій; Державний комітет СРСР з іноземного туризму; Бюро міжнародного Молодіжного туризму «Супутник», Міністерства освіти і науки, культури і туризму, оборони* та ін., що мали підвідомчі туристські заклади.

Після проголошення в Україні Незалежності подібна структура управління туріндустрією в цілому збереглася, безумовно, маючи певні позитивні сторони. В умовах ринкових перетворень рекреаційна сфера вимагає для свого розвитку чималих інвестиційних ресурсів. Капіталовкладення різних міністерств і відомств забезпечували значну частину її фінансування. В тім, усе очевиднішими ставали недоліки такої організації управління на макрорівні, пов'язані, насамперед, з ігноруванням системного підходу до його здійснення.

Відсутність протягом 1989-1993 рр. структур і важелів державного регулювання туризму, призвела до руйнування важливих складових інфраструктури галузі, погіршення балансу в'їзного та виїзного турпотоків, фактичного розпаду системи соціально орієнтованого внутрішнього туризму. У цей період держава втратила майже 80% очікуваних валютних прибутків від обслуговування іноземних туристів.

Першим кроком на шляху виправлення ситуації стало створення у серпні 1993 р. *Державного комітету України з туризму,* який почав діяти як вищий інституційний орган системи управління вітчизняною сферою туризму , безпосередньо підпорядкованій КМУ, та його ліквідація згідно з Указом Президента України «Про зміни у структурі центральних органів виконавчої влади» № 1573 від 15 грудня 1999 р.

16 грудня 2002 р. була створена *Всеукраїнська координаційна Рада керівників туристських і суміжних об'єднань* як координаційний та представницький орган громадських організацій в Україні. Координаційна Рада уповноважена відстоювати і брати активну участь у визначенні основних засад і пріоритетів державної політки в галузі туризму, а також у вирішенні питань

розбудови тургалузі відповідно до Указу Президента України «Про підтримку розвитку туризму в Україні» № 127/201, від 2 березня 2001 року.

Логічною спробою подолання розосередженості регулюючого впливу держави на функціонування тургалузі стало створення позавідомчої *Національної ради з туризму,* на яку додатково покладаються завдання розгляду пропозицій щодо перспективи та напрямів розвитку усіх видів турдіяльності, запровадження системи з управління та розробки заходів; із захисту інтересів держави в цій галузі. Однак обсяг реальних повноважень, якими наділений цей колегіальній орган, досить обмежені і не відповідають його місцю у загально галузевій управлінській ієрархії.

Закон України «Про туризм» констатує, що центральним органом державної виконавчої влади в галузі туризму є *Державний комітет України з туризму,* повноваження якого визначаються згаданим вище законом та положенням, яке затверджується Кабінет Міністрів України. Але в зв'язку з неодноразовою реорганізацією структурних підрозділів Кабміну, Державний комітет України з туризму було реформовано: спочатку в *Державний комітет молодіжної політики, спорту і туризму* шляхом об'єднання з іншими комітетами [26], у 2002 р. створено *Державну туристську адміністрацію України.* До числа основних її завдань, поряд з координацією діяльності міністерств, відомств та організацій, робота яких пов'язана з прийманням і обслуговуванням іноземних та вітчизняних туристів, віднесені визначення перспектив розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, вимоги до його якісного та кількісного рівнів, формування та розміщення державних контрактів, збір галузевих статистичних даних, розробка деяких правових аспектів функціонування турсфери тощо. Поза її компетенцією залишились питання інвестицій, кредитів, бюджетного фінансування проектів; позбавлена вона і можливості скасовувати рішення непідвідомчої їй туристської структури, що суперечить державній політиці.

У 2006 р. відбулися зміни в системі управління туризмом в Україні. Функція управління туризмом була передана *Міністерству культури і туризму*

*України (МКТ)*. Того ж року в зазначеному міністерстві був створений структурний підрозділ – *Державна службу туризму і курортів,* яка безпосередньо і займається управлінням туристської діяльності в Україні, реалізує державну політику в галузі туризму і несе відповідальність за подальший його розвиток.

Структура Державної служби туризму і курортів наведена на рис. 4.1.

Узагальнена схема управління туристською діяльністю в Україні представлена на рис. 4.2.

### 4.4. Економічний вплив туризму. Ефект мультиплікатора

Крім безпосереднього економічного ефекту туризм надає ще й вторинний ефект. Коли турист витрачає гроші на подорожі, зупиняючись в готелі або обідаючи в ресторані, в цих галузях бізнесу відбувається рециркуляція грошей, на них купують нові товари та отримують послуги, які туристи куплять у майбутньому, що в свою чергу знову принесе гроші. І цей цикл буде повторюватися знову і знову.

Крім того, службовці індустрії гостинності самі витрачають велику частину грошей, які вони заробили в своєму ж районі, купуючи на них різні товари і послуги. Ця ланцюгова реакція триває до тих пір, поки не відбувається витік, тобто гроші «витікають» на купівлю чого-то за межами регіону. Для більшості галузей економіки коефіцієнт мультиплікатора становить 1,7-2,0. Це означає, що зароблені галуззю гроші використовуються від 1,7 до 2,0 разів.

Світова криза, наслідки якої торкнулися України набагато більше за країн-сусідів, довела факт щодо вичерпаності потенціалу багатьох секторів національної економіки. Країні необхідні нові точки економічного зростання – основа наповнення бюджету та створення робочих місць.

Саме туризм є одним із секторів економіки, потенціал якого реалізований не в повній мірі. Туріндустрія охоплює біля третини світового обсягу надання послуг. У багатьох країнах туризм складає значну частку ВВП (у Хорватії – 17%, в Україні – 1,6% (9% – у всі пов’язані сектори).

Голова Державної служби туризму і курортів, заступники голови

Відділ міжнародних зв’язків

Управління правової та ліцензійної політики

Управління туристської політики та з питань підготовки до проведення чемпіонату Європи 2012 з футболу

Управління фінансово-економічної

та інвестиційної діяльності

Відділ організаційно- аналітичного забезпечення, діловодства і контролю

Відділ юридичного та кадрового забезпечення

Відділ стандартизації та безпеки туристів

Сектор ліцензування

Відділ стратегії, державних програм та регіонального розвитку

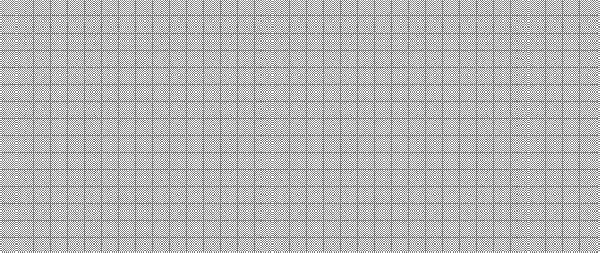
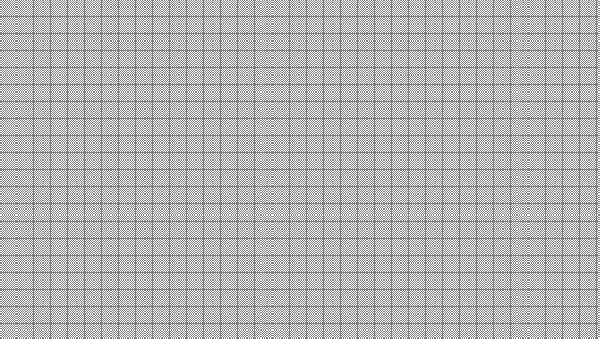
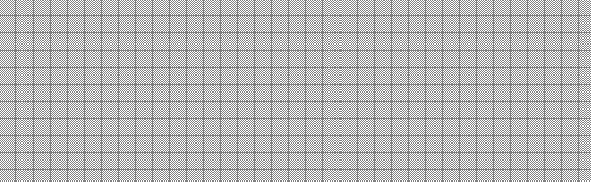
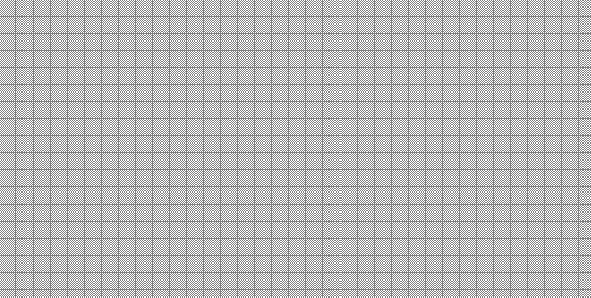
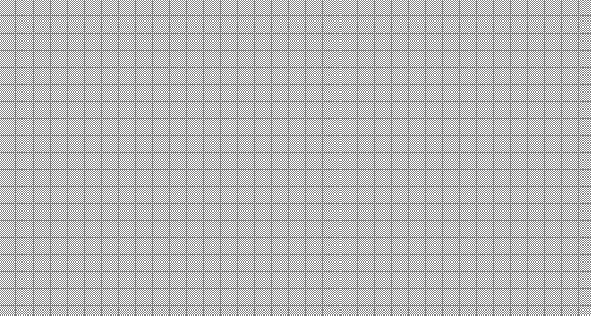
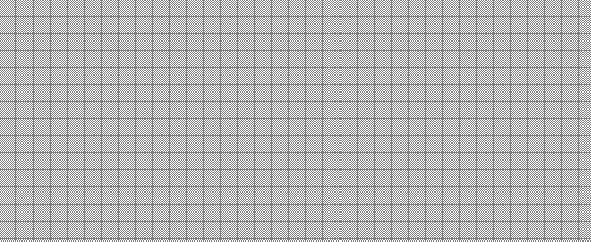
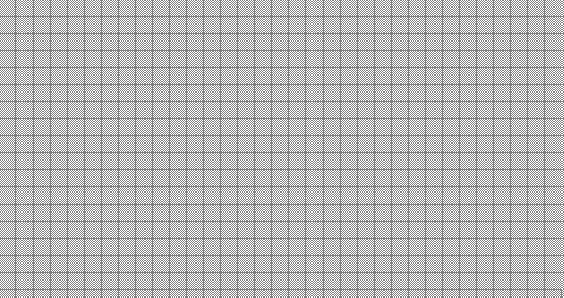
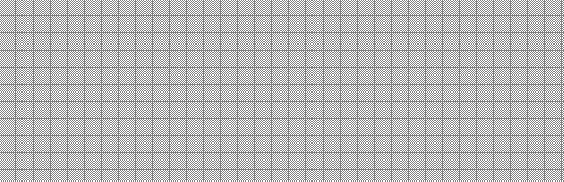
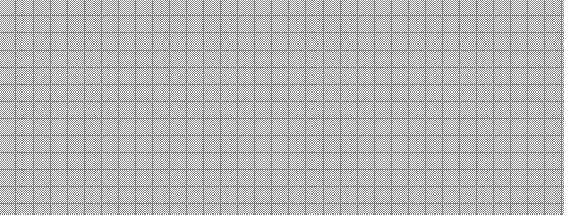
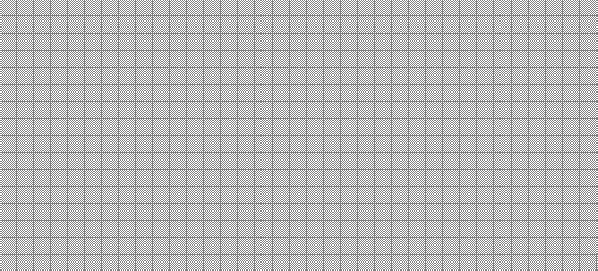
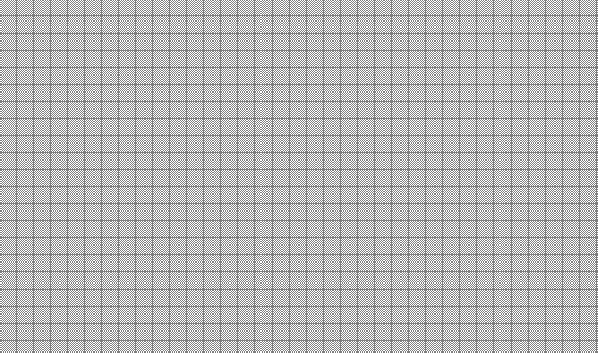
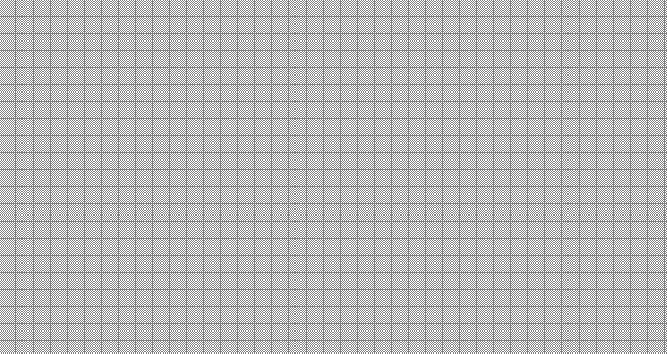
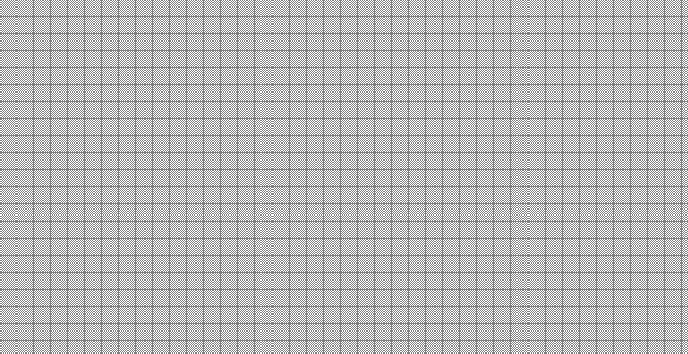
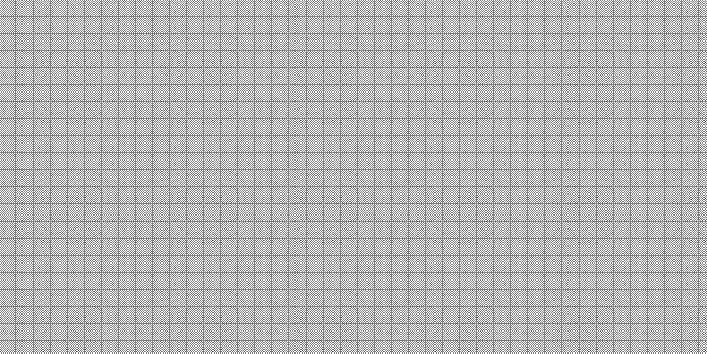
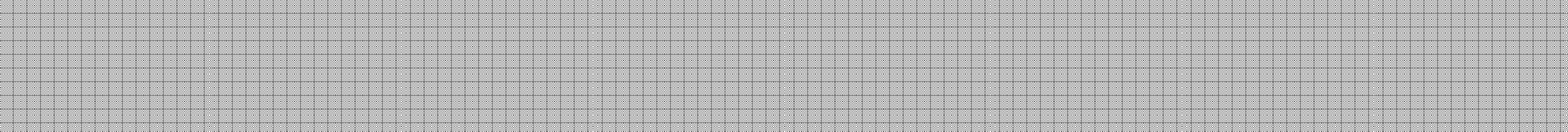
Відділ інформаційно- рекламної діяльності

Відділ розвитку курортів та рекреаційної сфери

Відділ бюджетного планування, статистики та інвестиційної діяльності

Відділ фінансів та бухгалтерського

обліку



59

Відділ з питань розміщення і готельної інфраструктури

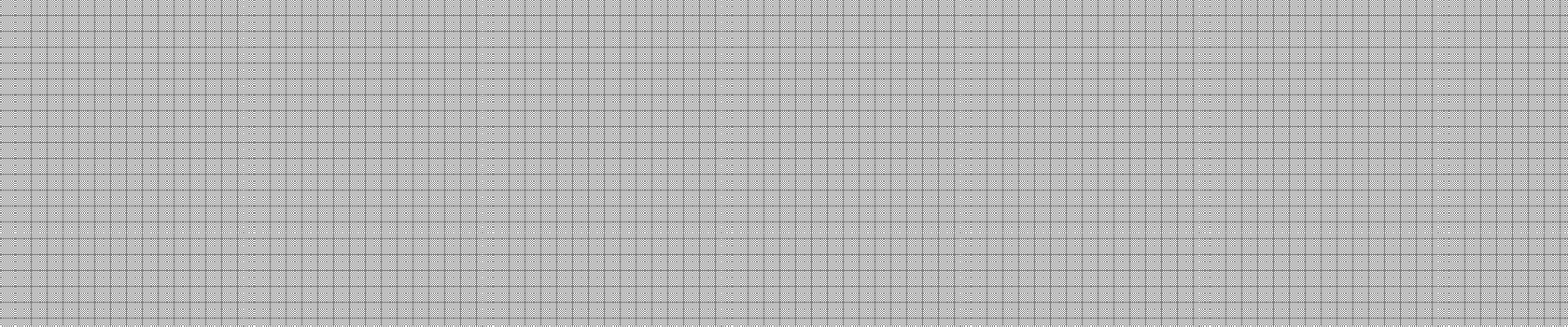
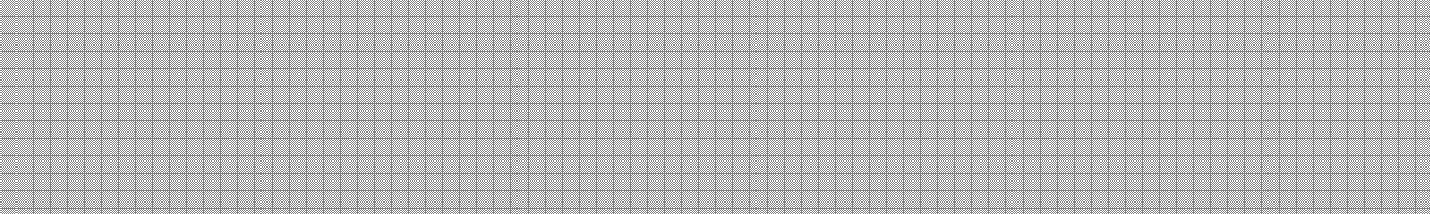
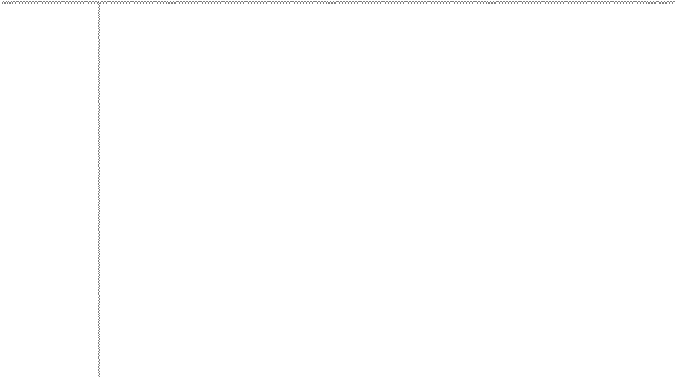
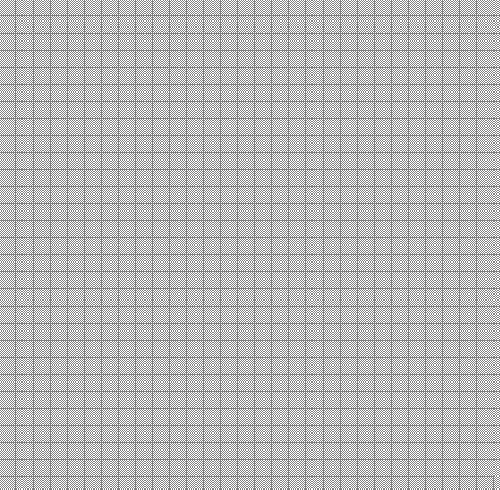
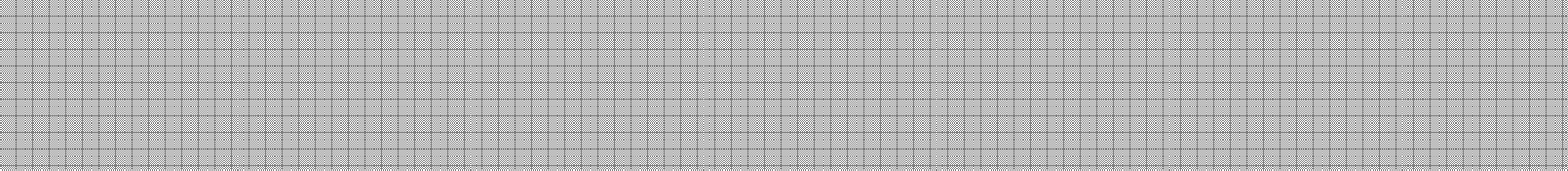
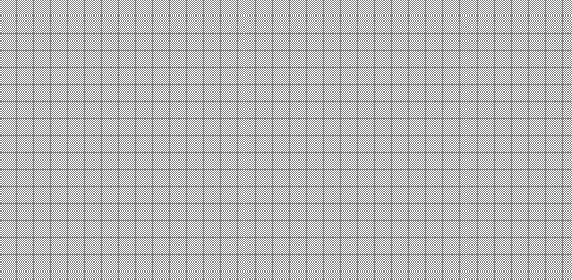
## Рис. 4.1 – Структура Державної служби туризму і курортів України

59



|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ І ТУРИЗМУ** | | |
|  | **ДЕРЖАВНА СЛУЖБА ТУРИЗМУ І КУРОРТІВ** |  |

**Рис. 4.2 – Схема управління туристською діяльністю в Україні**



МІНІСТЕРСТВО ЕКОНОМІКИ, МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ, НАЦІОНАЛЬНИЙ БАНК,

МИТНИЙ КОМІТЕТ

та інші

ЗАГАЛЬНОГАЛУЗЕВІ

МІНІСТЕРСТВА І ВІДОМСТВА

**ТУРИСТСЬКІ ПІДПРИЄМСТВА, ЗАСОБИ РОЗМІЩЕННЯ,**

**САНАТОРНО-КУРОРТНІ ПІДПРИЄМСТВА, ГРОМАДСЬКІ ТУРИСТСЬКІ ОРГАНІЗАЦІЇ**

**ВІДДІЛИ З УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМОМ**

**У СКЛАДІ ОБЛАСНИХ І РАЙОННИХ ДЕРЖАВНИХ АДМІНІСТРАЦІЙ**

ГАЛУЗЕВІ МІНІСТЕРСТВА І ВІДОМСТВА

КАБІНЕТ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ

ВЕРХОВНА РАДА УКРАЇНИ

ПРЕЗИДЕНТ УКРАЇНИ

Відповідно до рейтингу Міжнародної ради з туризму Україна перебуває лише на 25-му місці, проте має значний туристський потенціал завдяки унікальному географічному розташуванню і наявності різноманітних туристських зон: від лижних курортів Карпат до чорноморських пляжів з популярним музичним фестивалем «КаZантип».

Щорічно близько 20 млн. іноземців відвідують Україну (більше 80%

їдуть до Києва, Криму й Одеси), при цьому їх середні витрати становлять

$200 на людину, що удвічі менше, ніж у Росії й утричі менше, ніж у Польщі. Обсяг офіційно наданих в Україні турпослуг у 2009 р. склав 9,4 млрд. грн., платежі до держбюджету – 196 млн. грн., або 0,11% від усіх податкових надходжень [27].

Розвиток туріндустрії стимулює зростання суміжних галузей: будівництво, роздрібну торгівлю тощо. Приплив туристів підвищує попит на послуги з високою доданою вартістю, сприяє розвитку малого та середнього бізнесу. Достатніми умовами для цього на початковому етапі можуть стати ефективні: стратегія з просування туроб’єктів, менеджмент на місцях та підготовка до «Євро-2012», вирішення проблеми з транспортною і туристською інфраструктурою у великих містах країни, що, в свою чергу, забезпечить можливість просування турбренду України у світі.

Статистика свідчить про наближення етапу насичення на ринку у світі за рахунок зниження попиту та турпослуги. В Україні ж зростання пропозиції у сфері туризму призводить до жорсткої конкуренції.

## Запитання для самоконтролю

1. Дайте визначення терміну «туризм».
2. Охарактеризуйте основні періоди у становленні туризму.
3. Назвіть міжнародні туристські організації.
4. Назвіть державні органи, що регулюють діяльність турорганізацій в Україні.