**Лекція 1**

**МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЕКОНОМІЧНИЙ ТА**

**СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН**

*План*

1.1. Сутність міжнародного туризму

1.2. Міжнародний туризм як чинник економічного розвитку

1.3. Соціокультурне значення міжнародного туризму

1.4. Прояви негативного впливу міжнародного туризму

У сучасних умовах туризм являє собою одну з найбільш розвинених галузей світового господарства, а також одну з найдинамічніших форм міжнародної торгівлі послугами. Поняття «туризм» почало формуватися з початком масового переміщення значної кількості людей з метою змістовного проведення дозвілля.

На сьогодні вже можемо говорити про туризм як про суспільне явище, пов’язане з добровільною тимчасовою зміною місця перебування, ритму і середовища життя, а також безпосереднім контактом із середовищем (природним, культурним чи суспільним). Це суспільне явище настільки багатогранне, що дати йому єдине точне та повне визначення практично неможливо.

У сучасній науковій літературі можемо знайти багато визначень поняття **«туризм»,** що суттєво відрізняються одне від одного насамперед тому, що їх автори розглядають туризм із різних аспектів:

- як особливу форму пересування людей за визначеним маршрутом з метою відвідання конкретного об’єкта або задоволення своїх інтересів і повернення на постійне місце проживання;

- як форму розвитку особистості, яка реалізується через соціально- гуманітарні функції (виховну, навчальну, оздоровчу та спортивну);

- як форму організації відпочинку, проведення дозвілля;

- як галузь господарства, пов’язану з обслуговуванням людей, що тимчасово перебувають поза межами постійного місця проживання;

- як сегмент ринку, в якому сходяться підприємства таких галузей господарства, як транспорт, харчування, готельне господарство, культура, торгівля тощо;

- як явище, що виходить за межі традиційних уявлень, які асоціюються

виключно з відпочинком.

Розглядаючи формування **міжнародного визначення** поняття, варто зазначити, що в Манільській декларації з світового туризму (1980) поняття «туризм» визначається як діяльність, що має важливе значення в житті народів

в зв’язку з безпосереднім впливом на соціальну, культурну, освітню та економічну сфери життя держав і їхніх міжнародних відносин. В Гаазькій декларації (1989) вказано, що «туризм став явищем, яке увійшло в наші дні в повсякденне життя сотень мільйонів людей:

- включає всі вільні переміщення людей від їх місця проживання і роботи, а також сферу послуг, створену для задоволення потреб, що виникають в результаті цих переміщень;

- представляє собою вид діяльності, що має найважливіше значення для життя людей і сучасних суспільств, перетворившись на важливу форму використання вільного часу окремих осіб та основний засіб міжособистісних зв’язків і політичних, економічних і культурних контактів, що стали необхідними в результаті інтернаціоналізації всіх секторів життя націй;

- повинно бути турботою кожного. Він є одночасно наслідком і вирішальним фактором якості життя в сучасному суспільстві. Тому парламентам та урядам слід приділяти все більш активну увагу туризму з метою забезпечення його гармонійного розвитку відповідно до забезпеченням інших основних потреб та видів діяльності суспільства».

Туризм, за визначенням *Міжнародної академії туризму* (Монте-Карло, Монако), представляє загальне поняття для всіх форм тимчасового виїзду людей з місця постійного проживання в оздоровчих цілях та (або) для задоволення пізнавальних інтересів у вільний час або в професійно-ділових цілях без занять оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування.

На сьогодні найбільш поширеним поняттям «міжнародного туризму», що вживається у правових системах різних країн світу, є визначення, сформульоване в ***1993 році Статистичної комісією ООН для цілей статистики туризму*** (Концепція визначення і класифікації для статистики туризму), а також ***Рекомендації по статистиці туризму Всесвітньої туристської організації.*** Згідно з даними документами, *міжнародний туризм* являє собою діяльністьосіб, які подорожують і здійснюють перебування в місцях, що розташовані замежами їх звичайного середовища, протягом періоду, що не перевищує одногороку поспіль, з метою відпочинку, з діловими та іншими цілями.

Слід зазначити, що в тексті Закону України «Про туризм» до 2003 року

не існувало поняття «міжнародний туризм». Замість цього, крім внутрішнього туризму, виділялися дві категорії: «іноземний туризм» і «закордонний туризм». Під *іноземним туризмом* малося на увазі організацію прийому та обслуговування іноземних туристів в Україні, а *під закордонним* – організацію туристичних поїздок за межі України.

Є такі підходи до класифікації форм міжнародного туризму: **По-перше**, міжнародний туризм є в’їзний і виїзний. У Законі України «Про туризм» зазначається, що

- в’їзний туризм - подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території;

- виїзний туризм - подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території Україні, в іншу країну.

**По-друге**, міжнародний туризм буває активний і пасивний. В’їзд іноземних туристів до країни являється активним туризмом. Він служить фактором ввозу валюти в дану країну чи регіон. Виїзд громадян даної країни чи регіону в інші держави являється пасивним туризмом. Він пов’язаний з вивозом валюти з даної країни чи регіону.

**По-третє,** в основі класифікації лежить поділ туристичних зовнішньоторгових операцій. Форми бувають: імпортні й експортні.

*Туристичний імпорт* - це ввіз в країну вражень, що супроводжується одночасним вивозом туристом валюти з даної країни. Це пасивний туризм.

*Туристичний експорт* - це вивіз із країни туристичних вражень, що супроводжується одночасним ввозом туристом валюти в дану країну. Це активний туризм.

**По-четверте,** в основі класифікації лежить мета поїздки.

Міжнародний туризм поділяється на *рекреаційний, пізнавальний, науковий і діловий.*

**По п’яте,** міжнародний туризм залежить від способу організації туризму ібуває організований та самодіяльний.

**По-шосте,** в основі класифікації лежить тривалість подорожей.

Міжнародний туризм буває короткочасний (до 3-х діб) і довготривалий (більше 3-х діб).

**По-сьоме,** класифікація залежить від віку туристів. Міжнародний туризм поділяється на дитячий, молодіжний та зрілий туризм.

**По-восьме**, класифікація залежить від інтенсивності подорожей.

Міжнародний туризм буває постійним та сезонним.

Останнім часом у практиці міжнародного туризму швидкими темпами розвиваються нові різновиди туризму, такі як парадорес, таймшер, гедоністичний та танатуризм тощо.

Туризм у всіх його формах є діяльністю, розвиток якої залежить від низки чинників: матеріальних ресурсів; обсягу вільного часу; віку, статі, стану здоров’я, рівня духовного розвитку, особистих смаків людей; використання певних засобів пересування та ін.

**Суб’єктом туризму** є турист, який задовольняє свої рекреаційні потреби та характеризується певними рисами, властивостями і станами (фізіологічними, психологічними, екологічними, економічними, соціальними тощо).

Масштаби економіки туризму залежать від кількості людей, які мають однакові потреби і бажання — здійснити туристичну подорож. Збільшення кількості людей, які відвідують країну, тобто суб’єктів туризму, сприяє збільшенню виробництва туристичних товарів і послуг, створенню нових робочих місць.

У 1963 р. Римська конференція ООН з міжнародних подорожей і туризму запропонувала членам Міжнародного союзу офіційних туристичних організацій (МСОТО) дійти згоди у трактуванні терміна «відвідувач», який повинен характеризувати будь- яку особу, що відвідує країну.

Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), ***відвідувач*** — це особа, яка здійснює подорож у будь-яке місце, що знаходиться поза межами звичного середовища перебування, на термін не більше 12 місяців поспіль, без заняття оплачуваною діяльністю з джерел відвідуваної країни з будь-якою метою.

Відповідно до цього визначення, всіх відвідувачів можна поділити на дві

категорії:

1) відвідувачі-туристи, які здійснюють не менш ніж одну ночівлю в колективних або індивідуальних засобах розміщення відвідуваної країні з будь-якою метою, крім заняття оплачуваною діяльністю. Туристами також вважають екіпажі літаків і суден, які прибувають у країну та користуються засобами розміщення країни перебування;

2) відвідувачі-екскурсанти, які не здійснюють ночівлі в країні перебування. До них відносять: пасажирів круїзних суден, які ночують на борту незалежно від тривалості зупинки; одноденних відвідувачів; екіпажі, як залишаються в країні на один день для відпочинку, але не ночують; власників і пасажирів яхт (якщо вони ночують на яхті).

Виокремлюють три головні ознаки, які дають змогу об’єднати туристів та екскурсантів у категорію відвідувачів і водночас відрізнити від інших осіб, що подорожують:

1. виїзд за межі звичайного середовища, при цьому виключаються з категорії туристів особи, які щодня здійснюють поїздки через кордон;
2. тривалість перебування, що дозволяє відрізнити туристів-екскурсантів від резидентів чи емігрантів;
3. мета поїздки.

При цьому з числа туристів і екскурсантів виключаються:

- емігранти, їх утриманці та особи, що супроводжують їх;

- прикордонники;

- дипломати, консульські працівники та військовослужбовці, включаючи

домашню прислугу, утриманців, що супроводжують їх і приєдналися до них;

- біженці і кочівники;

- транзитні мандрівники.

**1.2. Міжнародний туризм як чинник економічного розвитку**

Міжнародний туризм — це багатогранне явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має невичерпний потенціал для постійного прогресу, пов’язане з багатьма галузями економіки, що зумовлює його провідне місце у соціально-економічному житті країн і народів.

Туризм – найдинамічніше сфера людської діяльності чинник економічного та культурного розвитку, захисту навколишнього середовища та історико- культурної спадщини, міжнародного взаєморозуміння, миру, дотримання прав людини та основних свобод без різниці у расі, статі, мові та релігії.

Туризм — економічне джерело створення нових робочих місць та отримання прибутку, розвитку інфраструктури, промисловості.

Своєю чергою, на розвиток туризму впливають різноманітні фактори: демографічні, природно-географічні, соціально-економічні, історичні, релігійні та політико-правові.

У сучасній світовій практиці в якості основних показників економічного ефекту туристської індустрії для господарства тієї чи іншої країни використовують наступні показники:

- частку туризму в структурі національного доходу;

- частку доходів від туризму в експорті країни;

- частку витрат на туризм в імпорті країни;

- кількість робочих місць в туризмі;

- вплив туристської індустрії на регіональний розвиток.

Таким чином, можна визначити такі основні **економічні функції** міжнародного туризму: доходну, зовнішньоекономічну (баланс доходів відтуризму і витрат на нього), посилення диверсифікації економіки шляхомстворення галузей, які обслуговують сферу туризму, створення робочих місць, вирівнюючу функцію.

**Доходна функція.** На даний час туризм забезпечує близько 3,8% **с**вітового ВВП безпосередньо і близько 11% з урахуванням непрямого впливу.

Частка туризму у ВВП більшості країн коливається від 1% увисокорозвинених

і диверсифікованих економіках до 10% в країнах з відносно великим туристським сектором (Німеччина - 0,9%, США - 1%, Великобританія - 1,9%,

Іспанія - 4,2, Австрія - 8,5%).

Однак у багатьох країнах цей показник перевищує середні значення (у деяких острівних державах туризм забезпечує понад 50% ВВП: Антигуа - 58%, Багамські острови - 52, Бермудські острови - 35%. У той же час занадто висока частка надходжень від туризму до ВВП говорить про вразливість економіки в разі зміни світової кон’юнктури. Оптимапьноим є показник 2-10 %.

**Зовнішньоекономічна функція туризму.** Внесок міжнародного туризму в платіжний баланс країни виражається у вигляді різниці між витратами іноземних туристів в країні і витратами резидентів цієї ж країни за кордоном. Міжнародний туризм може істотно вплинути на політику, що проводиться державами до стабілізації платіжного балансу. Розташований в Мадриді секретаріат СОТ щорічно публікує офіційні статистичні дані ООН з міжнародного туризму.

З метою впорядкування обліку в платіжному балансі всіх країн надходжень і витрат за статтею «Туризм» Міжнародний валютний фонд виробив відповідні рекомендації. Згідно з цими рекомендаціями, до активу платіжного балансу входять такі статті:

- надходження від продажу туристських товарів і послуг;

- надходження від експорту товарів туристського попиту і устаткування для туристських підприємств;

- надходження від продажу інших послуг: підготовка кадрів, надання послуг фахівців даної країни зарубіжним країнам;

- транспортні витрати іноземних відвідувачів;

- інвестиції іноземного капіталу в туристську індустрію;

- відсотки від кредитів, що надаються іншим країнам.

**Пасив платіжного балансу містить наступні статті:**

- витрати на придбання туристських послуг і товарів;

- витрати на імпорт товарів, необхідних для міжнародного туристського

споживання, в тому числі на прямий імпорт і на непрямий імпорт;

- витрати на придбання інших послуг: на підготовку кадрів, оплату праці

іноземних фахівців;

- транспортні витрати на перевезення немісцевого характеру;

- інші витрати за довгостроковими іноземними кредитами: відсотки,

відшкодування капіталу.

Статистичний облік операцій міжнародного туризму має дуже велике значення як для аналізу ситуації на внутрішньому ринку, так і для роботи з іншими державами. СОТ здійснила класифікацію країн за значенням туризму у їх платіжному балансі, тобто за надходженнями від міжнародного туризму і платежах резидентів країни для здійснення подорожей. Надходження і витрати, пов’язані з потоком капіталів, витрати на імпорт товарів і послуг, призначених для споживання туристами, і платежі від інвестицій і роботи за кордоном були виключені з балансу. Баланс поточного туристського рахунку відображає економічну ситуацію в тій чи іншій країні і може бути як позитивним, так і негативним. Поточний туристський баланс, як правило, позитивний у країнах Середземномор’я: Франції, Італії, Іспанії, на Кіпрі, Мальті, а також в Австрії та Швейцарії. З країн, що розвиваються, позитивний платіжний баланс за статтею «Туризм» спостерігається в Тунісі, Таїланді, Мексиці, країнах Карибського басейну і деяких інших. Від’ємний поточний туристський баланс в основному властивий індустріальним країнам з високим рівнем життя, наприклад Норвегії, Швеції, Німеччині, Канаді, Японії, а також нафтовидобувним країнам Перської затоки. Ці країни, незважаючи на значні розміри дефіциту туристського балансу, продовжують інтенсивно розвивати туристичну індустрію і не ставлять ніяких обмежень охочим відвідати інші країни. Більшість країн, що розвиваються мають негативний туристський баланс через відсутність інфраструктури для залучення іноземних туристів і необхідності імпортувати багато продуктів, споживчі товари і обладнання.

Створення робочих місць. Туризм істотно впливає на зайнятість населення. Але визначити чисельність працівників, зайнятих у цій сфері, важко.

Реальну оцінку ускладнює специфічний характер праці та різноманітні зв’язки між туристським сектором та іншими секторами економіки.

Однозначно можна відзначити, що незалежно від рівня розвитку країни туризм створює значну кількість робочих місць. Такий вплив туризму на зайнятість стає визначальним для невеликих країн, де більше 50% працездатного населення залучено в діяльність, прямо чи посередньо пов’язану з туризмом в певну пору року. На відміну від них, у великих індустріальних країнах у туристичній галузі працює тільки 5% працездатного населення. Наприклад, у країнах Західної Європи кожне сьоме робоче місце пов’язане з туризмом, у Центрально-Східній Європі кожне дванадцяте. У країнах, що розвиваються в індустрії туризму створюється більше нових робочих місць, ніж в інших галузях економіки.

Більшу частину трудових ресурсів в туризмі поглинають готельне і ресторанне господарство, транспортні підприємства, туроператори і турагенти.

За даними СОТ, обслуговування одного іноземного туриста в країні його перебування генерує в сукупності близько дев’яти робочих місць. Основні особливості характеру праці і структури зайнятості в туризмі полягають в наступному:

- неповна зайнятість;

- сезонні коливання обсягу зайнятості та трудового навантаження;

Крім того, статистика зайнятості показує, що частка жінок в індустрії готельного господарства перевищує 50%. Кількість робочих місць в туризмі зростає в 1,5 рази швидше, ніж в будь-якому іншому секторі економіки. З 2010 р. щорічне збільшення числа робочих місць у туристській індустріїскладає близько 1%.

**Вирівнююча функція.** Туризм все активніше стимулює розвиток віддалених, малонаселених і індустріально слаборозвинених регіонів.

Створення там туристських підприємств частково нейтралізує негативні

наслідки прогресу:

- відтік населення в міста;

- скорочення оброблюваних угідь;

- ріст числа відхилень від прийнятих у суспільстві норм поведінки

(хуліганство, алкоголізм, проституція);

- комерціалізація культури;

- втрата самобутності регіону.

Міжнародний туризм здійснює ***прямий і непрямий вплив*** на економіку.

Прямий вплив туризму на економіку країни чи регіону — це результат витрат туристів на придбання туристичних товарів і послуг у певному регіоні. Крім прямого впливу індустрії туризму на економіку, існує непрямий вплив, відомий як ***«ефект мультиплікації».***

Основними джерелами доходу, одержуваного від туризму, служать:

1) засоби, витрачені туристами на оплату готелів, харчування, транспорту, розваг та ін.;

2) податки, сплачені туристами, і з доходів комерційних підприємств;

3) мито;

4) оренда;

5) засоби від продажу сувенірів — як місцевого виробництва, так іімпортованих;

6) засоби від продажу товарів, необхідних як у подорожі, так і длявикористання в «домашніх умовах».

Підприємства, до яких безпосередньо надходять витрати туристів, також мають потребу в покупці товарів і послугах інших секторів місцево економіки. Наприклад, готелі користуються послугами будівельників, комунальних організацій, банків, страхових компаній, виробників харчових продуктів тощо.

Таким чином, генерована економічна активність, отримана з цих послідовних етапів витрачання, і є непрямим впливом, або **ефектом мультиплікатора.**

Сьогодні у світі існує декілька теорій та моделей розрахунку туристичного мультиплікатора для різних галузей економіки. Ці теорії базуються на загальних мультиплікативних моделях, що були розроблені відомими вченими- економістами Б. Арчером, Дж. М. Кейнсом, X. Клементом, С. Оуеном, X. Рюттером, П. Самуельсоном, С. Фішером. Пізніше аналіз існуючих методик знайшов відображення в дослідженнях таких вчених-економістів, як Ю. Хойо, К. Озава, Дж. Бодпендер, М. Герті, В. Гуляєв, В. Сапрунова.

Засоби, які турист витрачає в місці призначення, створюють дохід, що призводить до ланцюгової реакції «витрати — дохід — витрати». Таким чином дохід, одержаний від одного туриста, перевищує суму, витрачену ним у місці- значна питома вага некваліфікованих працівників (близько 80%). В економіці це явище отримало назву простого мультиплікатора Кейнса, значення якого обчислюють: В = Зміна витрат / Зміна доходу. де В — гранична схильність до споживання.

При оцінці значення мультиплікатора важливо вибирати не тільки методику обчислення його кількісних параметрів, але й визначати вид мультиплікатора, кожний з яких виконує свої специфічні функції.

**Види туристичного мультиплікатора:**

1) Мультиплікатор виробництва вимірює обсяг додаткового виробництва за рахунок збільшення витрат туристів.

2) Мультиплікатор продажу вимірює додаткові обороти бізнесу в результаті збільшення витрат туристів.

3) Мультиплікатор доходів вимірює додаткові доходи у вигляді заробітної плати, орендної плати, відсотків від позичок і прибутку.

4) Мультиплікатор зайнятості характеризує кількість робочих місць, створених за рахунок додаткових витрат туристів.

Чим більше частка доходу, витрачена в межах регіону, тим вище ефект мультиплікатора. При цьому в кожній національній економіці він має цілком певні кількісні залежності і може бути обчислений у вигляді якогось коефіцієнта. Для визначення впливу міжнародного туризму на зміну одного з економічних показників даний коефіцієнт множать на витрати туристів.

Туризм відіграє важливу роль у становленні міжнародних зовнішньоекономічних зв’язків. Він є важливим стимулом розвитку світової торгівлі, що сприяє розширенню й активізації міжнародного торгового обміну. Однак не весь отриманий прибуток знову надходить в економіку країни

(регіону). Існують три види «відпливів»:

1) витрати на імпорт (купівля імпортованої продукції);

2) особисті заощадження;

3) податки.

Суми цих «відпливів» вилучаються з процесу рециркуляції: економіці країни (регіону) вони не приносять користі, хоча прибуток від податків використовує уряд. Частина податків може повернутися в країну (регіон), що підсилює вплив туризму на розвиток її економіки.

Коефіцієнт доходу від туризму (чи мультиплікатор) для кожної країни залежить від того, яку частку становлять «відпливи»; наприклад, мультиплікатор буде меншим у тих країнах, де значна частина доходу витрачається на імпорт через те, що там недостатньо налагоджене місцеве промислове виробництво і (чи) встановлені високі податки.

Водночас мультиплікатор буде високим, якщо порівняно мало доходу витрачається на імпорт і (чи) низький рівень податків. З практики відомо, що коефіцієнт доходу від туризму коливається в межах 100—250 % прямих витрат туристів, тобто прямого доходу. Щоб обчислити коефіцієнт доходу від туризму, потрібно, насамперед, визначити прямий дохід (тобто прямі витрати туристів).

Відомості для таких обчислень може дати статистика туризму, складовими якої є статистика витрат і статистика прибуттів.

**1.3. Соціокультурне значення міжнародного туризму**

Зростаючий авторитет міжнародного туризму, його економічна, політична та соціальна значущість у житті сучасного суспільства визнані урядами більшості країн світу. Активний туристський обмін дедалі більше розглядається як важлива складова частина передусім соціально-економічних і культурних інтеграційних процесів, як невіддільна ланка в розвиткові міжнародного гуманітарного співробітництва.

Інформаційне, відкрите, віртуальне за своєю сутністю суспільство XXI століття обумовлює такий вектор людської взаємодії, як постійний міжіндивідний зв’язок, комунікацію, систематичний контакт з різними культурними реаліями. Найприкметнішою рисою нашого часу є зростання числа людей, які завдяки туризму знайомляться з різними культурами.

Дослідники виокремлюють різні комунікаційні аспекти туризму. Обмін культурними і, зокрема, мистецькими досягненнями надзвичайно розширює сферу людського спілкування. Завдяки їм у комунікативний процес вводяться елементи свободи (незалежності від реальних обставин життя та від повсякденних потреб) й універсальності (переборення часової та просторової обмеженості). Отже, важливою функцією туризму є кроскультурні комунікації, в основі яких лежать значні відмінності між культурами різних народів, історичних епох цивілізацій.

Залучення до туристської активності різних прошарків населення планети збільшує та розширює кількість каналів кроскультурної комунікації, що, сприяє взаєморозумінню народів, перетворенню ще «закритих» суспільств на більш відкриті, на такі, що поступово і добровільно залучатимуться до світового товариства, сприяючи тим самим інтеграції людства на засадах толерантності та гуманізму.

Сучасні відносини між суспільствами, окремими людьми Грунтуються передусім на взаємовпливі культурних цінностей. їх взаємодії. Незалежно від того, яка сфера формально задіяна в процесі туристичного спілкування - політична, бізнесова, навчальна, побутова - культурні цінності виступають головним механізмом обміну ідей, знань, важливим чинником їх засвоєння і впровадження у повсякденну практику людей. У цьому контексті комунікативний процес, процес спілкування виступає головним каталізатором їх смислової, ціннісної апробації. Саме процеси комунікації дозволяють ідеям не «зависати» у просторі, а втілюватися в думках інших людей, породжуючи нові знання, уявлення та образи. Адже ефективне оволодіння чужим культурним досвідом, чужим знанням найкраще відбувається через образне, комплексне, багатоаспектне сприйняття дійсності.

Після туристичних поїздок, ж правило, кардинально змінюється свідомість людини, активізується її здатність сприймати нове, пробуджуються творчі здібності. Недаремно у минулому подорожування вважалося навіть ефективним лікувальним засобом. У нашому ж сьогоденні туристична галузь, за умови використання її широких можливостей, здатна істотно гуманізувати всі сфери дійсності.

Інший напрямок соціокультурних контактів суб’єктів міжнародного туризму та місцевого населення полягає в тому, що завдяки наявності відмінного, іншого людина починає замислюватися над легітимністю своєї культури, звичного набору цінностей. Через таке зіставлення вона сама піднімається на якійсь вищий щабель особистісного розвитку. Однак, з іншого боку, цей процес не є безболісним і безконфліктним. Зустріч з іншою культурою може набувати форми «конфлікту культур» або навіть «конфлікту цивілізацій». Міжнародний туризм несе вагомий вклад у зміцнення національної самосвідомості місцевого населення, він виступає одним із чинників соціальної і культурної інтеграції. У процесі зустрічі та діалогу між «гостями» та «господарями», туризм не тільки поглиблює знання людей та народів одне про одного, ай сприяє консолідації всередині народу через «протиставлення» себе іноетнічним гостям.

Таким чином, міжнародний туризм є впливовим каналом «народної дипломатії». Міжнародний турист, здійснюючи міжособистісну комунікацію, як представник конкретного народу, конкретної культури, поєднує відпочинок із пізнанням побуту, історії, культури, традицій, звичаїв свого та інших народів.

Залучення до туристської активності різних прошарків населення планети значно збільшить кількість канатів культурної комунікації, що, безперечно, сприятиме взаєморозумінню народів, перетворенню ще «закритих» суспільств на більш відкриті, такі, що поступово і добровільно залучатимуться до світового товариства.

Міжнародний туризм має здатність інтегрувати, консолідувати, сприяти конструктивному діалогу, солідаризації та взаєморозумінню. У процесі туристичного спілкування культурні цінності виступають головним механізмом обміну ідей, знань, важливим чинником їх засвоєння і впровадження у повсякденну практику. Під час здійснення туристичних подорожей відбуваються зміни в світоглядних, ціннісних, поведінкових, ідентифікаційних установках туристів. Одним із непрямих впливів туризму - формування національної ідентичності.

В міжнародному туризмі існує два рівні комунікацій - макро- та мікрорівень. Макрорівень презентує міжетнічні та кроскультурні відносини. Мікрорівень представлений наступними типами відносин: суб’єкт- суб’єктн або міжособистісна комунікація (туристи - місцеве населення; туристи — працівники сфери туризму; туристи - туристи) та суб’єкт-об’єктні (туристи-туристичні об’єкти).

У налагодженні культурних контактів (комунікацій) між народами істотну роль відіграє туризм, який являє собою безпосереднє широкомасштабне спілкування між звичайними громадянами різних країн, а також між діячами науки, представниками культури. Особливо це стосується культурного і наукового туризму. Спілкування як соціальне явище виконує багато функцій, зокрема воно є важливим фактором суспільної інтеграції.

Міжнародний туризм, в якому беруть участь мільйони людей різних народів і націй, сприяє. взаємопізнанню і взаєморозумінню, утвердженню довіри народів між собою. А довіра є необхідною запорукою різнобічних, взаємокорисних зв’язків, в тому числі і в сфері культури. А. Швейцер відзначив, що «довіра в будь-якій справі є тим першочергової цінності обіговим капіталом, без якого не може обійтись жодна справа. Вона здатна забезпечити умови для процвітання в усіх сферах.

Слід зазначити, що найважливіші документи з туризму, прийняті ЮНВТО або за її участю, орієнтують туристів на такі контакти, які б сприяли справжньому спілкуванню, заснованому на взаєморозумінні і взаємодовірі. Це стосується *Манільської декларації зі світового туризму (1980), документа Акапулько (1982), Хартії туризму і Кодексу туриста (1985), Гаазької декларації з питань туризму (1989), Монреапьської декларації 1996), Глобального етичного кодексу з туризму (1999)*. В цих документах підкреслюється необхідність толерантних форм спілкування з населенням країн перебування і населення з прибулими туристами. Важливим завданням туризму вважається досягнення більш високого рівня поваги і довіри між усіма народами. Зокрема в документі Акапулько відзначається, що туризм повинен сприяти духу справедливості, гармонії і поваги між народами і пізнанню світу.

У Хартії туризму державам рекомендується сприяти зростанню туристської свідомості і контактам відвідувачів з місцевим населенням з метою поліпшення взаєморозуміння і взаємного збагачення, сприяти інформуванню туристів з метою створення умов для розуміння звичаїв місцевого населення у місцях здійснення туристичної діяльності і тимчасового перебування. Разом з тим, як зазначено в документі, приймаючи туристів, країни та їх населення мають право чекати від туристів розуміння і поваги до їхніх звичаїв, релігій і інших сторін їхньої культури. У *Кодексі туриста* підкреслюється, що турист повинен бути сприйнятливим до культури місцевого населення, утримуватись від підкреслювання економічних, соціальних і культурних відмінностей, існуючих між туристами і місцевим населенням.

Загальними принципами, якими керується міжнародний туризм, є наступні: визнання рівних прав народів у визначенні своєї долі, визнання самобутності культур і повага до моральних цінностей народів, право людини на повагу до її гідності та індивідуальності.

Вказані принципи і вимоги, утверджувані у практиці міжнародного туризму є основою для налагодження «діалогу» культур, під час безпосереднього спілкування туристів з населенням.

У взаємодії, взаємовпливі і взаємозбагаченні культур істотну роль відіграють міжнародні туристські організації, які сприяють безпосереднім контактам представників культури різних країн світу. До таких організацій, зокрема, належать Міжнародна академія туризму, Міжнародна асоціація наукових експертів у галузі туризму, Міжнародна федерація журналістів і письменників з туризму.

У цьому ж напрямі діє і Міжнародна асоціація наукових експертів у галузі туризму (заснована теж 1951 р.). Її мета полягає у розвитку наукових зв’язків, обміні досвідом, підтримці наукових інститутів, співробітництві в організації і проведенні міжнародних конгресів, зустрічей науковців і засідань, присвячених науковим розробкам у галузі туризму, в яких чільне місце посідають проблеми світової культури та її розвитку. В її складі - викладачі університетів та інших навчальних закладів, які займаються науковими розробками і зробили певний внесок у дослідження проблем туризму. Членами Асоціації є 47 країн Заходу і Сходу, у тому числі Австралія, Австрія, Великобританія, Єгипет, Індія, Гондурас, Венесуела та інші країни світу.

Вказані організації стимулюють діловий і науковий туризм, які передбачають знайомство з науково-культурними досягненнями країн відвідування, проведення конференцій та симпозіумів.

Велике значення для налагодження культурних контактів між народами світу має тісний зв’язок ЮНВТО й інших туристських організацій всесвітнього характеру - з ООН, особливо з ЮНЕСКО (Організацією Об’єднаних Націй з питань освіти, науки і культури). ЮНЕСКО, членами якої є понад 120 держав, співпрацює у справі розвитку взаємного пізнання розуміння між народами, використовуючи для цього всі засоби спілкування, сприяє справі народної освіти, поширенню знання, встановленню співробітництва між діячами культури, організує міжнародні конференції вчених і засновує міжнародні організації науковців, допомагає у розповсюдженні і популяризації науки, в тому числі такій комплексній науці, як туризмознавство.

За допомогою ЮНЕСКО міжнародні туристські організації провели ряд міжнародних конференцій з різних питань розвитку суспільства і культури. Отже, безпосереднє спілкування представників різних країн і культур під час туристських взаємообмінів, діяльність міжнародних туристських організацій, спрямована на посилення взаємокорисних культурних зв’язків між народами, - все це сприяє не лише взаємозбагаченню культур, а й зближенню народів, збереженню та примноженню історико-культурної спадщини, запобіганню конфліктів на культурно-релігійному ґрунті, утвердженню миру.

Реалізація вищезазначених завдань надасть можливість гармонійно поєднати систему забезпечення фізичного збереження пам’яток (як економічного підґрунтя розвитку культурного туризму та господарчого розвитку регіонів) і вивчення, популяризації та відродження національної культурної спадщини (як ефективного ідеологічного, просвітницького, виховного засобу для формування національної самосвідомості, збереження національної культурної ідентичності та належної присутності найкращих зразків в міжнародному культурному просторі).

Розвиток міжнародної співпраці допомагає удосконаленню системи охорони спадщини, сутність якої можна визначити формулою «збереження через розвиток, розвиток через збереження».

Історико-культурний потенціал, матеріальні та духовні пам’ятки народу дуже важливі для формування світогляду народу, для задоволення матеріальних, у тому числі туристичних, потреб. У розвинених країнах світу цей туристичний ресурс активно використовують для отримання прибутку. Деякі країни, наприклад, Італія, Франція, значну частину прибутків, які дає рекреаційне господарство, отримують від вмілої експлуатації історико- культурного потенціалу. Цьому сприяє велика кількість пам’яток, їхня висока художня цінність, добра збереженість, вміла організація туристичних послуг. Всесвітньо відомі пам’ятки історії та культури Риму, Венеції, Флоренції, Парижа приваблюють щороку сотні тисяч туристів.

До популярних туристичних об’єктів належать середньовічні замки — укріплене житло середньовічних феодалів, королів, султанів, шахів, інших володарів. Багато замків у Європі та на Близькому Сході побудовані войовничими чернечими орденами. Для замків-фортець зазвичай обирали важкодоступні місця на крутих пагорбах і горах. Навколо замків концентрувалися селища, жителі яких ховалися в замках від ворогів. Замки, різноманітні за архітектурою і внутрішнім облаштуванням, могли витримати довгі місяці облоги і були практично неприступними. У XIV—XV ст. замки втратили своє оборонно-військове призначення і перетворилися на палац знаті та аристократії.

Значна частина замкових споруд дійшла до наших днів у вигляді руїн, проте збережені й відновлені замки в Іспанії, Німеччині, Швейцарії переобладнані під музеї з багатими колекціями середньовічних картин, посуду, меблів, інших елементів інтер’єру. Замки є цікавим елементом туристичної програми, їх охоче відвідують туристи. Найбільше старовинних замків в Іспанії та Франції — Шовіньї, Фалес, Лош, Кусі, Лувр, Віландо та ін.

Збереження та підтримка історико-культурної спадщини, місцевих звичаїв і традицій з погляду туризму може проявлятися у таких формах:

- стимулювання відновлення історичних місць і пам’яток;

- стимулювання трансформації старих будинків і просторів у зовсім нові, з новими туристичними можливостями;

- активізація збереження звичаїв і традицій шляхом реалізації заходів етнотуризму, фестивального та сільського туризму;

- підвищення відповідальності за управління й адміністративний контроль, що поліпшує якість навколишнього середовища і дає змогу більшою мірою задовольняти потреби туристів.

**Соціальне значення туризму**. Туризм як вид відпочинку допомагає відновити сили і працездатність людини і відповідно – психофізіологічні ресурси суспільства. Він сприяє раціональному використанню вільного часу людини, збагачує соціально-економічну інфраструктуру та міжрегіональне співробітництво країн, держав і народів. Говорячи про соціальний характер туризму в цілому, слід підкреслити, що головна його соціальна функція - відтворювальна, що дозволяє оновити сили та внутрішні ресурси людини, витрачені як в ході трудової діяльності, так і при виконанні повсякденних побутових обов’язків. Ритми сучасного життя більшості індустріально розвинених країн супроводжуються збільшенням масиву виробництва, урбанізацією, нерідко погіршенням екологічної ситуації, ізоляцією городян від природи, надходженням надто широкого обсягу інформації. Зазначені фактори сприяють накопиченню втоми - фізичної і психологічної, що, в свою чергу, призводить до збільшення конфліктних ситуацій в побуті і на виробництві, сприяє погіршенню здоров’я, знижує трудову і життєву активність.

Подоланню цих негативних наслідків і допомагає туризм, який ефективною формою практично повного, всебічного відновлення фізичних та духовних сил, так як людині надається можливість тимчасово покинути місце постійного проживання, трудової діяльності, змінити звичний побут і спосіб життя.

**Прояви негативного впливу міжнародного туризму**

У процесі туристської діяльності неминуче відбувається зміна навколишнього середовища. Проблеми її охорони та поліпшення займають важливе місце в багатьох дослідженнях. Хоча до недавнього часу аналізу впливу туризму на навколишнє середовище приділялося мало уваги, та й то лише в певних точках земної кулі або тільки окремих його видів.

Вплив туризму на навколишнє середовище може бути прямим, непрямим, спонукальним, а також позитивним чи негативним.

Останніми роками активізували свою діяльність захисники навколишнього середовища. Між ними та виробниками туристичних послуг склалися взаємини, які загалом можна поділити на три типи.

1) Відносна незалежність — прихильники різних позицій, поважаючи протилежну думку, зберігають ізоляцію і максимально обмежують контакти. Такі взаємини не характерні для масового туризму.

2) Симбіоз (взаємна підтримка) — виявляється як розумне та контрольоване використання природних ресурсів. Природні зони, археологічні зони й історичні пам’ятники оберігаються й підтримуються.

3) Конфлікт — з приводу руйнування навколишнього середовища.

Руйнівна активність туристів проявляється або в повному винищенні туристичних ресурсів, або в постійному негативному впливі на соціокультурну систему, наслідком якого можуть бути зміна ціннісних систем моральних законів, загального стилю життя і рівня безпеки.

Міжнародний туризм може здійснювати негативний вплив на економіку.

Так, виробництво туристської продукції і послуг вимагає перекидання ресурсів з інших сфер економіки, де потреба в них також висока. Тому для складання повної картини треба оцінити, наскільки доцільно залучення в туризм рідкісних для нього ресурсів замість використання їх в інших сферах. Серед витрат, які несе приймаюча сторона, є, наприклад, виробництво чи закупівля товарів, які є звичними та необхідними дляіноземного туриста, але які не виробляють чи не споживають у країні перебування. Крім того, доводиться розширювати і впорядковувати аеропорти, вокзали, морські та річкові порти, готелі, дороги і т.д. Спровокована розвитком туризму інфляція може призвести до скорочення кількості вживаних місцевим населенням товарів (наприклад, продуктів). Цей інфляційний ризик особливо великий у країнах, що розвиваються, через нееластичності пропозиції та неможливості імпортувати деякі товари (зокрема, якісні продукти) через низький курс місцевої валюти. Інфляцію можна призупинити, скоротивши попит з боку іноземних і місцевих споживачів, збільшивши імпорт за рахунок фінансових коштів, одержуваних від тих же іноземних гостей і т.д. Водночас розвиток туризму породжує цілу низку проблем. Перспектива отримати більш високооплачувану роботу в туристичному бізнесі може спричинити перехід працівників з інших галузей виробництва в галузі, пов’язані з туризмом.

Наприклад, перехід працівників сільського господарства негативно впливає на виробництво сільськогосподарської продукції. Викликане можливістю працевлаштування масове переміщення людей з віддалених районів у міста з великою кількістю туристів може спричинити погіршення житлових умов, перевантаження систем забезпечення та обслуговування в цих містах. Забруднення довкілля. За підрахунками Програми ООН з навколишнього середовища, щодня середньостатистичний турист залишає після себе один кілограм сміття. Туристи зазвичай використовують надто багато води, продуктів тощо. Від цього можуть страждати місцеві жителі.

Наприклад, в Індії під навалою відвідувачів поступово руйнується Тадж-

Махал, в Єгипті від величезної кількості туристів страждають навіть піраміди. Через неконтрольований наплив туристів, які вештаються природними резерватами, хиріє або гине рослинність. Більш того, туристи часто забирають на згадку про подорож різні речі, скажімо, рідкісні морські мушлі чи корали, або ж купують їх як сувеніри у місцевих жителів. Однак у багатьох країнах не вживалось жодних кроків для захисту і збереження природи з-за відсутності необхідних фінансових коштів, а отримані від туризму доходи перекачується в інші сфери, що вважалися економічно більш вигідними.

При оцінці впливу туризму на природу важливо також, з яких позицій вона здійснюється: те, що вважається позитивним з точки зору туристів, може виявитися негативним з точки зору місцевих мешканців. Наприклад, збереження парків може стати причиною скорочення пасовищ для худоби і, отже, причиною зменшення виробництва харчових продуктів.

Негативні впливи туризму, на жаль, часто беруть гору над позитивними.

Зокрема, це відноситься до якості води, повітря, до шуму, знищенню місцевої дикої фауни туристами, руйнування історичних пам’яток. Політика щодо захисту навколишнього середовища повинна бути націлена на довгостроковий період для забезпечення тривалої туристської діяльності. Однак багато країн, особливо що розвиваються, ігнорують це, вважаючи за краще комерційну та фінансову миттєву вигоду.

Вплив туризму на збереження історичних й архітектурних споруд і пам’яток є надзвичайно великим і, здебільшого, також негативним. Саме тому багато років в Італії була закрита для відвідування туристами Пізанська вежа, у Римі існує загроза руйнування Сенату, обмежено кількість туристських відвідувань Ватикану. Єгипетським пірамідам, багатьом пам’ятникам середніх віків також загрожує руйнування.

Спілкування з іноземними гостями інколи згубно впливає на місцеву культуру та систему цінностей. Наплив туристів може призвести до втрати культурної самобутності та зруйнувати традиційний спосіб життя місцевого населення. Місцеві жителі часто спостерігають негативний бік туризму, оскільки туристи дозволяють собі робити те, чого вдома, серед родичів і друзів, ніколи б не зробили. Аморальна поведінка туристів породжує чималі проблеми. Багаті туристи, які приїздять у країни, що розвиваються, прямо чи опосередковано спричиняють негативні зміни у житті місцевих громад.

Нерідко задля власного комфорту туристи привозять зі собою різні цінні речі, про які місцеві мешканці можуть лише мріяти. Бажання мати такі речі змушує багатьох людей змінювати своє життя, інколи навіть штовхає до злочинів. Місцеві жителі часто невдоволені присутністю туристів, особливо якщо тим створюються найсприятливіші умови за рахунок місцевого населення.

Шум, перенаселеність, забруднення навколишнього середовища, втрата

самобутності, пошкодження історичних, архітектурних і релігійних об’єктів —

усе це є наслідками масового напливу туристів. Зазначені проблеми потрібно

враховувати при плануванні розвитку туризму.

У зв’язку з виснаженням природних ресурсів у всіх країнах світу, викликаних у тому числі туристичним перевантаженням, світовим співтовариством визнана необхідність теоретичних розробок і практичних кроків у формуванні екологічної політики, передбачено турботу про збереження природи, «якості» навколишнього природного середовища, про раціональне використання існуючих і потенційних енергетичних ресурсів, підтримання екологічної рівноваги в природі. Політика збереження природного середовища втілюється у формі великих національних програм, в яких передбачається взаємодія органів державного управління, приватного сектору, науки, фінансових установ. У всіх країнах прийняті цілі зведення законів про охорону природи і її окремих компонентів. У них закріплено нову функцію держави з регулювання природоохоронної діяльності, а також визначено права та обов’язки природо користувачів. Низку законодавчої піраміди зазвичай вінчає єдиний генеральний закон про охорону природи, що встановлює загальні засади та цілі політики і покликаний забезпечити концептуальну однорідність і цілісність всієї законодавчої практики в галузі природокористування. У деяких країнах світу паралельно діють два загальних закони: про порушення природного середовища (забруднення, руйнування ландшафтів, тощо) та про охорону тваринного і рослинного світу. Такими законами в США є закон про національну політику в галузі навколишнього середовища 1970 р., в Японії — основний закон по боротьбі із забрудненням навколишнього середовища 1967 р. з доповненнями 1970 р., у Швеції - закон про захист навколишнього середовища 1969 р.

За генеральним законом йдуть численні законодавчі акти, які регулюють окремі аспекти природокористування: для окремих регіонів та зон, для певних секторів економіки, щодо окремих компонентів навколишнього середовища (повітря, прісні води, прибережні води), порушення середовища (шумовий фон, теплове і радіаційне забруднення), носіїв порушення середовища (нафтопродукти, пестициди, деякі хімічні сполуки). Державне втручання в сферу природокористування в окремих країнах світу є складною системою управління, в якій виділено цілі природоохоронної політики; об’єкти політики - повітряний простір, водні системи, Грунт, ліс, інші природні ресурси, заповідники і т.д.; рівні здійснення політики – державний сектор, місцеві органи влади, приватний сектор; інструментарій політики - контроль і спостереження за станом середовища (моніторинг), оперативне управління та превентивні заходи, наукові дослідження, підготовка кадрів, фінансування та економічні санкції, міжнародне співробітництво, яке розглядається як засіб вирішення не лише проблем, пов’язаних із охороною природного середовища, а й деяких важливих внутрішніх екологічних проблем.

У багатьох країнах світу простежується чітка тенденція: з одного боку, збільшується число органів державного управління, включаючи галузеві міністерства, що несуть відповідальність за стан середовища, з іншого - створюються центральні органи державного управління з високими повноваженнями, відповідальні за загальне керівництво в національних масштабах всією політикою в галузі навколишнього середовища, за координацію цієї політики та за участь у міжнародних програмах співпраці.

Такими органами є: в США - федеральне агентство з охорони навколишнього середовища, в Японії - управління охорони навколишнього середовища, у Франції - міністерство з питань якості життя і т.д. Крім того, у ряді країн при уряді були утворені спеціальні консультативні органи: у США Рада з якості навколишнього середовища, в Англії — Постійна Королівська комісія з боротьби із забрудненням навколишнього середовища і т.д. У багатьох країнах у ході розробки стратегії екологічної політики була проведена велика робота з визначення рівня витрат, необхідних для відновлення якості середовища і його подальшого відтворення. Однак на цьому шляху виникли численні практичні та методологічні труднощі. Зрештою, у високорозвинених країнах в основу проведення політики охорони

навколишнього середовища і її фінансування покладено критерій компенсації

вартості відновлення екологічного балансу. Регулювання охорони природного

середовища в країнах Західної Європи супроводжується і підкріплюється

системою економічного стимулювання.