

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України  
Тернопільський національний економічний університет  
Івано-Франківський інститут менеджменту  
Кафедра міжнародної економіки

Кулинич Володимир Андрійович

Особливості міжнародної торгівлі туристичними  
послугами в умовах глобалізації

Спеціальність 8.050103 – Міжнародна економіка  
Дипломна робота за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр»

Студент групи МЕМТзім-54  
Кулинич Володимир

Науковий керівник:  
Білоус Л. Й.

Дипломну роботу допущено  
До захисту «\_\_» \_\_\_\_\_ 2012  
Зав. Кафедри міжнародної економіки,  
Куриляк В.Є.

---

Івано-Франківськ 2012

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	4
РОЗДІЛ 1. ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТОК МОРСЬКИХ ТА РІЧКОВИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ТА ПОДОРОЖЕЙ .....	6
1.1. Історія розвитку і види морського туризму .....	6
1.2. Річкові круїзи .....	15
1.3. Нормативно-правова база .....	17
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ .....	20
2.1. Оцінка можливостей участі України у міжнародному туризмі .....	20
2.2. Сучасний стан круїзного туризму в Україні .....	38
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ТА МЕТОДИ ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ .....	44
3.1. Зарубіжний досвід надання туристичних послуг на прикладі туристичної компанії “Флагман” .....	44
3.2. Організація розміщення, харчування, дозвілля та організація безпеки життєдіяльності туристів .....	51
3.3 Шляхи вирішення проблем та перспективи українського круїзного туризму .....	65
ВИСНОВКИ .....	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	83
ДОДАТКИ .....	88

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Сьогодні Україна швидко проникає у сферу міжнародного туризму і прагне заволодіти якомога більшою часткою доходів у туристичному бізнесі. Тож ми можемо побачити, що дана тема має досить важливе значення у сфері туристичного бізнесу. Досить значним і важливим є те, що розвиток туризму в Україні набирає оборотів і дана тема набуває все більшого значення, внаслідок чого і росте актуальність даної наукової роботи. Приклад розвинутих країн демонструє можливість отримання значних доходів від участі у міжнародних туристичних відносинах. Проте участь в них України потребує глибокої наукової оцінки, передусім, розгляду доцільності такої участі та її можливості.

**Об'єктом** даної наукової праці є фірма «Флагман», що активно просуває туристичні продукти на ринку України. А також пропонує зовнішні туристичні маршрути та інші можливі методи співпраці, пов'язані з туристичним бізнесом.

**Предметом** даного дослідження виступають питання участі і ролі України в системі міжнародного морського і річкового туризму.

**Ступінь наукової розробки теми.** Варто зауважити, що питання розвитку туристичної галузі України є досить новими, проте вже сьогодні вивчаються у вітчизняних наукових колах. Проведені дослідження наукових праць вітчизняних (О.О. Бейдик, В.Ф. Кифяк, О.О. Любіцева, В.І. Цибух та ін.) та зарубіжних науковців дали можливість виявити необхідність визначення критеріїв, від яких залежить успіх України у цій сфері.

**Мета наукової роботи.** Сучасний водний транспорт залежно від сфери обслуговування підрозділяється на морській і річковій. Водні судна, що відносяться до морського транспорту, здійснюють міжнародні, дальні і каботажні перевезення. Під міжнародним морським повідомленням розуміють перевезення пасажирів і вантажів за межі і із за меж країни; до дальніх перевезень відносяться рейси між портами однієї країни при перебуванні морських судів у відкритому морі; каботажні рейси здійснюються уздовж побережжя між портами без виходу у відкрите море. Судна річкового флоту

здійснюють перевезення пасажирів і вантажів по внутрішніх водних шляхах, до яких відносяться річки, озера, крупні водосховища, канали.

В кінці ХХ в. круїзна індустрія стала найбільш сектором туристської індустрії, що швидко розвивається. Круїзний туризм відноситься до спеціальних видів туризму, оскільки є достатньо трудомістким, капіталомістким видом туризму, що поєднує в собі декілька видів туризму, - рекреаційний, спортивний, лікувально оздоровчий, пізнавальний. Під круїзом слід розуміти подорож на водних видах транспорту, що включає берегові екскурсії, огляд визначних пам'яток портових міст, а також різноманітні розваги на борту морських і річкових лайнерів.

Отже, з огляду на вищенаведене метою даної роботи є дослідження перспективи та потенціалу розвитку туристичної галузі за рахунок морського та річкового туризму. Основою досліджень виступали наукові статті, теоретичні та практичні праці науковців в галузі туризму, а також аналіз стану розвитку морського та річкового туризму в Україні, Росії та розвинутих країн світу.

**Методи досліджень.** При написанні даної роботи використовувалися наступні методи наукових досліджень: аналіз, синтез, метод узагальнення.

**Практичне значення одержаних результатів.** Отже, на підставі вивчення та виконаного аналізу стану річкового та морського потенціалу України в системі туризму необхідно: врахувати потенційні природні та рекреаційні можливості України.

Розробити на державному рівні з відповідною правовою базою програму розвитку національного морського та річкового туризму, а також міжнародного (в'їзного та виїзного) туризму.

## РОЗДІЛ 1. ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТОК МОРСЬКИХ ТА РІЧКОВИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ТА ПОДОРОЖЕЙ

### 1.1. Історія розвитку і види морського туризму

Початок морського туризму умовно можна віднести до середини ХІХ століття, коли лінійні пасажирські компанії почали шукати шляхи використання пасажирських судів у період міжсезоння в лінійних перевезеннях.

Основним джерелом для трансатлантичної лінії була Європейська еміграція: за період з 1846 по 1940 рр. на Американський континент із Європи емігрували близько 60 млн. чоловік. [19, с. 6.]

Конкуренція, що загострилася, змушувала судновласників постійно покращувати умови проживання на судні, оздоблення кают і всієї системи обслуговування пасажирів у рейсі, що швидко перетворило судна у високо комфортабельні плаваючі готелі. Перші повідомлення про спеціально організовані рейси морських пасажирських судів із метою відпочинку відносяться до 1835 р., коли в Англії були оголошені регулярні прогулянкові рейси між північними островами Британії й Ісландією.

Через два роки автори цієї ідеї заснували судновласницьку компанію Р&О. У 1840 р. компанія починає групові турпоїздки по Середземному морю. У 1900 р. було побудоване судно, що здійснювало круїзи цілий рік, змінюючи лише регіони.

Ведучими країнами великих подорожей стали Англія, США і Німеччина.

Друга світова війна зупинила розвиток круїзів майже на 10 років, однак вже на початку 50-х років було закладено велике число великих судів [4, с. 82].

Поява в середині - кінці 50-х років регулярних пасажирських, у тому числі і трансатлантичних, авіаційних ліній, дешеві авіаційні тарифи призвели до різкого падіння попиту на лінійні пасажирські судна, особливо на трансатлантичних маршрутах. У результаті багато з них були продані і переустатковані в круїзні. У цей період виникнуло декілька круїзних регіонів, розташованих біля розвинутих держав: Середземне море, Балтика, Північна

Європа, острови південної частини Тихого океану (Австралія і Нова Зеландія), Аляска, Мексика, Гавайї і Карибський басейн (США). Історія ще радянського морського туризму починається з 1957 р., коли ВАО "Інтурист" почало здійснювати на орендованих пасажирських суднах "Перемога" і "Грузія" морські подорожі з Одеси в Ленінград навколо Європи, а на "Петрові Великому" - по Чорному морю з туристами із соцкраїн. У 1960 р. на "Адміралі Нахімові" був організований перший круїз із радянськими туристами на Кримсько-Кавказської лінії, а в 1962 р. на Далекому Сході - на теплоході "Григорій Орджонікідзе" тривалістю 20 діб з заходом у Находку, бухту Ольги, Совгавань, Холмск, Корсаков. У цей же період морський туризм почав розвиватися на Півночі і Балтиці. [16, с. 56]

Сьогодні у світі морські круїзи переживають період підйому. Росте круїзний флот, удосконалюються конструкції пасажирських судів, підвищується їхня комфортабельність, розробляються нові морські й океанські маршрути. Найбільшою популярністю водянні подорожі користуються в США і Німеччини. Але якщо американці, що цінують час, віддають перевагу тижневим маршрутам (по Карибському морю, до Бермудським островів, Алясці), то німецькі турфірми, як правило, організовують багатоденні і кругосвітні подорожі.

У 1970 р. у круїзах взяло участь 500 тис. чоловік, а в даний час дана цифра зросла до 5 млн. чоловік, основну частку яких складають американські туристи.

У 2008 р. світова цифра туристів (учасників круїзів) досягла 7 млн. чоловік, а кількість європейських круїзів до 2008 р. досягло 2 млн. У наступні роки круїзний туризм буде одним із найважливіших видів туризму зі значними ринками в США, Великобританії й інших країнах Європи й Азії. Загальна кількість пасажирів у рік може досягти 8 млн. [15, с. 82]

Найбільшим ринком-постачальником круїзних туристів є ринок США. Ріст числа круїзних туристів у США почався в 1980 р., і його темпи перевищать середньорічний показник темпів зростання туризму США в цілому.

Прогнозується, що віковий склад клієнтури круїзів США буде молодіти. Якщо в даний час середній вік на круїзних плаваннях - 50 років, то в майбутньому він буде дорівнювати 42 рокам. У круїзних плаваннях усе більше зможуть брати участь туристи із середніми доходами.

Наступним ринком-постачальником круїзних туристів є ринок Великобританії. У 2008 р. їхнє число склало 283 тис. чоловік. Третє місце у світі на ринку круїзів займає Німеччина, число туристів - близько 250 тис. У той час як круїзний ринок Великобританії в останні роки постійно ріс, ринок Німеччини залишався статичним. Попит на круїзні плавання відзначається у Франції, Італії, Швейцарії [13, с. 113].

По тривалості самими популярними круїзами є круїзи від 6 до 8 днів. У 2008 р. їхня частка в загальному обсязі круїзних поїздок складала 53,5%.

Програми круїзних плавань дуже різноманітні. Окремі круїзні плавання присвячуються видатним датам, темам. Наприклад, астрономічний круїз, круїз, присвячений року Колумба, і т. ін.

За останні роки змінився імідж круїзу як турпродукту. Теплохід перетворився в плавучий готель де царює атмосфера розваг і свята. Завдяки проведенню інтенсивних рекламних кампаній привабливість круїзів зросла серед усіх прошарків населення.

У останнє десятиліття круїзний ринок характеризують три чинники: спеціалізація, пропозиції плавання на невеличких комфортабельних теплоходах, відповідність розміру теплохода наборові послуг і автоматизація.

Перші три чинники знайшли розвиток вже в 80-і роки у формі круїзів-експедицій, плавань на розкішних яхтах і величезних теплоходах із числом місць більш 2 тис. Проте в наступні роки ці чинники відійшли на другий план і перше місце зайняла автоматизація. У круїзному бізнесі з'явилася необхідність створення простого управління інформаційною системою [5, с. 93].

Одним із прикладів може служити впроваджена в грецьких портах комп'ютерна програма берегового обслуговування круїзних пасажирів у системі "Мультімедіа". Завдяки цій програмі можливості пропозиції послуг на березі, у портах заходу (починаючи від місця швартування і прийняття води і палива

судном і закінчуючи повним спектром пропозицій по готелях, ресторанах, розважальним закладам, магазинам, оренді автомобілів і ін.) доводяться безпосередньо до туристів на борт теплохода через бортовий, а в ряді випадків через каютний комп'ютер. [13, с. 78]

Міжнародна асоціація круїзних компаній (КЛПА) поєднує близько 33 турфірм, що спеціалізуються на продажі круїзів. Завдяки спеціальній професійній підготовці турагентів і вміло проведеної рекламної кампанії КЛПА вдалося перетворити морські круїзи в класичний вид відпочинку. 95 % усіх круїзів продається через туристські агентства асоціації, причому реалізація даного туристського продукту стоїть на другому місці після продажу авіаквитків.

Морські круїзи - один із найбільше комфортабельних, а тому і найбільш дорогих видів відпочинку. Ціни ж на вітчизняні водяні подорожі в три-п'ять разів нижче загальносвітових завдяки більш низької фрахтової ставці судів і більш дешевому сервісу. З цієї причини конкуренція на вітчизняному круїзному ринку існує тільки між вітчизняними турфірмами і майже відсутня з іноземними. Занімаючи більш високе положення, закордонні круїзні фірми не починають особливих спроб упровадження на український ринок. І навіть відкриття представництва відомої західної турфірми "Роял Каріббіен Круїз Лтд", що працює в багатьох водяних басейнах світу, - поки єдиний випадок.

Російські й українські круїзні фірми планують у найближчому майбутньому засвоїти Карибське море, океанські переходи до Американського континенту й інші екзотичні маршрути. У їхні плани входить укладення агентських угод із найвідомішими у світі круїзними фірмами. Український круїзний бізнес розвивається в рамках світового круїзного прямування на базі історичної його спадщини [13, с. 79].

Той факт, що більшість одиниць пасажирського флоту країни базується в Одесі, визначає спрямованість маршрутів морських круїзів, поданих на ринку. Найбільш частими пропозиціями є - теплохідні подорожі по Середземному морю з заходом у порти Туреччини (Стамбул), Греції (Пірей), Єгипту (Порт-Саїд, Олександрія), Ізраїлю, Італії, Іспанії й інших країн. Мають успіх у



туристів круїзні тури по Балтійському і Північному морям, що починаються із С.-Петербургу або Калінінграду із зупинками припинення у портах Північної Європи і Скандинавії. Особливо популярний традиційний морський круїз навколо Європи (Одеса - С.-Петербург), що дозволяє за одну поїздку побачити практично всі головні країни "Старого світу".

А от теплохідні прогулянки в басейнах Індійського і Тихого океанів, до берегів країн Південно-Східної Азії є рідкістю для вітчизняного круїзного бізнесу. Терміни проведення морських круїзів найрізноманітніші й у залежності від напрямку маршрутів коливаються від одного тижня до одного місяця. Починатися і закінчуватися вони можуть як в однім порту, так і в різних - як у російських або українських, так і в будь-яких іноземних портах.

Морські круїзи ще прийнято називати авіаційно-теплохідними турами, тому що туроператори доставляють клієнтів у порт відправлення і повертають назад з кінцевої точки подорожі літаком [5, с. 62].

Ринок круїзів знаходиться в бурхливому розвитку і далекий від насичення. Хоча як і раніше основним районом круїзних поїздок залишається Карибський басейн, проте росте попит на круїзи в райони Аляски, Балтійського моря, Середземного. Просування круїзів на ринку багато в чому залежить від роботи туроператорів, що насамперед пов'язана з проведенням реклами і політикою цін.

Морський круїз - подорож звичайна по замкнутому кругу з радіальними поїздками з портів у внутрішні райони країн [22, с.39 ]

В світі налічується більше 150 морських круїзних компаній - грецьких, італійських, іспанських, американських, данських, норвезьких. До найбільш відомих перевізників у сфері морських круїзів відносяться Carnival Cruise Lines, Celebrate Cruises, Royal Caribbean International, Princess Cruises, Costa Cruises, Norwegian Cruise Lines. З кожним роком число круїзних компаній збільшується, оскільки збільшується число туристів, що виявляють цікавість до круїзів. У 1980 р. налічувалося 1,5 млн туристів морських круїзів, в 1993 р. - 4,5 млн, в 1996 р. - 6,5 млн, в 2003 р. - 9 млн, в 2006 р. ця цифра досягла 12 млн туристів. З початку 1980 х рр. росте і кількість круїзних судів. У 1985 р. налічувалося 120

морських круїзних судів, в 1994 р. - 175, в 2003 р. - 327, а в 2006 р. кількість морських круїзних судів склала 387. Відбувається не тільки кількісне, але і якісне зростання морських круїзних перевезень і судів. Круїзні судна, як і готелі, оцінюються по цілому ряду критеріїв, після чого їм привласнюється певна кількість зірок. Використовуються наступні критерії: судно і його оснащення, стан кают, живлення, обслуговування, розважальні програми, асортимент додаткових послуг на борту [13, с. 82].

Морські круїзні судна за якістю обслуговування і рівню комфорту класифікуються таким чином:

- стандарт (2\* 4\*);
- преміум (5\* 5\*+);
- люкс (6\*).

Для морських круїзних судів також прийнята класифікація по тоннажу (об'єм внутрішнього простору судна в грощ тоннах, 100 куб. футів складає 1 грощ тонну):

- великі (понад 60 тис. грощ тонн);
- середні (до 60 тис. грощ тонн);
- малі (до 25 тис. грощ тонн).

Останнім часом намітилася тенденція до будівництва великих круїзних судів. Найбільшим круїзним лайнером до останнього часу вважався 17 палубний *Voyager of the Sea*, що належить компанії *Royal Caribbean*. Його водотоннажність складає 142 тис. т, кількість пасажирів - 2200 туристів і 1180 членів екіпажа. Унікальні розміри судна: 311 м в довжину, 47 м завширшки, 70 м у висоту. Особливістю цього лайнера є те, що вперше на борту корабля побудовані льодовий каток і справжня вулиця променад під скляним куполом. У січні 2003 р. в Саутгемптоні був спущений на воду новий найбільший океанський лайнер *Queen Mary 2*. Його водотоннажність складає 150 тис. т, висота від ватерлінії 70 м. Новий лайнер прийняв на борт 2620 туристів.

По тривалості круїзні маршрути класифікуються:

- на короткострокових (від декількох годин до декількох діб);
- середньострокові (від 5 до 13 діб);

- довгострокові (до 2 місяців).

Каюти на морських круїзних судах відрізняються великою різноманітністю за площею, інтер'єром, набором зручностей, що, природно, відбивається на ціні.

Найбільш загальна класифікація кают:

- економічні (каюти з штучним освітленням);
- стандартні (з вікнами);
- преміум (з балконами).

У круїзній компанії Royal Caribbean прийнята своя класифікація кают:

1) каюти класу люкс з виглядом на океан:

- R - королівські апартаменти: окрема спальня з двоспальним ліжком, індивідуальна веранда, душ, звичайні зручності, вітальня з диваном, рояль, холодильник, міні бар, їдальня;

- A - "оунерс суїт": ліжко великого розміру, індивідуальна веранда, окрема вітальня з диваном, холодильник, міні бар;

- AA - "роял фемілі суїт": дві спальні з ліжками, вітальня з диваном, індивідуальна веранда, холодильник, дві ванні кімнати;

- B - "гранд суїт": два ліжка, індивідуальна веранда, крісла, диван, холодильник.

- Z - "суперіор суїт": два ліжка, індивідуальна веранда, крісла, диван, холодильник;

- D - каюта "делюкс": два ліжка, індивідуальна веранда, крісла, диван, холодильник;

2) сімейні каюти з виглядом на океан:

- FF - каюти великого розміру, розраховані на розміщення 6 чоловік;

3) каюти з виглядом на океан:

- F, H, I - комфортабельні каюти, обладнані двома ліжками, із звичайними зручностями, туалетом, телевізором, телефоном;

4) внутрішні каюти:

- K, L, M, N, O, P, Q - комфортабельні каюти, обладнані двома ліжками, із звичайними зручностями, туалетом, телевізором, телефоном [19, с. 112].

Важливою особливістю круїзних турів є організація розваг на борту. На круїзних кораблях працюють різні клуби, запрошуються актори для виступів, проводяться шоу, діють гральні клуби і казино. Як правило, круїзний тур організований по системі "все включено", це розповсюджується на живлення, користування спортивними залами і інвентарем, розважальну програму. Однією з переваг круїзних турів є їх безвізовість. Пасажири можуть знаходитися в портах і здійснювати екскурсії протягом 48- 72 годин без візи. Найбільший недолік круїзів - їх досить висока ціна. Але останнім часом з'явилися бюджетні круїзні компанії.

Прийнята наступна цінова класифікація круїзних маршрутів:

- економічні (75 150 дол. на людину в добу);
- класичні (100- 200 дол. на людину в добу);
- преміум (150- 400 дол. на людину в добу);
- люкс (700 1000 дол. на людину в добу);
- ексклюзивні (більше 1000 дол. на людину в добу) [25, с. 93].

Основні райони морських круїзів - Карибський басейн і Середземне море. Головною перевагою Карибського басейну є те, що круїзи можна проводити круглий рік. Тривалість круїзних маршрутів коливається від 3 днів до 2 тижнів, маршрути класифікуються по наступних напрямках: Західні Кариби, Східні Кариби, Південні Кариби. Класичні морські круїзи - це Середземне море. Круїзні маршрути охоплюють відразу декілька європейських країн - Іспанія, Франція, Італія, Греція - і країн Північної Африки - Марокко, Туніс, Єгипет. Великою популярністю користуються круїзи уздовж берегів Британії, Скандинавії і Росії. Деякі круїзні компанії організовують кругосвітні подорожі тривалістю більш 120- 140 днів.

У останні декілька років стали популярні круїзні маршрути до берегів Антарктиди і до Північного полюса. "Льодові" круїзи здійснюються круглий рік: влітку маршрути пролягають до Арктики, взимку основний напрям - Антарктида. Американська компанія Quark Expedition організовує круїзи на російському криголамі "Капітан Хлібників" по маршруту Шпіцберген - Гренландія - Канада - Чукотка - Шпіцберген. Вартість "льодових" круїзів

досить висока - від 10 тис. дол. до 18 тис. дол., проте щорічний попит стабільно росте на 2 %, причому за рахунок російських туристів. [42, с.126 ]

Останнім часом велику популярність придбали круїзи на поромах як різновид морських круїзів. В основному із за їх короткостроковості і економічності. Сучасні пороми, використовувані в круїзних цілях, є багатопалубними кораблями. На російському ринку великий попит мають подорожі на комфортабельних поромах компаній Viking Line, Silja Line, DFDS Seaways, Fjord Line, Smyril Line, Color Line, Superfast series. Безперечними лідерами попиту є комфортабельні поромні круїзи, здійснювані на Балтійському морі компаніями Silja Line і Viking Line. Причин тому декілька. По-перше, географічна зручність порту відправлення - Хельсінкі. Сюди легко добратися з Москви і Санкт-Петербургу. У других, "компактність" круїзу - в найбільш короткому варіанті він займає дві ночі на кораблі і один день в Стокгольмі. Існує можливість виїзду в цей круїз навіть на week end. В той же час круїз може бути розширений за рахунок тривалішого перебування в Стокгольмі і Хельсінкі. У третіх, на поромі можна проводити корпоративні заходи. У четвертих, на борту поромів туристам пропонується широкий спектр розваг: магазини безмитної торгівлі, дискотеки, ресторани по системі "все включено", басейни і сауни. У п'ятих, за короткий період туристи мають можливість відвідати столиці двох європейських держав. Тривалість таких круїзних маршрутів від 2 до 4 днів, включаючи відвідини двох країн - Фінляндії і Швеції. При розміщенні на поромах туристам надаються комфортабельні каюти різних категорій, розраховані на людей з різним доходом. Крім Viking Line і Silja Line великий попит мають круїзи молоді компанії "Суперфаст". На відміну від гігантських поромів Viking Line, Silja Line, що вміщують декілька тисяч туристів, судна компанії "Суперфаст" беруть на борт не більше 600 пасажирів. При цьому на будь-якому з поромів працюють магазини, декілька ресторанів, сауни, джакузі. Головна перевага круїзів "Суперфаст" - швидкість. Пороми доставляють туристів з Фінляндії до Німеччини за 21 годину. Пороми компанії "Суперфаст" ідеально підходять для інсентів турів: тут є все необхідне не тільки для відпочинку, але і для проведення семінарів.

Перевозка туристів морським транспортом регулюється правовими актами міжнародного і національного законодавства. При міжнародних перевезеннях діють договори і конвенції, серед яких слід виділити Афінську конвенцію про перевезення морем пасажирів і багажу, Міжнародну конвенцію про охорону людського життя на морі, Міжнародну конвенцію про уніфікацію деяких правил, що відносяться до перевезення пасажирів морем, Міжнародну конвенцію про пошук і порятунок на морі. При перевезенні туристів в російських територіальних водах діє Кодекс торгового мореплавання Російської Федерації. [23, с.63 ]

Останнім часом стали популярні морські круїзи на невеликих парусних яхтах. Існує дві форми прокату яхт: без екіпажа (бербоут чартер) і з екіпажем (тайм чартер). Для подорожей на яхтах при заході в будь-який іноземний порт не потрібна віза. Яхту приймають на добу по так званому паспорту судна, оформленому на господаря судна або шкіпера.

По статистиці ВТО, щорічний стабільний приріст туристів, що використовують ті або інші форми морських круїзів, складає 8 %.

## **1.2. Річкові круїзи**

Круїзи по внутрішніх водних артеріях (річкам, озерам, каналам) прийнято називати річковими круїзами. Подорожі по річках і озерах найбільш розвинені в державах, багатих судноплавними річками. Річкові круїзи можуть проводитися в одному напрямі або мати кільцевий маршрут. Річкові круїзні маршрути залежно від умов перевезень, їх тривалості і протяжності, якості послуг, що надаються, підрозділяються на транспортні, туристські, екскурсійні прогулочні. Транспортні маршрути забезпечують транспортне повідомлення між окремими населеними пунктами і працюють, як правило, за заздалегідь опублікованим розкладом. Річкові судна, експлуатовані на транспортних маршрутах, здійснюють транзитні (протяжністю більше 400 км.), місцеві (протяжністю менше 400 км.), приміські і внутрішньоміські перевезення туристів. До транспортних маршрутів відносяться також переправні і поромні

лінії. Туристські перевезення організовуються по традиційних і спеціальних маршрутах тривалістю більше 24 годин. Екскурсійні прогулочні маршрути є перевезення екскурсантів тривалістю менше 24 годин, як правило, це внутрішньоміські і приміські річкові маршрути.

Річковий круїзний туризм найбільшою мірою розвинений в європейських країнах (Франція, Німеччина, Румунія, Угорщина, Італія). Популярні круїзні маршрути по Луарі, Рейну, Роне, Сіні, Ельбі. Судна, вживані на річкових маршрутах в Європі, відносяться до преміум класу. Голландська круїзна компанія Sea Cloud експлуатує два річкові круїзні судна класу "люкс". У Росії, як правило, експлуатуються річкові судна, побудовані в 1980-х рр. Серед найбільш комфортабельних лайнерів слід виділити круїзні судна, що здійснюють дальні перевезення, проектів 301 і 302. Теплоходи цих проектів, як правило, трьохпалубні або чотирьохпалубні і обладнані комфортабельними каютами, призначеними для одномісного, двомісного, тримісного і чотиримісного розміщення. Прийнята класифікація кают по категоріях залежно від рівня комфорту. Рівень комфорту - це критерій з декількох складових: кількість і розташування місць в каюті, місце розташування каюти по довжині і висоті судна, площа і форма каюти, наявність зручностей і санітарно технічних приміщень, вид освітлення. На борту теплоходів до послуг туристів ресторани, кафе, бари, кінозал, магазини. [61, с. 124 ]

На річкових круїзних маршрутах в Росії також використовуються теплоходи проектів Q 040 ("Ілля Рєпін", "Максим Горький"), Q 065 ("Сергій Есенін"), 92 016 ("Федір Шаляпін"), 305 ("Салават Юлаєв"), 588 ("Михайло Кутузов"). Організаторами річкових круїзів виступають судновласники, пароплавства, круїзні туроператори. Волжське річкове пароплавство здійснює круїзи по наступних маршрутах: Москва - Нижній Новгород - Москва (10 днів, з відвідинами міст Углич, Мишкин, Кострома, Плесо, Муром), Москва - Плесо - Москва (6 днів, з відвідинами міст Углич, Мишкин, Ярославль, Кострома). Московське річкове пароплавство здійснює круїзні маршрути Москва - Астрахань - Москва (20 днів), Москва - Санкт Петербург - Москва (13 днів), Москва - Ярославль - Москва (5 днів), Москва - Углич - Москва (3 дні). Велику

популярність придбали довгострокові круїзи по річках Обь, Іртиш, Лена, Єнісей, Амур. Тривалість цих круїзів в середньому 18 днів. Як правило, такі круїзи комбінуються з наземними маршрутами. Наприклад, круїз по Єнісею комбінується з перельотом до Північного полюса. Під час круїзу по Лені туристи знайомляться з життям якутських сіл і мають можливість полювати.

Великою популярністю на українському ринку користуються круїзи по Нілу (Каїр - Луксор, 3- 5 днів). Ці круїзні маршрути комбінуються з рекреаційним туром (відпочинок в Хургаде або Шармі ель Шейху). Круїзні судна, експлуатовані на маршрутах по Нілу, як правило категорії "5\*" або "люкс". Обслуговування на круїзних судах здійснюється по системі "все включено", це розповсюджується на розміщення, харчування, екскурсійну програму.

Перевозки туристів на річкових круїзах в Україні регулюються Водним кодексом, Кодексом внутрішнього водного транспорту. Положення цих правових актів розповсюджуються на всі внутрішні водні маршрути, порти і регулюють всю діяльність по організації річкових круїзів.

### **1.3. Нормативно-правова база**

Судна для туристських цілей (круїзів) орендуються за спеціальним договором (фрахт-контрактом), що укладається між туристською організацією і морським пароплаванням.

Обов'язковими додатками до договору є:

Розклад руху судна, погоджений з туристською організацією.

План-карта судна, затверджена на момент заключення договору.

Розрахунок плати за оренду судна по категоріях кают і елементних ставок для кожного морського басейну з урахуванням сезонних знижок.[15, с. 106]

Види круїзів. У цілому для організації круїзних поїздок найбільш розповсюдженою (до 60%) є класична європейська система, що передбачає морську подорож із заходом у різні порти з екскурсійною програмою.



Однак усе велику популярність завойовує й американська система, основною метою якої є надання можливості круїзним пасажирам відпочивати і загоряти на пляжах у пунктах заходу по маршруті.

Останнім часом практично у всіх регіонах завойовують популярність "круїзи в нікуди" - одне - і дводобові поїздки без заходу в інші порти. Як правило, таке судно іде з базового порту годин у 6 вечору в п'ятницю і повертається в неділю до вечора.

Екскурсійні і прогулянкові рейси.

До прогулянкових рейсів відносяться перевезення груп туристів, що здійснюються нетривалий час з метою відпочинку й ознайомлення з пам'ятними історичними й іншими визначними місцями, здійснювані, як правило, між двома портами з заходами і зупинками в них чи без заходів і зупинок. Ці рейси можуть бути тривалістю більше-менше 24 годин. Рейси тривалістю менше 24 годин відбуваються, як правило, судами портового флоту і проводяться в приміських і внутріміських зонах.

Розглянемо обов'язки сторін при організації морських круїзів.

Судновласник зобов'язаний дотримуватися встановленого розкладу руху судна. Про усі виникаючі зміни і відхилення у розкладі руху судна у випадку затримки приходу судна в порт і скорочення часу стоянки адміністрація судна зобов'язана сповістити про це працівників туристського круїзу і туристів, вжити заходів до виконання програми обслуговування туристів.

У випадку зміни встановленого розкладу руху судна, що викликало порушення програми обслуговування туристів, винна сторона оплачує іншій стороні її фактичні збитки.

Якщо судновласник за якимись причинами не може надати судно, передбачене договором, то він надає туристській організації інше однотипне судно. У випадку непредставлення судна в термін, передбачений договором, або неможливості виконання круїзної програми в повному обсязі - час затримки судна, продовження чи скорочення круїзу більше, ніж на 12 годин, виключається з періоду оплати чи оренди, за узгодженням сторін круїз продовжується на час затримки чи скорочення.

У випадку провини однієї зі сторін винна сторона оплачує іншій стороні її фактичні збитки, зв'язані з цією затримкою, продовженням чи скороченням рейсу.

У випадку, якщо судно робить у період проведення круїзу допомогу судну чи людям, що терплять нещастя на море, судновласник відповідальності за затримку рейсу перед турфірмою не несе. Рейс за згодою сторін продовжується на той час, що витрачено на надання допомоги. За час, використаний на надання допомоги, додаткова орендна плата і плата за харчування туристів не стягуються.

У дні посадки і висадження туристів орендна плата за період дії договору обчислюється звичайно з розрахунку годинної вартості оренди судна на добу.

Туристська організація несе відповідальність перед власником судна за прострочення платежів за оренду судна, термін виплати яких встановлений договором (звичайно цей штраф складає 0,05% за кожний день прострочення від загальної суми платежів за договором). Сторони вправі анулювати договір не пізніше, ніж за три місяці до початку рейсу. У випадку ануляції договору пізніше, ніж за 3 місяці до початку рейсу, сторона, що анулювала договір, відшкодовує іншій стороні збиток, сума якого не повинна перевищувати 50% вартості орендної плати за рейс. Загальний розмір збитку визначається сторонами за згодою. [42, с. 101 ]

## РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

### 2.1. Оцінка можливостей участі України у міжнародному туризмі

Міжнародний туризм, як соціально-економічне явище, визначається світовими економічними організаціями як найбільш важлива та динамічна частина світової економіки, Участь у міжнародному туризмі є надзвичайно важливим завданням будь-якої країни. Проте, особливу увагу тут приділяють участі як ринку туристичних послуг, тобто прагнуть розвивати в'їзний туризм. Це вид діяльності, який передбачає створення інфраструктурних елементів (готелі, ресторани, автошляхи тощо), заснованих на них туристичних послуг (розміщення туристів, харчування, транспортне обслуговування тощо), та у підсумку туристичних продуктів (комплексів туристичних послуг). Бажання країн розвивати саме в'їзний туризм обґрунтовується тим, що така форма туристичних відносин:

- є важливою частиною експорту держави, що збільшує сальдо торговельного балансу;
- генерує десяту частину світового валового продукту [ 1 ];
- дозволяє створити розвинуту інфраструктуру та залучати додаткові закордонні інвестиції для її побудови та підтримання;
- забезпечує створення додаткових робочих місць, відновлення та розвиток культурних та історичних національних надбань;
- є тією галуззю „виробництва“, яка не споживає матеріальні ресурси безповоротно (окрім паливних), а дозволяє використовувати одні й ті ж природні ресурси (рекреаційні, еко-ресурси тощо) багаторазово, при цьому забезпечуючи їх розвиток та відновлення; х
- дозволяє ознайомити велику кількість людей різних націй з культурними, історичними та рекреаційними особливостями держави, створити певну думку про неї у світі та ін.

Щодо доцільності участі України у міжнародних туристичних відносинах як країни, яка приймає туристів, то її присутність не викликає сумнівів лише

зароди попередньо сформульованих благ, які створюють такі відносини. Крім того, стратегічна доцільність розвитку в'їзної форми туризму виявляється у темпах, з якими країни-учасники збільшують свої доходи від стрімкого розвитку як галузі загалом, так і свого ступеня інтеграції в неї. Такі тенденції можна виявити, проаналізувавши дані Всесвітньої туристичної організації (табл. 1).

Таблиця 1.

## Міжнародні туристичні прибуття в Європі та доходи від них [1]

Основні туристичні напрями в Європі	Міжнародні туристичні прибуття					Доходи від міжнародного туризму				
	тис. чол.		Зміни (%)		Частка ринку (О/О)	млн. дол. США		Зміни (%)		Частка ринку (О/О)
			2010/2011	2010/2011				2010/2011	2010/2011	
	2010	2011	1	1	2011	2010	2011	1	1	2011
Австрія	19078	19373	2.5	1,5	4,7	13954	15351	24,2	10,0	4,7
Бельгія	6690	6710	-0.4	0,3	1,6	8168	9185	18,1	12,4	2,8
Хорватія	7409	7912	6.7	6,8	1,9	6376	7074	67,3	10,9	22
Чехія	5076	6061	10.8	19,4	1,5	3556	4169	20,9	17,2	1,3
Франція	75048	75121	-2.6	0,1	18,0	36593	40842	13,2	11,6	12,5
Німеччина	18392	20137	2.4	9,5	4,8	23106	27657	20,1	19,7	8,5
Греція	13969	-	-1.5	-	-	10741	12872	10,4	19,8	3,9
Угорщина	-	12212	-	-	2,9	4046	4061	9,0	0,4	12
Ірландія	6764	6982	4.4	3,2	1,7	3873	4279	25,4	10,5	1,3
Італія	39604	37071	-0.5	-6,4	8,9	31245	35656	17,1	14,1	10,9
Нідерланди	9181	9646	-4,3	5,1	2,3	9160	10260	18,9	12,0	3,1
Норвегія	3269	3600	5.1	ю,і	0,9	2659	3087	22,0	16,1	0,9
Польща	13720	14290	-1,9	4,2	3,4	4060	5828	-4,9	43,5	1,8
Португалія	11707	11617	0.5	-0,8	2,8	6575	7788	14,8	18,4	2,4
Росія	8521	9164	7,3	7,5	22	4501	5226	8,0	16,1	1,6
Іспанія	51830	53599	-0,9	3,4	12,9	39645	45248	24,9	14,1	13,9
Швеція	2952	3003	-1,3	1,7	0,7	5297	6167	13,1	16,4	1,9
Швейцарія	6530	-	-4,9	-	-	9186	10413	16,7	13,4	3,2
Туреччина	13341	16826	4,3	26,1	4,0	10920	15888	10,9	20,3	4,9
Україна	12514	15629	19,0	24,9	3,8	935	1141	18,7	22,0	0,3
Великобр.	24715	27.55	27.2	12,3	6,7	22656	27299	11,2	20,5	8,4
Всього	396579	416362	0,6	5,0	100	282913	326693	17,3	15,5	100

На основі табл. 1 можна зробити висновок про те, що усі країни Європи щорічно збільшують свої доходи від участі у міжнародному туризмі. Особливо це стосується країн Центральної Європи. Це говорить про те, що країни, які залишалися відносно закритими до 1991 р. сьогодні докладають усі зусилля для

розвитку туристичної галузі. Необхідно також зауважити, що туристичні продукти України є значно дешевшими, аніж аналоги в Європі. При ринковій частці туристичних прибуттів у 3,8%, Україна отримує лише 0,3% від загальноєвропейського доходу у цій сфері. Цей показник є найнижчим у Європі і свідчить про:

- низьку дохідність цієї галузі (Україна отримала 73 дол. США на 1 туристичне прибуття у 2004 році - розраховано за даними табл. 1: 1141 млн. дол. США/15629 тис. прибуттів);

- низьку вартість туристичних продуктів, що дозволило збільшити кількість туристичних прибуттів з-за кордону. Проте участь у міжнародному туризмі, як правило, передбачає не лише прийом туристів (розвиток країни як ринку прийому туристів), але й відправлення туристів-резидентів держави у інші зарубіжні рекреаційні зони. Як правило, в міжнародному туризмі не існує чистих країн-рецепторів (тих, які приймають) та країн-донорів (тих, які відправляють). При цьому країни мають різне співвідношення між відправленими туристами за кордон (обсягами грошових трансферт) та прийнятими на ринку, власних туристичних послуг (обсягами доходів від туризму).

Безумовно, за попередніми міркуваннями основним завданням, що стоїть перед Україною щодо участі у міжнародних туристичних відносинах, є отримання якомога більшої частки світових туристичних прибуттів. Для того, щоб говорити про такий тип глобальних економічних відносин, необхідно оцінити, наскільки доцільно і можливо їх розвивати в нашій державі.

Щодо можливості участі України у міжнародному туризмі, то її варто розглядати у двох аспектах: зовнішня та внутрішня можливість. Зовнішню можливість в'їзного туризму забезпечують країни-донори. Для того, щоб оцінити потенціал країн-донорів та географію їх розміщення, варто звернутися до даних Всесвітньої туристичної організації (табл. 2), які свідчать про те, що, по-перше, значна кількість лідерів міжнародних туристичних витрат є досить близькими сусідами України, що дозволить створювати відносно дешеві туристичні продукти. По-друге, має місце значне зростання обсягів витрат на

подорожі (в загальному у світі на 21,7%). Крім того, з огляду на витрати, що припадають на душу населення, найбільше на міжнародні туристичні послуги витрачають громадяни країн Європи. Це також свідчить про сприятливі можливості для України щодо інтеграції в Європейський простір міжнародного туризму.

Таблиця 2.

## Лідери міжнародних туристичних витрат (країни-донори) [2]

Місце	Міжнародні туристичні витрати, млрд. дол. США		Зміни, %		Частка ринку, о/о	Населення млн. чол.	Витрати на дащі населення, дол. США
	2010	2011	2011/2010	2011/2010			
Німеччина	64,7	71,0	3,0	-02	11,4	82	861
США	57,4	65,6	-22	14,3	10,5	293	224
Великобританія	47,9	55,9	6,0	4,1	9,0	60	928
Японія	28,8	38,1	0,5	23,5	6,1	127	299
Франція	23,4	28,6	0,6	III	4,6	60	474
Італія	20,6	20,5	2,4	-9,4	3,3	58	354
Нідерланди	14,6	16,5	-5,5	3,0	2,7	16	1014
Канада	13,4	16,0	2,6	10,8	2,6	33	493
Російська Федерація	12,9	15,7	II,7	14,7	2,5	144	109
Китай	152	-	-1,4	-	-	1299	12
Всього в світі	524	623	02	12,7	100	6373	98

Оцінку внутрішніх можливостей участі України у міжнародних туристичних відносинах необхідно розглядати через призму природних та людських факторів. Щодо природних факторів, то згідно з переліком культурної спадщини ЮНЕСКО в Україні зосереджена значна кількість всесвітньо визнаних культурних та історичних об'єктів (комплекс «Софія Київська», Києво-Печерська Лавра, м. Львів та ін.) [3]. Не викликає сумнівів багатий природний та культурний потенціал України, який оцінено не лише міжнародними організаціями, але визнано і охороняється постановами та указами органів державної влади [4].

Внутрішні можливості суб'єктивного характеру (людський фактор) залежать, передусім, від політики уряду щодо цього питання, оскільки бурхливий розвиток туристичного підприємництва не викликає сумніву.

Внаслідок проведеного дослідження виявлено, що процес участі України у міжнародному в'їзному туризмі залежить лише від внутрішніх суб'єктивних (людських) факторів, а саме від державного регулювання. Сюди можна віднести такі заходи та рішення:

- спрощення візових та митних формальностей для осіб, що прямують в Україну тільки з туристичними намірами;
- створення передумов для розвитку інфраструктури туристичного сектора (аеропорти, дороги, готельні та розважальні комплекси тощо), де важко обійтися без зарубіжних інвестицій. Таким чином, виникає питання інвестиційного клімату в державі та податкового законодавства;
- належне ліцензування, сертифікація та стандартизація учасників економічних відносин ринку туристичних послуг;
- розробка державних програм підтримки розвитку туризму, що передбачатимуть агітаційну та рекламну роботу у мас-медіа, на міжнародних туристичних форумах та виставках, у мережі Інтернет щодо створення позитивного іміджу регіону та якісного інформаційного середовища. Приклади таких програм демонструють сьогодні країни південної та центральної Європи і показники їх доходів від туризму підтверджують ефективність таких програм.

Туристичне підприємництво постійно зростає в нашій державі, проте більшість його суб'єктів пропонують зарубіжні туристичні продукти та сприяють виїзному туризму, а це спричиняє вплив коштів за кордон. Лише злагоджена та послідовна державна політика спроможна створити передумови для забезпечення Україні чільного місця у міжнародних туристичних відносинах.

Перспективою подальших досліджень є поглиблене вивчення та обґрунтування можливостей щодо вдосконалення механізмів державного регулювання у сфері інвестиційного, інфраструктурного і законодавчого розвитку міжнародних туристичних відносин в Україні. [34, с. 86 ]

Протягом 2008 року чинними були 5338 ліцензій на туристичну діяльність, з них туроператорів - 1606 та турагентів - 3732, відповідно 30 % і 70

%. У порівнянні з 2007 роком спостерігається збільшення кількості чинних ліцензій на 18,4 % (у 2007 р. чинними були 4508 ліцензій).

Протягом 2007 року туристичні послуги надавали 3 833 ліцензіата, з них: туроператорів – 1 281 і турагентів – 2552, відповідно 33 % та 67 %.

Середньооблікова кількість працівників туроператорів та турагентів дорівнює 22,7 тис. осіб, що на 4,5 % більше, у порівнянні з 2007 роком. У 2007 р. зростання складало 3 %, що свідчить про зростання темпу приросту.

Пріоритетним напрямком туристичної галузі в 2008 році, як і у 2007 році залишається внутрішній туризм. В цілому по Україні на внутрішній туризм припадає 75 % туристів, обслугованих ліцензіатами.

Всього протягом 2008 року туристичними підприємствами обслуговано 2,9 млн. туристів (майже на 30 % більше, ніж у 2007 році) та 2,4 млн. екскурсантів (на 35 % більше) в т. ч. за видами туризму:

- в'їзний – 372,5 тис. осіб (на 24,8 % більше, ніж у 2007 році);
- виїзний – 336,0 тис. осіб (на 61,3 % менше, ніж у 2007 році);
- внутрішній – 2155,3 тис. осіб (у 2 рази більше, ніж у 2007 році).

Збільшення на 30 % загальної кількості туристів, обслугованих туроператорами протягом 2008 року, відбулось за рахунок зростання кількості обслугованих внутрішніх і в'їзних (іноземних) туристів.

Зростання загальної кількості туристів протягом року, відбулось за рахунок Івано-Франківської області (на 962 тис туристів), м. Києва (на 483 тис. туристів), АР Крим (на 68 тис. тур.), областей: Волинської (на 35 тис тур.), Львівської (21 тис. тур.), Дніпропетровської (на 12 тис. тур.), Харківської (на 9 тис. тур.), Закарпатської (на 6,4 тис. тур.).

У розподілі областей за кількістю обслугованих туристів порядок такий: найбільшу кількість туристів обслужили оператори Івано-Франківської області (1 млн. 252 тис.), м. Києва (майже 309 тис. тур.), м. Севастополя (115 тис тур.), Львівської області (більше 69 тис. тур.), Дніпропетровської обл. (64 тис. тур.), Донецької обл. (майже 58 тис. тур.).

У 2008 році відбувся перерозподіл у структурі туристичного ринку. У 2008 році найбільшого розвитку набув внутрішній ринок, який зріс вдвічі, й у



структурі ринку збільшив свою частку з 47 % у 2007 році до 75 % у 2008 році. Водночас відбулося суттєве зменшення обсягів виїзного туризму, де спостерігається падіння на 61 %. У структурі ринку виїзний зменшив свою частку з 39 % у 2007 р. до 12 % у 2008 році. Сегмент в'їзного туризму майже не змінився – його рівень 14 % у 2007 році і 13% у 2008 році [56].

Таблиця 2.2 - Зміна приросту за кількістю обслугованих туристів у 2007 та 2008 роках.

Вид туризму	2007/2006	2008/2007
В'їзний	↓8 %	24,8 %
Виїзний	53 %	↓61,3 %
Внутрішній	11 %	107,5 %
Експерсії	4 %	35,3 %
Всього туристів	21 %	29,8 %

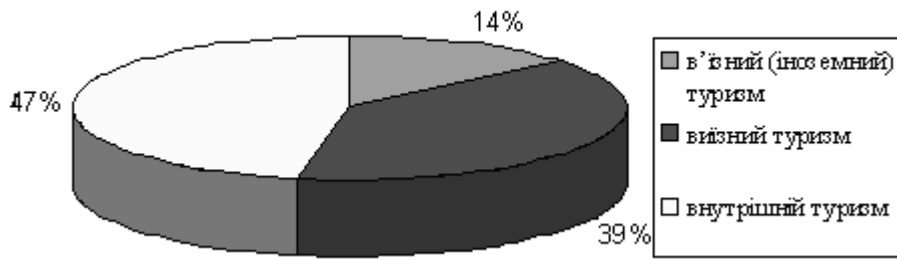


Рисунок 2.2 - Структура туристичного ринку у 2007 році

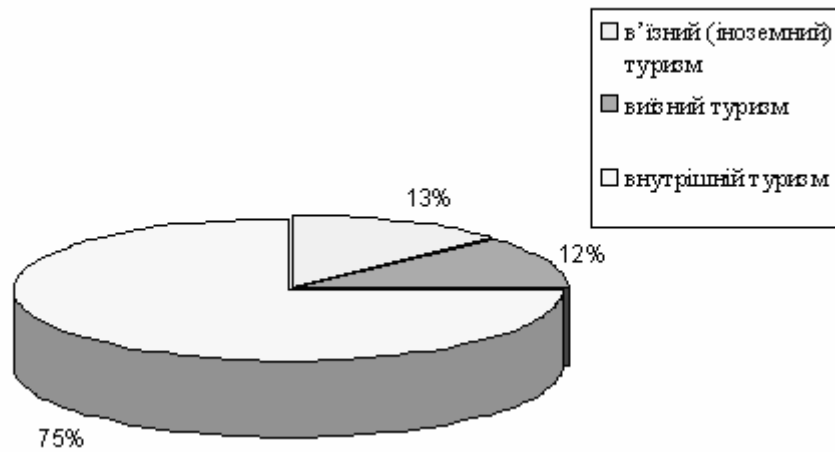


Рисунок 2.3 - Структура туристичного ринку у 2008 році

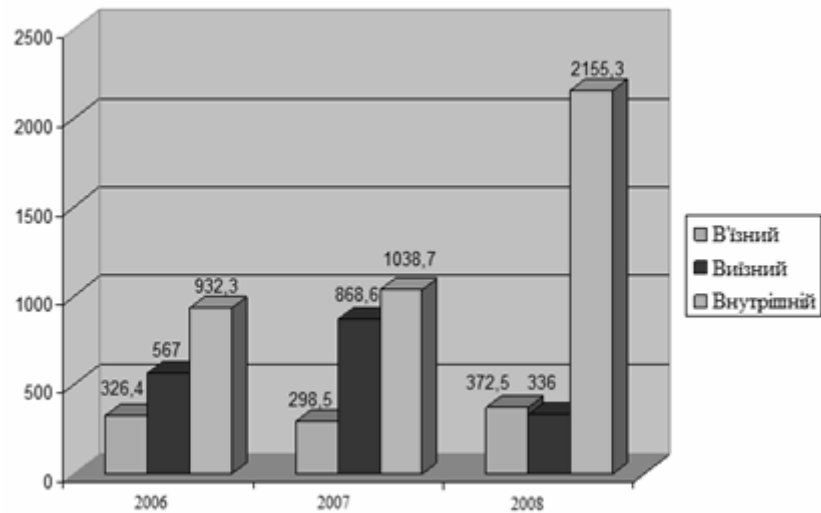


Рисунок 2.4 - Динаміка розвитку видів туризму в період 2006 – 2008 рр.  
(кількість туристів, тис. осіб)

Обсяг наданих туристичних послуг суб'єктами туристичної діяльності в Україні у 2008 році збільшився, у порівнянні з 2007 роком на 44 % (зростання у 2007 р. - 37 %) і становить 5,5 млрд. грн. Це результат, який зумовлений такими тенденціями: на фоні збільшення загальної кількості туристів відбулося зменшення тривалості подорожей (в середньому на ↓18 %) і збільшення їх вартості – в середньому на 11 %.

Найбільше зросла середня вартість путівки по виїзному туризму (майже у 4 рази), хоча тривалість подорожі залишилась на рівні минулого року - 8,2 туродні. Суттєво подорожчали й путівки у в'їзному туризмі – в середньому на 32 %.

Тривалість подорожі для іноземних туристів теж залишилась майже на рівні 2007 року – 7,3 туродні. Водночас середня вартість путівки внутрішнього туризму суттєво впала – на ↓-37,4 %. Як підсумок середня вартість одного туродня збільшилась біль, ніж на 76 %.

Платежі до бюджету ліцензіатів у 2008 році збільшились порівняно з 2007 роком на 32,5 % і становлять 174 млн. грн. В середньому з розрахунку на одного ліцензіата припадає більше 45 тис. грн. платежів до бюджету, що майже на 5 % більше, ніж у 2007 році [31].

Ефективність роботи підприємств у 2008 році дещо збільшилась – в середньому один ліцензіат обслужив 747 туриста, що на 3,3% більше, ніж в минулому році.

Продуктивність праці у 2008 році підвищилась - в середньому на одного ліцензіата припадає 241 тис. грн. обсягу наданих послуг, що на 38 % більше, ніж у 2007 році.

За географічними напрямками туристичні потоки 2008 року такі:

- Туреччина – 25 % виїжджаючих туристів;
- Єгипет – 17 % виїжджаючих туристів;
- Чеська республіка – 7 % виїжджаючих туристів;
- Польща – 4 % виїжджаючих туристів;
- Угорщина – 4 % виїжджаючих туристів.

До України як і в 2007 році приїздили переважно з Росії (46 %), США (7 %), Німеччини (5 %), Англії (3 %), Білорусії (3 %).

Перші місця за рейтингами основних показників у 2008 році посідають м. Київ, Івано-Франківська область та АР Крим.

Протягом 2008 року Україну відвідали 23,1 млн. в'їзних (іноземних) туристів, що на 22 % або майже на 4,2 млн. осіб більше, ніж у 2007 році.

Збільшення обсягів в'їзного потоку за 2008 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).

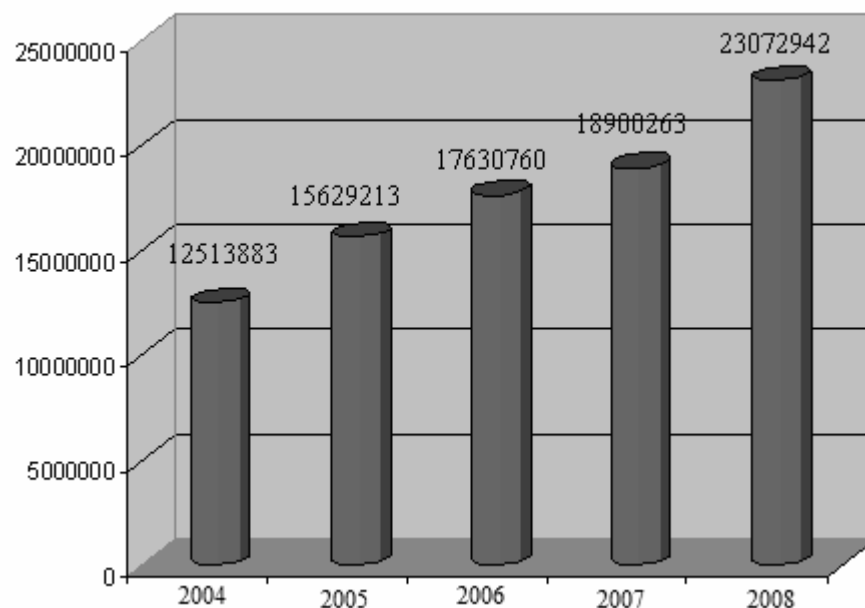


Рисунок 2.5 - В'їзний туризм, 2008 р.

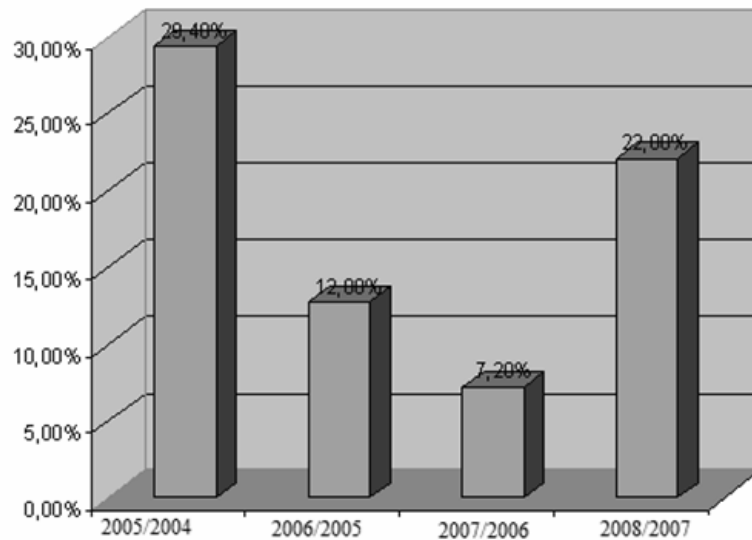


Рисунок 2.6 - Темпи приросту, %

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 % (на 1,5 тис. осіб), з Чехії на 13 % (або на 1,5 тис. осіб), з Німеччини на 6 % (на 4,2 тис. осіб), з Литви на 3 % (на 0,2 тис. осіб).

Проаналізуємо структуру в'їзного турпотoku за мотивацією:

- Службова поїздка - 941,1 тис. осіб, 4 % потоку, зменшення на 10 % або на 100,3 тис. осіб.

- Організований т-м - 1 511,6 тис. осіб, 7% потоку, збільшення на 20 % або на 251,6 тис. осіб.

- Приватний туризм - 20 620,3 тис. осіб, 89 % потоку, зростання на 24 % або на 4,0 млн. осіб.

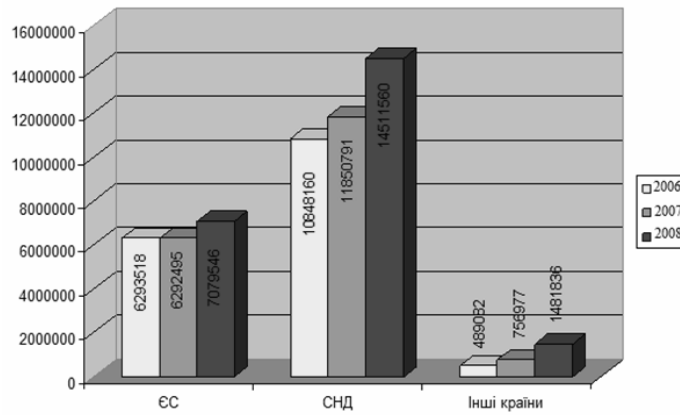


Рисунок 2.7 - Кількість іноземних громадян, які в'їзжали в Україну, 2006 – 2008 роки

Зростання в'їзного турпоточку з країн ЄС відбулося в основному за рахунок збільшення кількості подорожуючих з країн: Естонії (на 15 % або на 2,6 тис. осіб), Латвії (на 18 % або на 6,1 тис. осіб), Литви (на 13 % або на 5,9 тис. осіб), Польщі (на 11 % або на 449,8 тис. осіб), Австрії (на 23 % або на 5,8 тис. осіб), Великобританії (на 17 % або на 9,5 тис. осіб), Італії (на 22 % або на 13,6 тис. осіб), Бельгії (на 14 % або на 1,4 тис. осіб), Франції (на 13 % або на 5,3 тис. осіб) [30].

Таблиця 2.3 - Рейтинг 10 головних країн в'їзного туризму, 2008 рік.

№		Осіб	Частка	2008/2007
	Всього	23 072 942	100 %	+ 22 %
1	Росія	7 248 502	31 %	+ 16 %
2	Польща	4 427 772	19 %	+ 11 %
3	Молдова	3 997 567	17 %	+ 31 %
4	Білорусь	2 917 859	13 %	+ 37 %
5	Угорщина	1 250 244	5 %	+ 8 %
6	Румунія	1 009 017	4 %	+ 190 %
7	Словаччина	663 588	3 %	+ 31 %
8	Німеччина	234 269	1 %	+ 9 %
9	США	130 321	1 %	+ 17 %
10	Узбекистан	77 295	0,3 %	+ 71 %
	Разом	21 956 434	95 %	

Віізний турпотік за 2008 р. збільшився (в основному за рахунок поїздок з організованого туризму), порівняно з 2007 р. на 3 % або на 459,4 тис. осіб та становить 17,3 млн. осіб.

Проаналізуємо структуру віізного турпотіку за мотивацією:

- Службова поїздка - 771,0 тис. осіб, 4 % потоку, зменшення на 4 % або 29,5 тис. осіб.

- Організований туризм - 1 898 ,2 тис. осіб, 11 % потоку, збільшення на 31 % або на 444,5 тис. осіб.

- Приватний туризм - 14 665,5 тис. осіб, 85 % потоку, зростання на 0,3 % або 44,4 тис. осіб.

Збільшення організованого туризму відбулося за рахунок зростання кількості подорожуючих за такими напрямками: Польща (на 594 % або 369,6 тис. осіб), Австрія (на 61 % або на 10,9 тис. осіб), Туреччина (на 29 % або на 65,5 тис. осіб), Єгипет (на 45 % або на 54,5 тис. осіб), Німеччина (на 30 % або на 13,7 тис. осіб), Італія (на 42 % або на 10,8 тис. осіб), Великобританія (на 50 % або на 6,9 тис. осіб), Нідерланди (на 64 % або на 12,4 тис. осіб), США (на 64 % або на 7,7 тис. осіб), Ізраїль (на 48 % або на 8,0 тис. осіб). Приватні поїздки збільшились за рахунок зростання кількості виїжджаючих українців до Молдови (на 44 % або на 451,5,1 тис. осіб), Румунії (на 100 % або на 266,0 тис. осіб), Словаччини (на 52 % або 113,6 тис. осіб), Єгипту (на 111 % або на 44,0 тис. осіб), Туреччини, Італії (на 10 % або на 4,3 тис. осіб) [56].

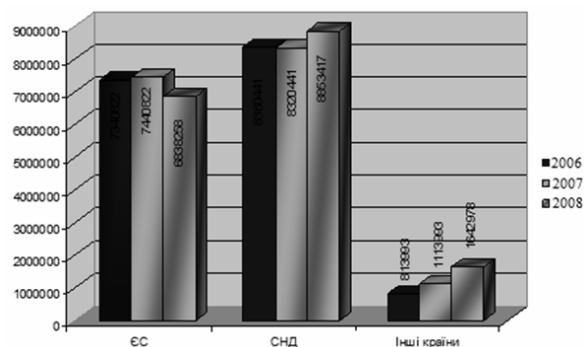


Рисунок 2.8 - Кількість іноземних громадян, які виїжджали в Україну, 2006 – 2008 роки

Таблиця 2.4 - Рейтинг 10 головних країн виїзного туризму, 2008 рік

№		Осіб	Частка	2008/2007
	Всього	17 334 653	100 %	+ 3%
1	Росія	5 784 814	33 %	- 1%
2	Польща	4 380 264	25 %	- 5 %
3	Білорусь	1 506 199	9 %	+ 17 %
4	Молдова	1 504 752	9 %	+ 34 %
5	Угорщина	1 367 642	8 %	- 24 %
6	Румунія	599 261	3 %	+ 86 %
7	Туреччина	476 062	3 %	+ 21 %
8	Словаччина	374 118	2 %	+ 18 %
9	Єгипет	287 167	2 %	+ 60 %
10	Німеччина	166 002	1 %	- 4 %
	Разом	16 406 281	95 %	

Проведемо аналіз динаміки іноземного туризму в Україні за I півріччя 2009 року.

Протягом I півріччя 2009 року туристичні послуги надавали 3880 ліцензіатів, з них: туроператорів – 1 733 і турагентів – 2147, відповідно 45 % та 55 %. Середньооблікова кількість працівників туроператорів та турагентів - 22,2 тис. осіб, що на 7 % більше, у порівнянні з I півріччям 2008 року.

Пріоритетними видами туристичної діяльності у I півріччі 2009 року, як і в аналогічному періоді 2008 року, залишаються виїзний та внутрішній туризм. В цілому по Україні на внутрішній туризм припадає 47 % туристів, обслугованих ліцензіатами, на виїзний туризм – 42 % та в'їзний – 11 %.

Ця тенденція продовжується з 2006 р. У 2003-2004 рр. турфірми України віддавали перевагу в роботі в'їзному туризму, який за чисельністю потоку перевищував виїзний туризм.

Всього протягом I півріччя 2009 року туристичними підприємствами обслуговано 2,3 млн. туристів (на 7 % більше, ніж у I півріччі 2008 році) та 918,7 тис екскурсантів (на 51 % більше) в т. ч. за видами туризму:

- в'їзний – 245,5 тис. осіб (на 25 % більше, ніж у I півріччі 2008 році);
- виїзний – 950,6 тис. осіб (на 24 % більше, ніж у I півріччі 2008 році);



- внутрішній – 1,1 млн. осіб (на ↓8 % менше, ніж у I півріччі 2008 році).

Туроператорами обслуговано загалом 1,1 млн. туристів (на 10 % більше, ніж у I півріччі 2008 році) в т. ч. за видами туризму:

- в'їзний – 135,6 тис. осіб (на 46 % більше, ніж у I півріччі 2008 році);

- виїзний – 604,0 тис. осіб (у 4,3 рази більше, ніж у I півріччі 2008 році);

- внутрішній – 698,3 тис. осіб (на 17 % менше, ніж у I півріччі 2008 р.).

Зростання на 7 % загальної кількості туристів, обслугованих ліцензіатами протягом I півріччя 2009 року, відбулось за рахунок збільшення кількості обслугованих виїзних туристів. Перші місця за рейтингами основних показників, як і в попередніх роках, посідають м. Київ та АР Крим.

Зростання обсягу послуг зареєстровано не у всіх областях України, а найбільш суттєве забезпечили ліцензіати регіонів: Житомирського в 2,8 рази або на 7,1 млн. грн., Івано-Франківського в 2,6 рази або на 43,7 млн. грн., Київського в 2,5 рази або на 17,7 млн. грн. та у Дніпропетровського в 2,2 рази або на 100,8 млн. грн. Сумського в 2 рази або на 4,5 млн. грн. та в м. Києві в 1,7 раз або на 855,8 млн. грн.

Приріст обсягів наданих послуг наявний в регіонах:

- Волинській області – (на 6,9 млн. грн. або + 96 %);

- Чернігівській області – (на 4 млн. грн. або + 57 %);

- Закарпатській області – (на 7,4 млн. грн. або + 64 %);

- Харківській області – (на 24 млн. грн. або + 57 %);

- Запорізькій області – (на 13 млн. грн. або + 55 %).

Протягом 6 місяців Україну відвідали 11,3 млн. в'їзних туристів, що на 19 % або на 1,8 млн. осіб більше, ніж за аналогічний період 2008 року.

Структура в'їзного турпотoku за мотивацією:

- Службова поїздка: 543,5 тис. осіб, 5 % потоку, зростання на 34,5%, або на 139,5 тис. осіб.

- Організований т-м: 602,5 тис. осіб, 5 % потоку, зростання на 59 % або на 223,8 тис. осіб.

- Приватний туризм: 10112,7 тис. осіб, 90 % потоку, зростання на 15,8 % або на 1,4 млн. осіб.

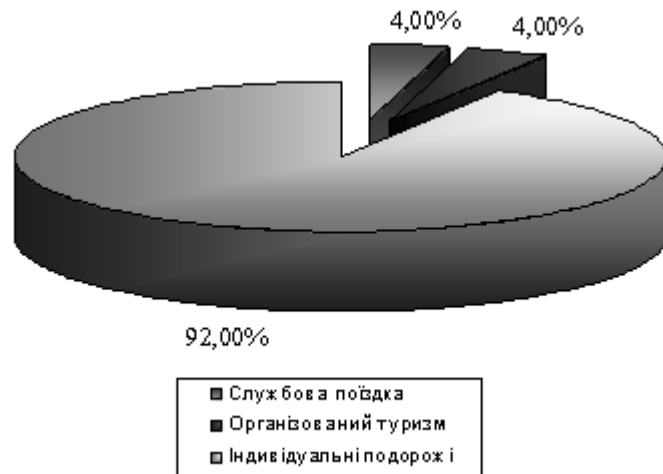


Рисунок 2.9 - Розподіл сегментів в'їзного турпотoku за метою відвідування (6 місяців 2008 року)

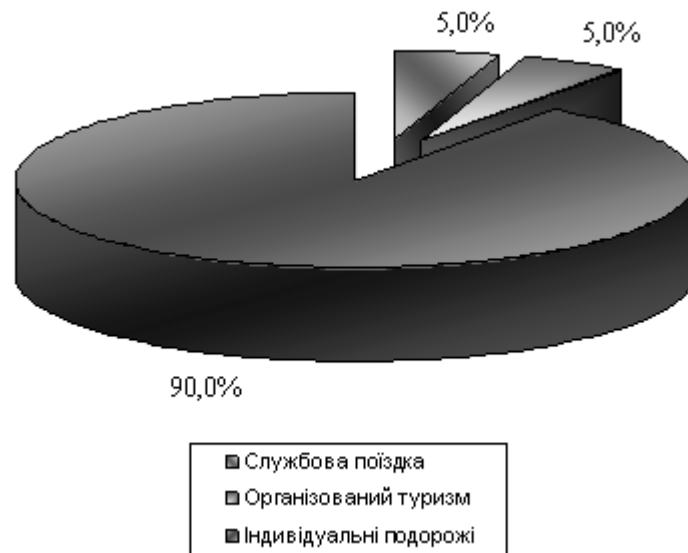


Рисунок 2.10 - Розподіл сегментів в'їзного турпотoku за метою відвідування (6 місяців 2009 року)

В структурі в'їзного тур потоку відбулися такі зміни – частки організованого туризму та службових поїздок рівномірно збільшилися з 4% у I півріччі 2008 р. до 5 % у I півріччі 2009 р., водночас частка приватного туризму зменшилася з 92 % до 90 %.

Структура в'їзного турпотoku за країнами походження:

- Країни СНД – 6,4 млн. осіб, 57 % потоку, зростання на 17 % або на 1,7 млн. осіб.

- Країни ЄС – 4,0 млн. осіб, 36 % потоку, зростання на 19 % або на 646,4 тис. осіб.

- Інші країни – 0,8 млн. осіб, 7 % потоку, зростання на 26 або на 173,7 тис. осіб.

Зростання в'їзного турпотіку з країн ЄС відбулося в основному за рахунок збільшення кількості подорожуючих з країн: Польща (на 22 % або на 500 тис. осіб), Словаччина (на 59 % або на 126,5 тис. осіб), Німеччина (на 15,6 % або на 13 тис. осіб), Чехія (на 25 % або на 4,1 тис. осіб). [60, с. 263 ]

Таблиця 2.5 - Рейтинг 10 головних країн в'їзного туризму, 1 півріччя 2009 рік.

		Осіб	Частка	2008/2007
	Всього	11258808	100 %	+ 18,3 %
	Росія	2920440	25,9 %	+ 12,7 %
	Польща	2791659	24,8 %	+ 21,8 %
	Молдова	1973766	17,5 %	+ 16,1 %
	Білорусь	1333691	11,8 %	+ 33,5 %
	Румунія	643397	5,7 %	+ 34,9 %
	Угорщина	573066	5,1 %	- 4,0 %
	Словаччина	339978	3,0 %	+ 59,3 %
	Німеччина	96069	0,9 %	+ 15,6 %
	США	59345	0,5 %	+ 9,4 %
	Азербайджан	36463	0,3 %	+ 3,6 %
0	Разом	10767874	96 %	

Виїзний турпотік у I півріччі 2009 р. зменшився (з причини падіння числа приватних подорожей) порівняно з I півріччі 2008 р. на ↓-12,7 %, або на 1 млн. 46 тис. осіб та становив 7,2 млн. осіб.

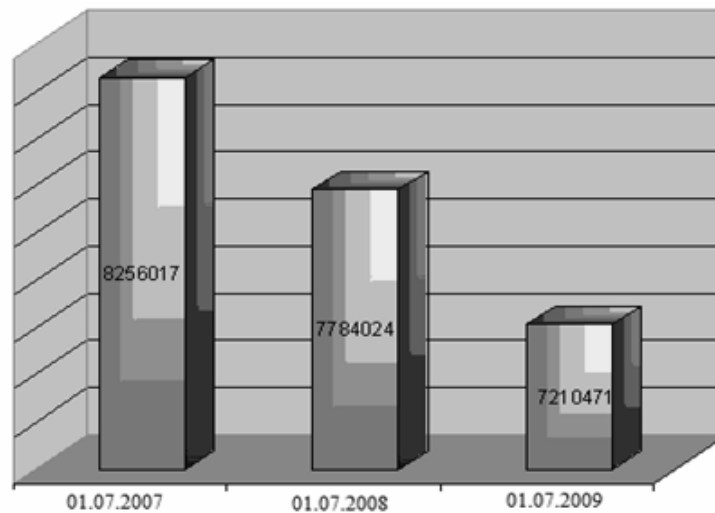


Рисунок 2.11 - Динаміка в'їзного туристичного потоку за I пів. 2007 – 2009 рр.

Найбільше падіння подорожей українських туристів спостерігається у напрямках: Польща (зменшення на 59 %, або на 1 млн. 265 тис. осіб), Угорщина (зменшення на 19,7 %, або на 139 тис. осіб), Білорусь (зменшення на 18 %, на 138,6 тис. осіб), Румунія (зменшення 19 %, або на 55,6 тис.).

Водночас сегмент організованого туризму зріс на 12,3% (+92,7 тис. осіб). Збільшення організованого туризму відбулося за рахунок зростання кількості подорожуючих за такими напрямками: Єгипет (на 49,5 %, або на 43,3 тис. осіб), Чехія (на 381,6 %, або 42,5 тис. осіб), Росія (на 64,2 %, або на 41,2 тис. осіб), Туреччина (на 8,4 %, або на 10,3 тис. осіб) [31].

Структура виїзного турпотоку за мотивацією: службова поїздка: 426,5 тис. осіб, 6 % потоку, зростання на 14,7 %, або на 54,7 тис. осіб; Організований туризм: 848,8 тис. осіб, 12 % потоку, зростання на 12,3 %, або на 92,7 тис. осіб; Приватний туризм: 5млн. 935,2 тис. осіб, 82 % потоку, зменшення на -6,7 %, або на 1 млн. 192,9 тис. осіб.

Структура виїзного турпотоку: Країни СНД: 4,3 млн. осіб, 59,2 % потоку, зростання на 3 %, або на 106,2 тис. осіб; Країни ЄС: 2,1 млн. осіб, 29,3 % потоку, зменшення на 36 %, або на 1 млн. 215,4 тис. осіб; Інші країни: 0,8 млн. осіб, 11,5 % потоку, зростання на 8,3 % або на 63,6 тис. осіб.

Таблиця 2.6 - Рейтинг 10 головних країн виїзного туризму, 1 півріччя 2009 рік

		Осіб	Частка	2008/2007
	Всього	7210471	100 %	-12,7 %
	Росія	2700019	37,4 %	+ 0,04 %
	Молдова	911559	12,6 %	+ 35,2 %
	Польща	888540	12,3 %	- 58,7 %
	Білорусь	628169	8,7 %	- 18,1 %
	Угорщина	567895	7,9 %	- 19,7 %
	Румунія	238124	3,3 %	- 18,9 %
	Туреччина	222299	3,1 %	+ 10,3 %
	Словаччина	221566	3,1 %	+ 47,0 %
	Єгипет	213511	3,0 %	+ 58,6
	Чехія	85619	1,2 %	+ 223,5 %
0	Разом	6677301	92,6%	

## 2.2. Сучасний стан круїзного туризму в Україні

Українські бізнесмени побоюються інвестувати в створення круїзних компаній через великі вкладення і тривалий термін окупності. У таких умовах порожню нішу прагнуть захопити іноземні гравці

Внаслідок низького рівня прибутків населення постійних споживачів круїзних послуг в Україні налічується всього 6-10 тис. чол. Проте оператори ринку розраховують на різке (у рази) збільшення контингенту клієнтів у зв'язку з проведенням в Україні чемпіонату Європи по футболу в 2012 році і зимової Олімпіади-2014 у Сочі.

“Зняти вершки” зможуть компанії, що запропонували туристам із західних країн звичний рівень комфорту і цікаві екскурсійні програми, причому притягувати клієнтів треба починати вже найближчим часом, щоб встигнути завоювати популярність і напрацювати базу провайдерів послуг.

Потужний Чорноморський пасажирський флот України, що дістався в спадок від Радянського Союзу (що обслуговував тільки на Кримсько-кавказькій

лінії щорічно близько 135 тис. пасажирів), упродовж 1990-х років був фактично знищений.

Відомі українські теплоходи “Т.Г. Шевченко”, “Грузія”, “Казахстан”, “Асседо” і “Одеса” спіткала сумна доля: одні були продані за кордон, інші заарештовані за міфічні борги, треті розрізали на металобрухт.

Ситуація, що склалася тоді, стимулювала багатьох підприємців ризикувати і вкладати кошти у відродження потенційно прибуткової галузі.

В Україні послугами круїзних компаній щорічно користуються тільки 6-10 тис. чол., тому оператори ринку роблять ставку на залучення іноземних туристів. [56]

Ці відчайдушні спроби в більшості випадків закінчувалися фіаско.

Наприклад, круїзний центр "Нептун" упродовж 1996-1997 рр. орендував судна у Чорноморського морського пароплавства і в співпраці з німецькими і єгипетськими партнерами організував маршрути по Червоному морю, самостійно забезпечуючи екскурсійне обслуговування і доставку необхідної провізії.

Економічна криза 1998 року, ескалація напруженості в Ізраїлі і дефіцит придатних суден змусили "Нептун" згорнути свою діяльність і перепрофілюватися в так званий круїзний магазин - надавати посередницькі послуги з продажу турів на іноземні лайнери.

Вижити на круїзному ринку вдалося лише одиницям, яким зараз не позаздриш, - їх транспортний парк не зрівняється із західними мегалайнерами через свою застарілість, низький рівень комфорту і високі експлуатаційні витрати.

На іноземних клієнтів повністю орієнтується київська круїзна компанія "Червона Рута", що з 1991 року займається організацією круїзів по Дніпру і Чорному морю на трьох теплоходах. "Генерал Ватутін" обслуговує двотижневий круїз по маршруту Київ—Канів—Кременчуг—Запоріжжя—Одеса—Севастополь—Херсон—Дніпропетровськ—Київ. Після заходу в порт пасажирів вирушають на екскурсію в кожному пункті прибуття.

Зокрема, в Каневі відвідують музей Тараса Шевченка, в Кременчуці - український колгосп, де можна спробувати справжніх сільських харчів, в Запоріжжі - козацьке кінне шоу на острові Хортиця, в Одесі - Потьомкінські сходи, Дерибасівську вулицю і місцевий художній музей, в Севастополі - концерт ансамблю Чорноморського флоту.

Програма семиденного круїзу по маршруту Одеса-Севастополь-Київ на теплоході "Принцеса Дніпра" багато в чому схожа на попередню, хоча має і свої особливості.

Так, в Херсоні запланована екскурсія в дельту Дніпра на рибальський острів, а після прибуття в Київ передбачена тривала річкова прогулянка уздовж берегів. Досить насиченою є програма двотижневого круїзу по маршруту Київ-Севастополь-Одеса-Севастополь-Київ на третьому теплоході "Зірка Дніпра". Кожен вечір на його борту влаштовуються розважальні шоу, танцювальні номери, виступи резидентів Comedy Club, зірок української і російської естради, фокусників і талановитих діджеїв.

За словами Юрія Соколова, директора круїзної компанії "Червона Рута", їх постійними клієнтами є 65-70-річні туристи із США, Канади, Німеччини, Швеції, Росії, яких притягають за допомогою посередників. "Ми їм пропонуємо не запальну дискотеку на палубі, а пізнавальні історико-культурні заходи, де вони можуть познайомитися з нашою мовою, людьми, національними традиціями, кухнею, фольклором", - підкреслює пан Соколов. [37, с. 436 ]

Криза, відмічає підприємець, відчутно відбився на бізнесі "Червоної Руди": прибутки знизилися майже на 30%, на 50% впав попит на послуги серед американських клієнтів. Якщо раніше спостерігався стабільний ріст попиту на круїзи в межах 5-10% в рік, то зараз він повернувся на рівень 2006 року. На українців особливої надії немає: їх завжди було не більше 5% від загальної кількості. Але керівництво компанії намагається всіляко притягнути клієнтів. "Ми ввели дисконтну програму для родичів замовників. Застосовуємо гнучку цінову політику, наприклад, виділили декілька круїзів з 50% знижками для другого пасажира. Незважаючи на об'єктивну необхідність підвищувати щорічно вартість турів на 5%, в сезоні 2009-2010 року прийнято рішення цього

не робити. Усе компенсуємо за рахунок скорочення витрат", - повідомляє пан Соколов.

Відновити популярні в радянську епоху круїзи по Кримсько-кавказькій лінії наважилася влітку 2007 року одеська судноплавна компанія "УкрФеррі". Автомобільно-пасажирський теплохід "Південна Пальміра", придбаний компанією у 2005 році, двічі на місяць вирушає в семиденний круїз по маршруту Одеса-Ялта-Сочі-Стамбул-Одеса. "Коли ми приймали це рішення, думали, що жодних проблем не виникне, але надії виявилися марними, - розповідає Роман Моргенштерн, директор з маркетингових питань СК "УкрФеррі". - Середньорічне завантаження судна коливається в межах 45-65%, тобто в середньому 200 чоловік за рейс, тоді як для нульової рентабельності повинно бути не менше 270 чоловік.

Особливо гостро відчувається нестача пасажирів в період з жовтня по травень. Тому для цілорічної експлуатації судна в квітні-червні і вересні-грудні теплохід виконує щотижневі міні-круїзи, поєднуючи це з перевезенням пасажирів і палубних вантажів із Стамбулу". Багато проблем з'являється через недосконале українське законодавство.

У Ялті - останньому українському порту заходу - пасажирів вимушені залишати борт судна для проходження прикордонного і митного контролю. Процедура триває три години і фактично зриває усю екскурсійну програму в місті. Навряд чи подібного роду бюрократія припаде до вподоби іноземним туристам. Останніх цього року прогнозується не менше 1,5 тис. з Європи і 4,5 тис. з країн СНД - викликано це зацікавленістю до привласнення Стамбулу статусу "Культурної столиці Європи 2010 року".

Сприятим їх залученню будуть туроператори із США, Данії, Франції і Німеччини, які стануть партнерами "УкрФеррі" у продажу квитків.

Не менш об'ємну роботу по розвитку і популяризації круїзного туризму виконує ще одна одеська компанія London Sky Travel. Вона орендувала у Ялтинського морського торгового порту швидкісний катамаран "Кримська стріла" і ввела регулярні міжнародні пасажирські перевезення по маршруту Одеса-Варна-Одеса тривалістю 9 годин.



"Нам довелося три роки експлуатувати цей рейс собі в збиток, - розповідає Костянтин Личикаки, комерційний директор London Sky Travel. - В 2008-му уперше вийшли на нульову рентабельність. Варто визнати, що цьому посприяло і здійснення заправок безпосередньо в Болгарії, внаслідок чого з'явилася можливість не платити 20% ПДВ". [23]

Нині катамаран двічі в тиждень причалює до берегів Золотих Пісків і на його борту бувають не лише українські, але і російські і білоруські туристи. Для них такий шлях - найдешевший спосіб потрапити в Болгарію : вартість квитка на "Кримську стрілу" стартує з \$100, що у декілька разів дешевше за авіапереліт.

Чорне море в якості самостійного туристичного регіону майже 20 років ігнорувалося світовими круїзними компаніями. "Необхідно визнати, що інфраструктура чорноморських портів не пристосована приймати лайнери місткістю більше 3 тис. чол. Приміром, пасажирський термінал в Одесі здатний прийняти одночасно не більше 5 круїзних судів завдовжки до 100 м", - стверджує Юрій Васьков, перший заступник начальника Одеського морського торгового порту [34, с. 89].

Байдужість заповзятливих українців до круїзного бізнесу легко зрозуміти: високий поріг входження, невелика рентабельність, тривалі терміни окупності. Ключова стаття стартових інвестицій - це теплохід. За підрахунками пана Моргенштерна, щоб його придбати і запустити в експлуатацію, потрібно мінімум \$100 млн. Рентабельність круїзного бізнесу не перевищує 10%, відповідно і інвестиції повертаються не раніше, ніж через 10-15 років.

Існує, безумовно, альтернативний варіант - не купувати, а фрахтувати (орендувати) судно: це може обходитися круїзній компанії в \$5-10 тис. на добу, або \$0,6-1,2 млн за чотиримісячний сезон.

Роман Моргенштерн скептично відноситься до розвитку чорноморського круїзного судноплавства за рахунок вітчизняних інвесторів і вважає єдиною панацеєю експансію провідних зарубіжних круїзних операторів. У серпні 2008 року про наміри відкрити в Україні своє представництво заявив один з

монополістів світового ринку круїзів - Royal Caribbean International, який хоче розширити програму своїх середземноморських турів.

Заходи в чорноморські порти (Севастопольський, Ялтинський і Одеський) має намір внести в 2010 році у свою середземноморську круїзну програму компанія Crystal Cruises (дочірня структура японської групи морських перевезень Nippon Yusen Kaisha з флотом у 800 суден).

Все більшу популярність серед українців набувають круїзи по Дніпру і Чорному морю. Серед найбільш популярних два маршрути - Київ-Канів-Кременчук-Запоріжжя-Херсон-Севастополь-Одеса і Київ-Запоріжжя-Херсон-Севастополь-Вилкове-Одеса. Вони мають тривалість 11 днів. Серед достоїнств таких подорожей називається можливість відвідування безлічі різних екскурсій по історичних та культурних місцях в портах заходу. Також з бортів теплоходів відкриваються нові панорами українських міст і берегів, з'являється можливість побачити в роботі масштабні гідротехнічні споруди, наприклад, шлюзи на Дніпрі під час спуску-підйому судна на новий щабель рівня води.

## РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ТА МЕТОДИ ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ

### 3.1. Зарубіжний досвід надання туристичних послуг на прикладі туристичної компанії “Флагман”

Компанію “Флагман” засновано фізичними особами, форма власності колективна, форма фінансування - госпрозрахунок. Підприємство зареєстроване 5 жовтня 2001 року в м. Києві.

На ринку України широко використовується зарубіжний досвід тур фірм, тож ми можемо побачити впровадження закордонної практики на прикладі туристичного агентства “Флагман”, що туроператором і створює власні тури напрямку залізничного туризму, здійснюючи туристичні послуги індивідуальним туристам і групам туристів, встановлюючи безпосередні зв'язки з транспортними, страховими організаціями, готельними та санаторними комплексами, екскурсійними бюро.

Статус підприємства як товариства з обмеженою відповідальністю забезпечує порядок діяльності та ліквідації товариства, права і обов'язки його власників, повноваження його органів управління та контролю, інші відношення, пов'язані з діяльністю товариства.

Компанія «Флагман» є юридичною особою з моменту його державної реєстрації, має самостійний баланс, розрахунковий і валютний рахунки в банку, окреме майно, печатку з своєю назвою, штамп, емблему, логотип, бланки та інші реквізити, встановлені для підприємств та організацій в Україні.

Держаний комітет України у справах молоді, спорту та туризму видав товариству «Флагман» ліцензію № 41673. Туристичний центр має право здійснення таких видів підприємницької діяльності:

- організація прийому та обслуговування іноземних туристів в Україні;
- організація прийому та обслуговування вітчизняних туристів в Україні;
- організація туристичних поїздок за межі України;
- екскурсійна діяльність;

– організація масового та оздоровчо-спортивного туризму.

Предметом діяльності товариства є робота та послуги:

організація прийому і обслуговування іноземних туристів в Україні (іноземний туризм);

організація прийому і обслуговування вітчизняних туристів в Україні (внутрішній туризм);

організація туристичних подорожей за межі України (закордонний туризм);

екскурсійна діяльність;

організація масового та оздоровчо-спортивного туризму;

транспортні і транспортно-експедиційні послуги;

усі види торгових, торгово-посередницьких, торгово-закупівельних і комісійних операцій.

На фірмі пропонуються як подорожі за заздалегідь розробленою програмою, так і ексклюзивні тури на замовлення в межах України. Також надаються послуги з екскурсійного обслуговування.

Вартість туристичної путівки на турфірмі «Флагман» включає в себе такі статті:

- вартість проїзду;
- вартість харчування;
- вартість проживання;
- вартість трансферу;
- вартість екскурсійної програми;
- вартість страхового полісу.

Ціна туристичної путівки більше собівартості на величину витрат і прибутку фірми.

Витрати, в цих статтях поділяються на постійні та змінні. До категорії постійних витрат відносяться:

- вартість проїзду;
- вартість страхового полісу;
- оформлення всіх необхідних документів.

Найбільша частка в загальній вартості путівки складає транспортна складова: 30-40%, яка від коливання цін послуги сторонніх організацій, а також від сезонної градації.

На вартість готельного обслуговування і харчування впливає термін проживання. Чим він більший, тим нижча вартість одного туродню.

Основна частина потоку туристів складається з укомплектованих груп. Тоді фірма визначає оптову ціну поїздки для всієї групи. При цьому надається знижка для масової оптової угоди в залежності від обсягу операції - до 10 %, по строкам та термінам проживання туристів - до 5%, знижка в залежності від терміну тривалості тура - до 10%.

В цілому ціна на туристичне обслуговування груп може бути нижча за ринкову ціну разової путівки на 10-20%.

Господарчі зв'язки з іншими підприємствами засновані на заключенні договорів на ремонтно - технічне обслуговування, послуг зі страхування підприємства, наданням екскурсійних послуг, забезпеченням харчування та проживання туристів.

Комерційні угоди на туристичні послуги заключають менеджери, на яких покладається відповідальність при заключенні угоди. Угоди з іншими підприємствами на надання ремонтно – технічного обслуговування, страхування, медичної підтримки заключаються вищим керівництвом фірми.

Сильними сторонами підприємства є :

- різноманітність залізничних турів, завдяки чому на підприємстві майже не виникає проблеми сезонності;
- гнучка система знижок;
- належний рівень професійної підготовки працівників підприємства;

Слабкими сторонами на фірмі є недостатній розвиток прийому вітчизняних туристів.

Фінансово-господарська діяльність ТЦ “Флагман” характеризується наступними даними (табл. 2.1).

## Основні показники діяльності ТЦ “Флагман” у 2009-2011 рр., тис. грн.

№ з/п	Показники	Роки			Відхилення			
		2009	2010	2011	2010 р. від 2009 р.		2011 р. від 2010 р.	
					абсолютне	%	абсолютне	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Оборот готельного комплексу (турфірми)	412,5	493,3	583,2	80,8	19,6	89,9	18,2
2	Виручка від основних послуг	412,5	493,3	533,2	80,8	19,6	89,9	18,2
3	Кількість обслужених туристів, чол.	1625	1784	1830	159	9,8	46	2,6
4	Чисельність працівників готельного комплексу (турфірми)	45	52	57	7	15,6	5	9,6
5	Фонд заробітної плати	118,8	156,8	205,2	38,0	31,9	48,4	30,8
6	Середня заробітна плата	0,22	0,25	0,31	0,03	13,6	0,06	24,0
7	Виробіток на одного працюючого	9,16	9,48	10,23	0,32	3,5	0,75	7,9
8	Відпрацьовано людино-днів, тис. днів	11,9	13,7	15,0	1,8	15,1	1,3	9,5
9	Відпрацьовано людино-годин, тис. год.	285,6	328,8	360,0	70,2	27,1	31,2	9,4
10	Прибуток балансовий від основної діяльності	127,9	152,9	181,8	25,0	19,5	28,9	18,9
11	Чистий прибуток	89,5	107,0	127,3	17,5	19,5	20,3	18,9
12	Фондовіддача:							
	Капіталу, грн.	1,8	1,9	2,2	0,1	5,6	0,3	15,8
	Основних фондів, грн.	2,1	2,4	2,7	0,3	14,3	0,3	12,5

1	2	3	4	5	6	7	8	9
13	Витрати на надання послуг з основної діяльності	284,6	340,4	401,4	55,8	19,6	61,0	17,9
14	Середньорічна вартість основних фондів	196,4	205,5	216,1	9,1	4,6	10,6	5,2
15	Середня величина обігових коштів	83,6	99,1	117,8	16,0	19,3	18,7	18,8
16	Кількість оборотів обігових коштів	4,92	4,97	4,95	0,05	1,0	- 0,02	- 0,4
17	Час обертання одного обороту, днів	73,1	72,4	72,2	- 0,7	- 0,9	- 0,02	0,02
18	Рентабельність:							
	Капіталу, %	39,0	41,2	48,1	2,2	5,6	6,9	16,7
	Послуг, %	21,6	21,7	21,8	0,1	0,5	0,1	0,5
	Перемінного капіталу, %	75,3	68,2	62,0	- 7,1	9,4	- 6,2	- 9,1
19	Витрати на 1 грн. наданих послуг, грн.	0,68	0,69	0,68	0,01	1,5	- 0,01	- 1,4

Дані таблиці 2.1 свідчать про добрий фінансовий стан підприємства. Так, майже всі показники зросли: оборот у 2011 році зріс майже на 18,2 відсотка, кількість обслужених туристів зросла на 2,6 відсотка. Чистий прибуток підприємства у 2011 році збільшився до 127,3 тис. грн., тобто на 18,9 відсотка.

Відповідно зросли і узагальнені показники: фондівдача капіталу із 1,8 грн. у 2009 році до 1,9 грн. у 2010 році, і до 2,2 грн. у 2011 році; фондівдача основних фондів - з 2,1 грн. у 2009 році зросла до 2,4 грн. у 2010 році, а у 2011 році збільшилася до 2,7 грн.

Рентабельність капіталу із 39 відсотків у 2009 році зросла до 41,2 відсотка у 2010 році, а у 2011 році зросла відповідно до 48,1%; рентабельність послуг у 2011 році підвищилася на 0,5 відсотка і досягла значення в 21,8 відсотка (у 2009 – 2010 роках вона мала такі значення: 21,6 та 21,7 відсотка відповідно); рентабельність перемінного капіталу у 2011 році склала 62,0 відсотка (у 2009 – 2010 роках: 75,3 та - 68,2 відсотка відповідно).

Такі зміни відбулися внаслідок як загального підвищення виробітку на одного працюючого – до 10,23 грн. у 2011 році – на 7,9 відсотка у порівнянні із 2010 роком (9,48 грн., а у 2009 році –9,16 грн.) , так і внаслідок зростання обігових коштів підприємства до 117,8 тис. грн. у 2011 році (у 2009 – 2010 роках - 83,6 та 99,1 тис. грн. відповідно), та у зв'язку із низьким значенням витрат на 1 грн. наданих послуг: із 0,68 грн. у 2009 році і 0,69 грн. у 2010 році та 0,68 грн. у 2011 році.

У власній діяльності компанія “Флагман” використовує круїзи під час здійснення подорожей по Єгипту. В цьому випадку постійним партнером компанії виступає спільне єгипетсько-британське підприємство Louis Cruise Lines.

Круїзний лайнер Princessa Marissa був реконструйований у 1995 році. Кількість пасажирських палуб - 8. Може прийняти на борт 853 пасажирів. Загальна кількість кают - 300.

До послуг туристів на борті: ресторан, бари, танцювальний зал, конференц-зал, магазини безмитної торгівлі, ювелірний і сувенірний магазини, ігрові автомати, сейфи, казино, ігрова кімната для дітей.

При цьому програма круїзів може бути змінена з розуміння безпеки чи з інших причин на розсуд Louis Cruise Lines. Також круїзна компанія залишає за собою право змінювати теплохід на той же клас у будь-який час.

Розглянемо типові тури компанії “Флагман” до Єгипту.

Програма 1:

Хургада (1 ніч) + Каїр (2 ночі) + потяг (1 ніч) + Круїз по Нілу (3 ночі)

Суб.- Приліт у Хургаду. Зустріч в аеропорті, трансфер і розміщення в отеленні.

Нед. - Рано ранком переїзд на автобусі в Каїр.

Екскурсії: Піраміди, Каїрський музей, розміщення в готелі MAADI 3\* чи CAIROTEL 3\*.

Пн. - Сніданок. Вільний день у Каїрі. Ночівля в готелі.

Вівт. - Сніданок. Вільний день у Каїрі. Нічний потяг в Асуан.



Сер. - Рано ранком переїзд в Асуан. Експерсії: Асуанська гребля, Незавершений обеліск. Відплиття в Ком Ом Бо.

Четв. - Сніданок. Відвідування Ком-Омбо. Обід. Відплиття в Едфу. Храм Едфу. Обід і вечеря на кораблі. Відплиття в Есну.

Птн. - Сніданок. Відплиття до Луксору. Експерсії: Долина Царів, Храм Хатшепсут, Храм Карнак, Храм Луксор, Колоси Мемнону. Обід, вечеря і ночівля на кораблі.

Суб. - Сніданок. Переїзд у Хургаду на автобусі. Трансфер в аеропорт. Виліт у Київ.

При тривалості туру 14 ночей експерсійна програма проводиться в перший тиждень, інші дні - відпочинок на море.

Готель, категорія	DBL		SGL		1 дитина			2 дитині		
	7 н	14 н	7 н	14 н	Вік	7 н	14 н	Вік	7 н	14 н
MINA MARK 3*+	560	652	691	826	2-12	34 0	353	2-12	340	353

Програма 2:

Хургада + Круїз по Нілу (3 ночі) (автобусні переїзди).

Суб. - Приліт у Хургаду. Зустріч в аеропорті, трансфер і розміщення в готелі обраної категорії.

Нед. - Вівт. - Відпочинок на морі.

Сер. - Рано ранком переїзд в Асуан. Експерсії: Асуанська гребля.

Чтв. - Сніданок. Відвідування Ком-Омбо. Відплиття в Едфу. Храм Едфу. Обід і вечеря на кораблі.

Птн. - Сніданок. Відплиття до Луксору. Експерсії: Долина Царів, Храм Хатшепсут, Храм Карнак, Храм Луксор, Колоси Мемнону. Обід, вечеря і ночівля на кораблі.

Суб. - Сніданок. Переїзд у Хургаду на автобусі. Трансфер в аеропорт. Виліт у Київ.

При тривалості туру 14 ночей експерсійна програма проводиться в перший тиждень, інші дні - відпочинок на морі.

Готель, категорія		DBL		SGL		1 дитина			2 дитині		
		7 н	14 н	7 н	14 н	Вік	7 н	14 н	Вік	7 н	14 н
HILTON PLAZA 5*	HB	458	563	557	753	2-12	277	290	2-12	277	290
PALM BEACH 4*+	HB	434	498	510	623	2-12	277	290	2-12	290	324
PALM BEACH 4*+	ALL	481	628	557	753	2-12	277	290	2-12	311	382
ROYAL PALACE 4*	HB	439	511	519	649	2-12	277	290	2-12	294	336
JASMINE VILLAGE 3*+	HB	439	511	519	649	2-12	277	290	2-12	294	336
WAVES 3*	HB	420	459	481	545	2-12	277	290	2-12	286	313

Авіапереліт: Аеросвіт рейс 7441/7442 виліт у 08:05, Бориспіль.

У вартість входить: авіаквиток, усі трансфери по маршруті, проживання в готелі (харчування по таблиці), круїз по Нілу на теплоході 5\*, харчування в круїзі - повний пансіон, екскурсії в круїзі по програмі, російськомовний гід у круїзі гарантований для групи від 2 чол., медична страховка "Остра-Київ" на 30 000 USD.

Віза : оплачується в аеропорті прильоту - 15 USD з кожного паспорту.

### **3.2. Організація розміщення, харчування, дозвілля та організація безпеки життєдіяльності туристів**

Розглянемо туристично-екскурсійну програму під час здійснення подорожі і круїзу.

Каїр - найбільше місто Африки, що поглинуло кілька міст різних епох - древні Геліополіс і Вавілон Єгипетський, середньовічний Фостат. Це - місто "тисячі мінаретів", "Ворота Сходу". Він упритул підійшов нині до великих пірамід Гізи. У ньому сконцентрувалися досягнення культури всіх шести тисяч років єгипетської цивілізації.

Не випадково Микола Гумільов у 1919 р. писав:

"Тут недарма країна створила Приказку, що пройшла світ: - Хто спробував воду з Нілу, Буде вічно прагнути до Каїру". [6, с. 8]

У розділеному Нілом і оточеному пісками Каїрі - і стара, і нова історія Єгипту. Каїр - це висотні будинки і вілли, мінарети і дзвіниці, пальми і неонові вогні, гучні базари і численні крамнички із сувенірами для туристів. Величезне місто, де життя б'є ключем - і одночасно тече неквапливо, де величний Ніл котить свої вічні води.

З Каїром зливається третій по чисельності населення (960 тис. жителів) після самого Каїра й Олександрії місто Гіза, де збереглися знамениті Піраміди і Великий Сфінкс. У їхньому гордому вигляді втілена ідея безсмертя, сторонності всього хиткого і непостійного, міць і влада фараонів.

Велика панорама міста відкривається зі стін Цитаделі Саладіна, однієї із самих старих фортець у світі, що століттями відбивала навали завойовників. Тут перед поглядом туристів встануть ажурні мінарети мечеті Мухамеда Алі і мечеті Султана Калауна.

У Єгипетському музеї туристів зустріне сама багата у світі колекція єгипетського мистецтва. Незабутні екскурсії туристи можуть зробити на папірусну і ювелірну фабрики, а також у Музей парфумерії з його чарівними запахами.

Туристи побачать гігантський акведук від Нілу до Цитаделі, вежу Бейт Аль Сенар і будинок найстаршого арабського університету Аль-Азхар. Ну і, безсумнівно, туристи відвідають базар ремісників Хан-ель-Халілі - найбільший базар на Близькому Сході, що мало змінився з XIV століття, де вони з головою зануряться в східну екзотику з її неуявною метушнею і розмаїтістю.

У Каїрі можна купити все, чим славиться Схід: спеції, парфумерію, золото, срібло, килими, вироби з міді і бронзи, шкіри, скло, кераміку й ін. Вибір тканин, у тому числі зі знаменитої єгипетської бавовни, найбільший на вуличних ринках, таких як Векелат-ель-Балах, музичних інструментів - на вулиці Мохамеда Алі. І хоча туристу напевно не потрібний верблюд, про похід на верблюжий ринок він буде довго згадувати і розповідати друзям. [35, с. 178]

Коли набридне міська суєта, туристам запропонують розслабитися в гольф-клубі готелю "Міна хаус" з видом на знамениті піраміди, відвідати

зоопарк, ботанічний сад чи обертовий ресторан на вершині 187-метрової Каїрської башти, відкіля все місто видне як на долоні.

З настанням темряви темп життя великого міста підсилюється багаторазово. Це кращий час для відвідування магазинів чи знайомства зі східною кухнею. Повечеряти можна як у пришляховому кафе, так і в "плавучому" ресторані. У готелях по вечорах традиційно виступають місцеві танцюристи і танцівниці, танці яких нікого не залишать байдужим. У чудовому комплексі Оперного театру є кілька картинних галерей, музей сучасного мистецтва, ресторани і концертні зали.

І, зрозуміло, не варто забувати про самий захоплюючий вечірній захід - барвисте світломузичне представлення у підніжжя пірамід, що по неділях йде російською мовою.

У Єгипетському музеї зібрана найбагатша колекція скарбів культури династичного періоду. У більш ніж ста залах і галереях розміщено близько 150 тисяч експонатів. На огляд усієї колекції пішло б кілька днів чи навіть тижнів. Тому варто звернути увагу на саме цікаве.

У входу туристи побачать гігантські скульптури, що зображують Аменхотепа III і його дружину Тію. Всупереч традиції її фігура такої ж величини, що і фігура самого фараона.

На першому поверсі музею виставлені пам'ятки амарнського періоду. Вони куди більш реалістичні, чим усе, що було створено в Єгипті до, та й після них. Чого стоїть одна голівка знаменитої цариці Нефертіті і скарби гробниці фараона Тутанхамона, виставлені в далекому торці другого поверху.

Древні єгиптяни називали Ніл "матір'ю всього суцього". Ця ріка в буквальному значенні слова була і залишається для єгиптян джерелом життя: у вузькій долині ріки живе практично все населення країни. Уздовж берегів Нілу розташована і більшість найвідоміших пам'ятників древньої цивілізації. Тому не дивна популярність, якою користаються в туристів круїзи по Нілу. До їхніх послуг близько 250 теплоходів, 105 з яких - плавучі п'ятизіркові готелі з комфортабельними каютами, ресторанами, дискотеками, бутіками, прогулянковими палубами, обладнаними плавальними басейнами.

Круїзні маршрути прокладені від Луксору, цього унікального грандіозного музею під відкритим небом, до Асуана, самого південного міста Єгипту в часи фараонів. Поїздка на круїзних кораблях може стати прекрасним додаванням до відвідування Великих Пірамід і Сфінкса в Каїрі чи відпочинку на одному з курортів на узбережжі Червоного моря.

Круїзні програми включають відвідування основних визначних пам'яток Верхнього Єгипту. Крім Луксора й Асуана вони дозволяють, зокрема, ознайомитися з храмами в Есна, Едфу і Ком-Омбо.

Есна, розташована в 53 км до півдня від Луксору, у стародавності була самим значним містом Верхнього Єгипту. Торгові каравани із Судану і Центральної Африки перевантажували тут свої товари. Тут добре зберігся храм бога Хнума, створений в епоху Птолемеїв. У розписах стін імператори Клавдій, Веспасіан, Траян і Адріан в одязі фараонів приносять жертви єгипетським богам - ототожнення себе з фараонами було приємне римським імператорам. А поклоніння їхнім богам, безсумнівно, було розумним тактичним кроком: цим завойовники здобували симпатії народу Єгипту, і тем легше ним було підкорити країну.

На півшляху між Луксором і Асуаном знаходиться храм Гора в Едфу, споруджений при Птолемеях у 237-57 р. до н.е. Тут, як оповідають легенди, бог Сет зі своїми союзниками виступив проти бога Гора, що наніс їм повної поразки, але вони повернулися в образі крокодилів і бегемотів. Можливо, у цих легендах знайшли відображення битви, що відбулися раніше фараонських династій. На вхідному пілоні, другому по розмірі у всьому Єгипті, барельєфи зображують ритуал знищення ворогів Гора і Хатхор. У дворі, оточеному 32 колонами, гігантський Гор-сокіл, виліплений з чорного граніту, охороняє вхід у колонний зал. З цільної скелі висічений наос (XXX династія) у святилище.

Ком-Омбо, нині населений пункт у 43 км до півночі від Асуану, з'явився в період розквіту торгівлі на шляхах між Червоним морем і долиною Нілу. Одним з найважливіших предметів торгівлі були африканські слони, що використовувалися як робоча сила в армії Птолемеїв.

Мальовничо розташувався на пагорбі храм Ком-Омбо, побудований Птолемеями і римлянами. Він був присвячений одночасно крокодилоголовому богу Себеку і богу Гору Старшому з головою сокола. Барельєфи храму зображують, зокрема, очищення Птолемея XII храмовими божествами.

Луксор розташований на березі Нілу в 650 км південніше Каїра. Тихий і невеликий, він славний своїм минулим. У середині другого тисячоріччя до нашої ери, в епоху Нового Царства, тут була столиця Єгипту, Фіви.

З Луксором зв'язані імена самих знаменитих фараонів: Рамсеса, Тутанхамона, Сеті I, Аменхотепа, Тутмоса і цариці Хатшепсут, що залишили тут пам'ятники монументальної архітектури. Луксор з його 80 000 жителями - самий старий і великий центр іноземного туризму. У берегів Нілу стоять на причалі чотирьохпалубні екскурсійні судна, плавучі готелі.

Сьогодні Фіви - це місто мертвих на західному березі Нілу, а сучасний Луксор - на східному. На східному березі Нілу, у "місті живих", храми і палаци повернені фасадами до висхідного сонця.

Древні єгиптяни називали розкішну столицю Васетом, греки - Фівеями. Араби говорили про Ель-Уксоре, "місто палаців", у Гомера згадуються "стовратні Фіви". [6, с. 9]

Розквіт Фів відноситься до періоду Середнього царства, коли вони стали столицею, а бог місцевого культу Амон придбав статус державного бога. У період Нового царства Фіви стали політичним і релігійним центром великої держави, границі якої на півдні охоплювали велику територію сучасного Судану, а на заході доходили до Лівії.

Лише археологам і вченим з оточення Наполеона вдалося знову розбудити Фіви від сну. Саме тоді зародилися єгиптологія і пізнавальний туризм у Єгипет.

Сьогоднішній Луксор - це найбільший у світі музей під відкритим небом. Тут, у "місті живих", знаходяться два грандіозних храми - Луксорський і Карнакський. Обидва храми колись були з'єднані великою алеєю, уздовж якого знаходилися Сфінкси, але зараз вони відділені сучасними будівлями центральної частини міста Луксора.

На лівому, західному березі Нілу знаходиться "місто мертвих".

Огляд можна почати з двох сидячих кам'яних фігур висотою 20 метрів кожна. Це так називані "колоси Мемнону", що колись охороняли вхід у неіснуючий сьогодні посмертний храм Аменхотепа III. Вони були поставлені приблизно в 1400 році до н.е. На них збереглися греко-римські графіті імператора Адріана й інших видатних діячів античного світу. У свій час колоси були особливо цікаві тим, що один з них кожний ранок видавав жалібний стогін. Вважали, що загиблий від руки Ахілла під час Троянської війни ефіоп Мемнон у такий спосіб вітав свою матір Еос, богиню ранкової зорі. Однак після реставрації в 199 р. н.е. звуки припинилися. Саме звідси були узяті в минулому столітті і привезені в Петербург два сфінкси, що прикрашають набережну Неву перед будинком Академії Мистецтв.

Далі від Нілу, у підніжжя 300-метрової скелі, знаходиться добре збережений похоронний храм цариці Хатшепсут.

У Доліні Царів 42 гробниці, майже усі - царські. На жаль, усі гробниці виявилися розграбованими ще в стародавності, і лише гробниця Тутанхамону була виявлена англійським археологом Говардом Картером у 1922 р. у повній цілості.

У Доліну Царів ховалися не тільки царів, але і рано померлих єгипетських принців. Найбільший інтерес викликає розписана від стін до стелі гробниця Нефертарі, дружини фараона Рамсеса II.

У Луксорі знайдено більш 500 гробниць вельмож - державних чиновників, жреців і знаті XI-XXVI династій. На відміну від царських гробниць, їхній розпис розповідає не стільки про потойбічний, скільки про земний світ древніх єгиптян. На їхніх стінах зображені похоронні торжества з музикантами і танцівницями, селяни за польовими роботами, сцени суду. У більшості випадків на лівій стіні зображується життєвий шлях померлого, а на інших стінах - церемонія поховання.

Луксор - прекрасний вихідний пункт для екскурсій по Верхньому Єгиптові. Усього в 67 км до півночі від міста, на західному березі Нілу, розташований храм у Дендері, що з часів Древнього царства був місцем

поклоніння богині любові і неба Хатор. Тут же поклонялися її чоловіку Гору і сину Іхі, богу музики. Храм добудовувався з ініціативи римських імператорів Доміціана, Нерви і Траяна. На одному з барельєфів зовнішнього фасаду зображені Клеопатра, Гай Юлій Цезар і їхній син Цезаріон.

У 98 км до півночі від Дендери, біля містечка Ель-Бальяна, знаходиться древній Абідос. Вже перші єгипетські фараони обрали це святилище шакалоголового бога мертвих Хентіаментіу місцем свого поховання. Пізніше святилище перейшло до нового бога мертвих Осіріса, голова якого, як припускають, була похована в Абідосі. А оскільки легенда про Осіріса обіцяла вічне життя і простому народові, те дуже багато людей хотіли бути поховані саме тут. Якщо перевезти останки померлого було неможливе, споруджувалися так названі помилкові гробниці чи просто поминальні колони чи ж шлях небіжчика в Абідос зображувався у виді настінної фрески. Від древнього міста майже нічого не залишилося. У той же час до наших днів збереглися залишки храму Рамсеса II, що знаходиться південніше, - два пілони і два двори, розташовані перед двома гіпостильними залами з вісьма колонами кожен, а також три цели. Внутрішні приміщення прикрашені вражаючими сценами баталій і релігійних церемоній. Південніше - ще краще збережений храм Сеті I з чудовою картинною галереєю. Храм був знаменитий ще в грецьку епоху, коли Страбон оспівав його "чудесну конструкцію". Споруджений він був у пам'ять паломництва фараона в Абідос.

Розташований на Нілі приблизно в тисячі кілометрів південніше Каїра, Асуан протягом багатьох століть був торговим центром на караванному шляху. Древні єгиптяни називали його Суїном, а греки Сіеной. Сюди везли торгіву кістку й інші товари з Центральної Африки. Економічне значення міста було особливо велике в період царювання фараонів. В околицях Асуана добувався знаменитий рожевий граніт.

У наш час Асуан відомий як першокласний зимовий курорт. Південніше міста починаються пороги Нілу, завдяки яким Асуан є одним із самим мальовничих місць країни. Нубійці, що обґрунтувалися в Асуані, додають йому особливого африканського колориту: у ресторанах можна почути стародавню



нубійську музику, а в сувенірних магазинах придбати яскраву нубійську вишивку. Взимку Асуан оживляється, його вулиці, ресторанчики, набережні і базари наповнюються юрбами туристів.

Туристичні теплоходи курсують по Нілу від Асуну до Луксору, заходячи по шляху в Ком-Омбо і Едфу, де з древніх часів збереглися чудові храми. Подорож це дуже популярна, і число "плавучих готелів" вже давно перевищило двох сотень. Між теплоходами пришвартовані фелюги - традиційні єгипетські човни з косим вітрилом. До багатьох пам'яток міста інакше, як на фелюзі, і не підберешся.

Спочатку фелюга обгинає з півночі острів Елефантін, де в стародавності велася торгівля слоновою кісткою і, на думку археологів, знаходилося святилище Сатіс, богині-покровительки Нілу (із усього комплексу зберігся лише храм Хнума). У причалі знаходиться древній Ніломір, що служив для виміру рівня води в Нілу.

Далі шлях фелюзі лежить до острова Рослин, названому також островом Кітченера, де розбитий ботанічний сад. У ботанічному саду зростає більш 400 видів субтропічної флори, включаючи саму велику у світі колекцію пальм (більш 100 видів).

Наступна зупинка - мавзолей знаменитого Ага-Хана, що вважається прекрасним зразком сучасного ісламського мистецтва. Глава мусульманської секти Ходжа Ага Сир Султан Мухамед-шах, що носив титул Ага-хана, помер у 1957 році.

Неподалік від мавзолею лежать руїни стародавнього коптського монастиря Святого Сімеона, заснованого в VI столітті. Від мавзолею Ага-Хана фелюга пробирається між дрібними острівцями і знову робить зупинку - у південного краю острова Елефантін. Високий берег облицьований кам'яними плитами, на яких висічені ієрогліфічні написи. У цій частині острова і починався древній Асуан.

Посередині чарівної панорами гранітних скель стоїть священний острів, де храм богині Ісіді спрямовує свої колони і пілястри до безтурботного неба, роблячи враження картини, що може народитися тільки у фантазіях. Разом з

Едфу і Дендером храм на острові Філе - один із трьох найбільш збережених птоlemeївських храмів.

В Асуані немає жодного моста через ріку. Щоб потрапити на машині на інший берег, треба проїхати по гребені старої греблі, що будувалася ще наприкінці минулого - початку нинішнього століття і затримувала другу, але не головну хвилю нільського припливу.

В нас з Асуаном звичайно асоціюється гігантська гребля, побудована в 60-і роки при сприянні СРСР. Зі зведенням Асуанської греблі єгиптяни одержали, нарешті, можливість керувати своєю великою рікою - направляти весь приплив Нілу у водоймище, назване ім'ям Насера, довжина якого складає 500 км, причому третина його знаходиться вже на території Судану.

Асуанська гребля дійсно стала однією з визначних пам'яток міста. Це гігантське, унікальне спорудження висотою 111 м, довжиною 3,5 км і шириною 1 км називають "пірамідою ХХ століття". На лівому березі ріки, у західній підстави греблі, споруджений монумент будівельникам Асуанської греблі. П'ять пелюстків лотосу зметнулися вгору на 75 метрів. Монумент споруджений по проекті архітекторів П.Павлова, Ю.Омельченко; ескізи барельєфів виконав скульптор Ернст Невідомий, самі барельєфи виготовив скульптор Н.Вечканов. З оглядової площадки монумента на висоті 46 м прекрасно видні і гребля, і водоймище, і Асуан. [6, с. 10]

Безпека - поняття важливе і стародавнє, таке ж необхідне для кожного туриста, як харчування і сон. Тому забезпечення безпеки туристів під час подорожі - головна турбота туристської фірми. На забезпечення безпеки туристів спрямований цілий комплекс заходів, здійснюваних туристськими організаціями. При цьому першорядне значення мають стабільна політична обстановка в місцях відпочинку або подорожі й екологічний стан цих місць. При невідповідності цих чинників нормі - туризм важкий і небезпечний.

Дуже важлива в даному випадку правдива і повна інформація для туристів про екологічний і політичний стан у країні (регіоні) подорожі. Якщо туристська фірма не може гарантувати безпеку в нестабільних політичних або неблагополучних екологічно районах, то подорожі в ці регіони скорочуються.

Прикладів тому багато. Наприклад, під час війни в Перській затоці подорожі в країни цього регіону в той період скоротилися на 90%. Аналогічна ситуація є в наш час у Югославії і на Кавказі. Не провадяться подорожі в екологічно неблагополучні райони.

Турист їде в незнайоме йому місце, часто в іншу країну. Він не завжди знає, який там клімат, які речі, захисні засоби, ліки можуть знадобитися в подорожі. Йому важко буває зорієнтуватися на місці через мовні розходження. Передбачити, що може знадобитися туристу в подорожі, і дати йому найкращу пораду - задача туристської фірми.

Для прикладу можна взяти досвід американської медичної компанії, що працює в тісному контакті з турбізнесом "Пепто-Бісмол". Її буклет за назвою "Радник мандрівника" надається безплатно кожному туристу при придбанні їм туру. У цьому буклеті містяться елементарні, але дуже необхідні поради по зберіганню здоров'я для подорожуючих у різних країнах.[15, с. 68]

Поради цього буклету допоможуть туристу зробити подорож більш безпечним заходом із погляду здоров'я.

Насамперед, радять автори буклету, ще до виїзду в подорож необхідно дізнатися про кліматичні умови обраного місця. Можливо, вони не підійдуть по медичних показаннях (алергія, підвищений артеріальний тиск і ін.). Може бути, краще поїхати туди в інший, більш сприятливий період (сезон). Для провідування деяких екваторіальних країн необхідно обов'язково робити щеплення від жовтої лихоманки, що діє приблизно 10 років, але повинне бути зроблена не пізніше 10-15 днів до в'їзду в країну й ін. Можливі й інші медичні вимоги.

Бажано підготувати запас з необхідними таблетками і медикаментами, тому що можна не знайти потрібних ліків у країні перебування, а аналог не гарантує тієї ж дії і відсутності побічних реакцій.

Необхідно в подорож брати із собою невеличку аптечку, до складу якої включаються антигістамінні, протизапальні, протиопікові, перев'язувальні і дезинфікуючі матеріали.

"Порадник мандрівника" звертає увагу туристів на необхідність дотримання обережності і стриманості при прийомі незнайомої їжі в інших країнах, а також про небажаність ужитку сирої води.

Сонце і плавання в міру - здоров'я в подорожі! Необхідно пам'ятати про важливість використання в тропічних країнах сонцезахисних кремів і окулярів.

Плавати найкраще в спеціально позначених місцях водойм і в басейнах. У незнайомих місцях можна наткнутися на "підводні сюрпризи", а також сама вода може призвести до інфекційних або шкірних захворювань.

При подорожі в іншу країну необхідно пояснити туристам, як знайти кваліфікованого лікаря, куди звертатися в крайніх випадках. Корисно мати у своїх дорожніх документах на випадок непередбачених обставин бланк, де вказуються основні дані по стану здоров'я (група крові, можливі алергійні реакції, медичні проблеми і рекомендації).

Страховання туристських поїздок грає велику роль у забезпеченні безпеки туристів.

При класичному страхуванні від нещасних випадків клієнту звичайно компенсується моральна сторона події - він одержує матеріальну виплату за те, що його організму був нанесений збиток. Це крім оплати по лікарняному листі. У ряді випадків суми виплат перевищують фактичні витрати.

Проте усе залежить від страхового договору, укладеного між страховою компанією і туристом.

Інгосстрах та його агенти, наприклад, займаються страхуванням українських туристів, що виїжджають за кордон, відшкодовує тільки фактичні витрати, пов'язані з наданням екстреної медичної допомоги в країнах, де вона платна, проте, у межах 50 тис. дол. (у Європі).

Види страхування в сфері туризму:

- страхування туристів у закордонних поїздках
- страхування туриста і його майна
- страхування ризику турфірм
- страхування іноземних туристів.

Сума страхового внеску залежить від декількох причин.

Перше - від розміру страхового внеску (чим вище страховий внесок, тим більше суми страхових виплат).

Друге - люди старше 60 років сплачують подвійний тариф.

Третє - підвищені тарифи звичайно встановлюються для людей, пов'язаних із ризиком: льотчиків, моряків, спортсменів, детективів, водіїв вантажівок.

На дітей знижки, як правило, не передбачені, а деякі компанії взагалі не страхують дітей молодше 2-3 років.

Деякі фірми страхують цінне майно.

Для великих тургруп страховка обійдеться дешевше, ніж для туристів - одиначок.

Необхідно знати, що посольства країн, де дуже дороге лікування, просто не дадуть візу, якщо туристи застраховані менше ніж на 30 тис. доларів. Таку страховку необхідно мати при в'їзді в США, Канаду, Японії, Ізраїль, Німеччину, Австрію.

Якщо з туристом відбувся під час подорожі в іншій країні "страховий випадок", що призводить за собою або звертання до лікаря, або втрату багажу, то туристу необхідно зателефонувати по телефону, зазначеному в страховому полісі, назвати його номер і номер телефону, по якому з ним можна є зв'язатися, і обрисувати ситуацію, що створилася.

Туристів варто попередити, що оплачуються лише ліки виписані лікарем.

Основні види страхування мандрівників роздивимося на прикладі української страхової компанії "Остра-Київ", що має три варіанти розцінок страхового внеску, що дають туристам різні можливості.

1-й варіант ідеальний, на думку страховиків, для турів вартістю до 200 дол. і тривалістю до 8 днів. Має самі мінімальні розцінки страхового внеску: 1 чол. - 3 дол.; 2 чол. - 6 дол.; 3 чол. - 9 дол. Ці розцінки поширюються на тури тривалістю 8 днів. Понад 8 днів - ще плюс по 0,5 дол. за кожний додатковий день подорожі. Цей варіант дає гарантії страхового відшкодування у випадках: відмови від подорожі, ремонту орендованої машини, покалічення і

смертельного випадку. Затримки подорожі не з вини туриста і затримки багажу - по найнижчих розцінках.

2-й варіант підходить для турів вартістю до 400 дол., тривалістю до 13 днів. Розцінки страхового внеску: 1 чол. - 7 дол., 2 чол. - 14 дол.; 3 чол. - 21 дол. Якщо подорож понад 15 днів - плюс ще по 1 дол. за кожний додатковий день. Цей варіант дає гарантії більш високих страхових виплат.

3-й варіант - туристські круїзи і подорожі, вартістю понад 400 дол. Сума внеску розраховується як 5% від загальної ціни подорожі. По цьому варіанті передбачені найвищі тарифи страхувальних виплат по всіх зазначених у 1 і 2 варіантах випадках плюс: у випадку банкрутства туристської компанії й авіаліній (по невиконаних поїздках); медична допомога і госпіталізація в подорожі; пропажа багажу, документів; критична авіаційна медична допомога.

Кредитні картки, розширяючи сферу своєї фінансової діяльності, включають і страховку подорожей. Таку страховку надають картки "Американ експрес", "Віза", "Дайнерс" і "Еврокард/Мастеркард".[17, с. 161]

"Американ експрес" пропонує дві картки: зелену і золоту.

Зелена картка виплачує страховку в сумі 1 млн. франц. фр. у випадку смерті або інвалідності, якщо проїзний квиток був викуплений по картці. Додатково можна застрахуватися на надання медичної допомоги, вартість даної страховки 450 франц. фр.

Золота картка оцінює страховку в сумі 2 млн. франц. фр. і включає цивільну відповідальність, витрати подорожі (затримки літаків, ануляція рейсів, відсутність стикування. У даному випадку виплачується 1 тис. фр. за моральний збиток), багаж (виплачується 5 тис. фр. у формі покупок, що провадяться по картці), медичну і технічну допомогу (пропонується транспортування на батьківщину, відшкодування всіх медичних витрат за кордоном в сумі 25 тис. фр.), юридичну допомогу, карну заставу.

"Дайнерс" так само, як і золота картка "Американ експрес", страхує подорож у сумі 2 млн. фр. і пропонує ті ж види послуг, оцінюючи, проте, медичну допомогу за кордоном в 50 тис. фр. Багаж також застрахований, але за умови, що за нього відповідає авіакомпанія. Відсутня страховка по ануляції й у

випадку переривання подорожі. Щоб бути застрахованим під час подорожі, транспортний квиток повинний бути придбаний по картці.

Компанія "Еврокард/Мастеркард" пропонує дві картки: еврокард/мастеркард і голд/мастеркард. По картці еврокард/мастеркард медичні витрати оцінюються в сумі 70 тис. фр., уся страховка в подорожі передбачена в сумі 600 тис. фр., відсутня страховка по ануляції і перериванню поїздок. Картка голд/мастеркард страхує клієнтів на випадок госпіталізації за кордоном в розмірі 1 млн. фр., а за затримку видачі багажу передбачається виплата в сумі 1500-3500 фр., якщо проїздний буде придбаний по картці.

"Віза" пропонує 2 картки: "Віза прем'єр" і "блакитну картку Віза". "Віза прем'єр" страхує своїх клієнтів на суму 12 млн. фр., по медичних витратах за кордоном виплачує 20 тис. фр., передбачає страховку по ануляції і перериванню перебування в розмірі 30 тис. фр. у рік на людину.

"Блакитна картка Віза" оцінює весь капітал страховки на суму 300 тис. фр., а на медичні витрати за кордоном виплачує 15-30 тис. фр. Для одержання страховки необхідно придбати транспортні квитки по картці "Віза", а по картці "Віза прем'єр" і розміщення повинно бути також оплачено карткою.

Продаючи тури, турагент активно інформує туристів про можливості страхових гарантій подорожі. Це вселяє туристу впевненість у безпеці подорожі, знімає сумніви в придбанні їм туру. [18, с. 89 ]

До питань безпеки в туризмі належать також такі аспекти.

- відповідність підготування туристів категорії маршруту, туру (якщо мова йде про спортивні, похідні, пригодницькі тури і т.п.). На ряд маршрутів туристи припускаються тільки при наявності медичної довідки про відсутність протипоказань до подорожі (наприклад, тури в гори);

- наявність високої кваліфікації в гідів, інструкторів по туризму, що супроводжують туристів на маршруті (не припускаються до роботи з туристами люди випадкові, непідготовлені);

- належне устаткування безпечних трас пересування туристів, а також пунктів їхніх зупинок.

Все це серйозні проблеми, що вирішуються туристськими фірмами з метою успішної роботи своїх підприємств. Компанії, що займаються страхуванням у сфері туризму, вкладають кошти в попереджувальні заходи. Наприклад, із метою попередження пропажі туристів на маршрутах подорожей забезпечують туристів радіостанціями.

Проте це не відмінняє необхідності в роботі спеціальних рятувальних і контролюючих безпеку туристів служб. В Єгипті такі контрольно-рятувальні служби (КРС) діють у всіх регіонах активного туризму.

### **3.3 Шляхи вирішення проблем та перспективи українського круїзного туризму**

Розвитку круїзного туризму в Україну заважає відсутність законодавчої бази і нерозвиненість інфраструктури. Таку думку висловила в ході бесіди з журналістами директор туристичної компанії «Юджинія Тревел» Жанна Білоусова.

За її словами, в Законі України «Про туризм» не враховується специфіка прийому океанських лайнерів. У ньому навіть не вказано, що тільки два порти країни - Одеський і Ялтенській - можуть приймати круїзні морські судна.

«У Києві, в Міністерстві культури і туризму, не знають наших проблем, специфіки прийому океанських лайнерів. До них заходять невеликі пароплави типу «річка - море», - зазначила фахівець. [48 ]

Зокрема, великі проблеми створює те, що круїзний туризм перебуває у віданні двох міністерств - культури і туризму та транспорту і зв'язку. Неузгодженість дій і нормативних актів цих двох відомств знижує привабливість українських портів для круїзних компаній. Так, в Амстердамському порту «круїзнікі» не платять портові збори, в порту Пірей збір для круїзних суден становить 5 тис. дол У Одеському він у кілька разів вище. Ставки портових зборів же встановлює Мінтрансзв'язку.

Також великою проблемою є відсутність в Україні страхових компаній, страхують фірми, що займаються в'їзним туризмом. Так, відповідно до



законодавства ряду зарубіжних країн, турфірма, яка приймає «круїзнік» в порту, повинна представити страховку із сумою покриття 4 млн. дол. Жодна українська страхова компанія не укладе з турфірмою договір на таку суму. Через це в Одеський порт не будуть заходити круїзні судна ряду країн. Зокрема, Італії.

Також перед приймаючими турфірмами постає проблема забезпечення автобусами для проведення екскурсій. Сьогодні в Одесі немає транспортних компаній, які згодні надавати такі автобуси за безготівковий розрахунок. А купувати автобуси для компаній дорого. Одна така машина коштує 0,5 млн. євро. «Юджинія Тревел» вирішила цю проблему завдяки Одеському порту (ОМТП) - в 1991 р. було створено СП з участю порту. І ОМТП як співзасновник придбав 20 туристичних автобусів «мерседес».

Також Ж. Білоусова розповіла, що не може отримати у міських та обласних властей план заходів, які проходять в місті під час круїзного сезону, і які могли б підвищити туристичну привабливість міста.

«Без участі місцевих і центральних органів влади розвиток круїзного туризму неможливо», - робить висновок фахівець.

Стан вітчизняної транспортної інфраструктури стримує розвиток круїзного туризму в чорноморському регіоні

Останнім часом кількість українських громадян, для яких став доступним круїзний туризм, помітно збільшилася. Тим не менш, цей вид туризму, як і раніше не можна назвати масовим. Незважаючи на те, що вартість тижневого бюджетного круїзу по Середземномор'ю в літній сезон обійдеться в суму від \$ 400 на людину (в каюті без ілюмінатора), до цієї суми необхідно додати вартість трансферу до стартової точки, плюс інші накладні витрати, без яких не обходиться жоден зарубіжний відпочинок. У підсумку найдешевший романтичний круїз на двох обійдеться не менше ніж в \$ 2000.

Найбільш популярні круїзні напрямки, які віддають перевагу наші співгромадяни, виглядають так:

Номером першим у рейтингу вподобань українців є круїзи по Середземному морю. Причина їхньої популярності проста: відносно невелика

вартість безпосередньо круїзного туру, а також близька прихильність портів, в яких можна здійснити посадку на борт судна, що знову ж таки дозволяє не платити великі гроші за авіапереліт. Приміром, 8-денний круїз по Середземке від круїзної компанії MSC CRUISES на 5-зірковому судні «Splendida» обійдеться в суму від 285 євро з людини. За ці гроші турист побуває в Генуї, Неаполі (Італія), Тунісі (Туніс), Пальма-де-Майорці, Барселоні (Іспанія) і Марселі (Франція).

Є й більш серйозні круїз-ні пропозиції по Середземномор'ю. Так, круїзний оператор преміум-класу HOLLAND AMERICA LINE пропонує 15-денну подорож на 5-зірковому лайнері «Ryndam» за суму від \$ 1699 на людину. Лайнер заїде в Барселону, Малагу, Кадіс (Іспанія), Касабланку (Марокко), острів Ібіца (Іспанія), Монте-Карло (Монако), Санта-Маргарита (Італія), Сівітавеккіа, Рим, Трапані, Сицилія (Італія) і Ла- Гулетт (Туніс).

Другим - в українському рейтингу круїзів є подорожі по водах Карибського басейну. Можна назвати кілька причин, по яких наші співвітчизники обирають ці далекі води - це і романтика дитинства, коли багато хто з нас читали книги про лихих піратів Карибського моря, це і візит на екзотичні острови, з якими більшість із нас знайомі лише заочно, та й багато іншого. Та й самі круїзи по Карибському морю не такі вже дорогі, якщо не брати до уваги вартість перельоту.

Так, круїзний оператор Norwegian Cruise Line пропонує 8-денний круїз на 5-звезд-дочном лайнері «Norwegian Gem», де ціна туру починається від 395 євро на людину. При цьому маршрут судна передбачає перебування в таких містах як Нью-Йорк, Порт Канаверал (США) острів Грейт Стірруп Кі, Нассау (Багамські острови).

Всі розглянуті вище туристичні пропозиції стосуються виключно зарубіжних країн, проте вже сьогодні деякі круїзні компанії включили українське узбережжя в програму заходів своїх судів, де на перший план виходять Одеса та Крим. [50 ]

Нинішній курортний сезон був сприятливим для Одеси. Так, за інформацією прес-служби Одеського морвокзалу, з початку навігації 2011 по

вересень круїзні судна під іноземним прапором відвідали Одеський порт близько 50 разів, привізни в місто біля моря близько 60 тис. пасажирів. Зазначимо, що ці цифри вже перевищують торішній показник, коли за весь 2010 рік Одесу відвідало 56 тис. круїзних туристів.

Самим напруженим днем для одеського порту стало 4 вересня, коли відразу 3 круїзних судна - лайнер-яхта «Le Levant», лайнер «Nautica», і величезний суперлайнер «Queen Victoria» - пришвартувалися біля причалів Одеського морського вокзалу, привізни на своїх бортах близько 3 тис. пасажирів.

Також спостерігається зростання зацікавленості чорноморськими портами з боку круїзних операторів. Так, наприкінці серпня на круїзному судні AZAMARA QUEST, зайшов до Одеського порту, перебував представник генерального офісу круїзної корпорації ROYAL CARIBBEAN. Метою його поїздки було вивчення берегової інфраструктури і пам'яток круїзних портів Чорного моря. Висновки фахівця будуть використані при розробці нових турпродуктів ROYAL CARIBBEAN, в число яких можуть потрапити і українські курортні міста.

До речі кажучи, в Одесі намітився серйозний прогрес в обслуговуванні круїзних туристів. Так, круїзний оператор MSC CRUISES вже включив південну Пальміру в список міст, де можна зійти на борт круїзного лайнера і відправитися в морську подорож уздовж Середземного моря, побувавши в Неаполі і Венеції.

Іншими словами, в круїзному напрямку в українських портів перспективи є. Зрештою, і Одеса, і Крим мають що показати зарубіжному туристу. Але при цьому є маса «гальм», завдяки яким сьогодні Україна та інші країни Чорноморського басейну втрачають колосальний потік зарубіжних круїзних туристів.

Насправді круїзний потенціал Україні оцінити досить таки нескладно. Наведемо прості цифри: за планом в 2011 році турецький порт Стамбул повинні відвідати близько 400 круїзних суден, що здійснюють рейси навколо Європи і на борту яких знаходиться велика кількість пасажирів. З цих 400 лайнерів

тільки 80 підуть у Чорне море. Решта 320 кораблів розгорнуться і попрямують назад. Тобто, від 100% доступної ємності ринку України та інші країни Чорноморського басейну одержують тільки 20%. Виникає резонне питання: чому?

Деяка кількість круїзних лайнерів фізично не може зайти в Чорне море через обмеження по висоті: європейську та азіатську частини Стамбула з'єднують 2 мости через Босфор. Таким чином, лайнеру, висота якого більше певної межі (висота прольоту мінус певний поріг безпеки), вхід в Чорне море замовлений. Однак супервисоких круїзних лайнерів у світі не так вже й багато. Першим і основним фактором, який стримує заходи таких судів, а отже, і приплив круїзних туристів, є інфраструктурна відсталість чорноморських портів. При чому в даному випадку України виглядає ще в кращому світлі, так як на Чорному морі тільки одеський порт здатний приймати одночасно 3 круїзних судна, довжина яких становить до 350 метрів. Довжина причалів в Ялті і Севастополі не перевищує 200 метрів, через що причалити до них можуть тільки невеликі судна. Точно така ж ситуація в Болгарії,

Румунії та Росії. У теж час, круїзна індустрія взяла курс на збільшення габаритів судів, що тільки погіршує становище Кримського узбережжя. У зв'язку з цим доречно буде в черговий раз згадати суперлайнер «Queen Victoria», довжина якого 294 метри.

Другий «гальмуючий» фактор - це стан аеропортів. Сьогодні 99,9% пасажирів, які прибувають на круїзних судах - це транзитні пасажирів: вони прибули в порт, зійшли з судна, побували на екскурсії, повернулися на судно і пішли. У той час як круїзні оператори давно вже чекають від Одеси, Ялти і Севастополя можливості зміни пасажирів. Адже дана умова є невід'ємною складовою круїзного бізнесу.

«Якщо судно, на борту якого 2000 пасажирів, зайшло в порт, деяке число пасажирів повинно мати можливість як зійти з судна і відправитися додому, так і зійти на борт, прибувши з іншої країни. Станом аеропорту цікавиться кожен круїзний оператор. І в даному випадку наш аеропорт не відповідає вимогам, які

вони висувають », - говорить Юрій Васьков, заступник начальника державного підприємства «Одеський морський торговий порт».

Можна перерахувати ще багато факторів: недостатня кількість автобусів, відсутність нормальних парковок для цих автобусів, складності для людей з обмеженими можливостями, а таких пасажирів багато, тому що переважно контингент туристів складається з пенсіонерів. Всі ці фактори зводять на «ні» інтерес гігантів світової круїзної індустрії до українського узбережжя Чорного моря. Тому без вирішення всіх цих проблем заяви влади про прийдешнє туристичний бум в Україні будуть ще довго залишатися порожніми - принаймні, щодо круїзного туризму.

Колись білосніжні круїзні лайнери ходили Чорним морем точно за розкладом. Однак регулярні Кримсько-Кавказькі лінії померли разом із Чорноморським морським пароплавством. Ще якийсь час вітчизняних туристів радували середземноморські круїзи. Та й вони невдовзі канули в Лету — разом із відходом останнього пасажирського теплохода «Одеса», згодом порізаного на брухт біля берегів Індії.

Відтоді залишилися ностальгія і спроби відродити круїзне судноплавство. Наразі вони не були успішними. Однак Чорне море не залишилося без білих теплоходів. Стрімке зростання круїзного туризму у світі і благодатний вітер подорожей став дедалі частіше приганяти до чорноморських берегів іноземні лайнери. Круїзних суден у чорноморських портах із кожним роком стає більше, але порівняно із Середземномор'ям, не кажучи вже про Карибський басейн, — це мізерно мало.

Тим часом потенціал Чорноморського регіону величезний. У зв'язку з можливим проведенням в Одесі 2012 року матчів Чемпіонату Європи з футболу й у Сочі 2014-го — Олімпійських ігор він отримав новий поштовх для розвитку. Та чи стане Чорне море самостійним напрямком для регулярних круїзних ліній — запитання.

Розвитку круїзного туризму в басейні Чорного моря було присвячено першу міжнародну конференцію Black Sea Cruise 2008, що проходила в Одесі наприкінці вересня. Вона була організована Одеським морським торговим

портом, міжнародною Асоціацією портів Чорного й Азовського морів (BASPA), видавництвом «Порты Украины» і зібрала солідних гостей. Серед учасників — представники найбільших круїзних компаній світу, портів Чорного моря і туроператорів.

Є два напрямки в розвитку круїзного туризму в басейні Чорного моря. Перший — це відродження круїзного судноплавства, орієнтованого на внутрішній національний ринок причорноморських країн або ринок пострадянського простору, тобто російськомовних туристів. Другий — залучення в причорноморські порти іноземних туристів і подальше просування чорноморського бренда на світовий круїзний ринок.

Судячи з виступів учасників конференції, хоч би який з цих напрямів вибрати, висновок один: у Чорноморського регіону є круїзне майбутнє. Але залежить воно від того, як регіон зможе сам представити себе на туристичній карті світу. І тут Чорне море необхідно розглядати не як окремі порти, а як регіон у цілому. Інакше кажучи, успіх можливий, якщо всі причорноморські порти об'єднують свої зусилля. У тому числі для спільної презентації чорноморського круїзного напрямку на міжнародних форумах, конференціях, виставках і ярмарках.

«Ви маєте виробити більш позитивний імідж і привабливість Чорного моря як круїзного басейну, де туристи могли б отримати максимум вражень і добре провести час», — зазначали представники світового круїзного бізнесу. А гра варта свічок.

Світовий попит на круїзи залишається високим. За прогнозами іноземних компаній, у 2017 році у світі налічуватиметься 24 млн. круїзних туристів. Нині щороку подорожують морем близько 15 млн. осіб. Більшість з них припадає на Північну Америку. Але вперше за останні роки набирає сили круїзний туризм у Європі. Середземне море стає дедалі привабливішим для північноамериканських туристів. І тут Чорноморський регіон, якому є що запропонувати, не повинен залишатися на узбіччі. Адже морські подорожі — це нові незвідані країни і нові враження. Отже, що більше портів, то краще.

Ну, про те, що інтерес до Чорноморського регіону є, свідчить зростаюча із кожним роком кількість суднозаходів. Лідирує тут Одеса, якщо не брати до уваги Стамбул. 2001 року до Одеси зайшли 99 іноземних лайнерів. 2007-го — вже 147, 2008-го очікується 159. Це близько 140 тис. туристів. Хоча пропускна здатність пасажирського терміналу Одеського порту — до 4 млн. чоловік на рік. Він може приймати до п'яти теплоходів одночасно. У тому числі океанські лайнери завдовжки до 300 метрів із двома і більше тисячами пасажирів на борту.

Для порівняння: у Сочі цього року зайдуть 40 круїзних суден. А до Стамбула — 414, понад 580 тис. туристів.

За даними асоціації Medcruise (цього року членство в цій європейській організації після п'ятирічної перерви поновив Одеський порт), 60% європейців віддають перевагу Середземному, Чорному морям та атлантичним островам. Інтерес зумовлено новими маршрутами та новими суднами.

Примітно, що європейські лінії є піонерами в зимових круїзах. Подорож поза сезоном — це додаткова ніша для швидко зростаючого круїзного туризму. На цьому тлі Чорне море може очікувати круїзний бум, вважає віце-президент асоціації Medcruise Валерія Манжиротті.

Чорне море досі недооцінювалося, вважає директор компанії «Тура туризм» (м. Стамбул) Онер Еркут. Туристи можуть відвідати шість країн протягом одного тижня і познайомитися з різними культурами, їхніми безцінними пам'ятками. Стурбованість круїзних операторів щодо сервісу і занепокоєння із приводу розробки туристичних програм зрозумілі. Для такого напрямку потрібен базовий порт для обслуговування тижневих круїзів.

На думку пана Онера, для цієї мети підійде Стамбул із його готельними можливостями, двома сучасними аеропортами, сучасним портовим обладнанням, але головне — майбутнім новим грандіозним портом, біля причалів якого одночасно зможуть швартуватися шість величезних суден. Окрім пасажирських терміналів тут будуть 4- і 5-зіркові готелі, торговельний центр і кілька ресторанів.

Однак сьогодні світові круїзні компанії не розглядають Чорне море як окремий самостійний регіон, а лише в поєднанні із Середземним, як продовження середземноморських круїзів. І причин тут кілька.

Туристи поки що не виявляють підвищеного інтересу до Чорноморського регіону. А їхній вибір — це головний критерій, зазначали доповідачі. «Ми возимо туристів туди, куди вони хочуть, — казав віце-президент компанії Princess Cruises Брюс Крамрайн. — Ми запитуємо кожного, наскільки сподобалися порти, екскурсії, сервіс, і просимо оцінити інфраструктуру та послуги».

Круїзні порти світу, за висловом пана Крамрайна, створюють власний образ-міф. До створення такого образу мусять прагнути й порти Чорного моря. Кожен із них має стати досконалим у всіх сенсах. Природно, йдеться не лише про портову інфраструктуру, а й про місто загалом. Брати участь у створенні іміджу повинні державна і муніципальна влада, туристичні компанії та інші організації, що надають послуги пасажерам круїзних теплоходів.

«Гарних місць багато, — зазначає віце-президент з питань комерції компанії Royal Caribbean International Джон Ф. Терчек. — Але для туризму вони недостатньо розвинені. Приміром, Ялта — на диво гарне місто, але для великих суден вона замала».

На жаль, інфраструктура чорноморських портів не пристосована до того, аби приймати великі судна. А за ними майбутнє. Ними вигідніше оперувати. Їм не страшний шторм. І це — розкішні лайнери з індивідуальним дизайном, багатим набором послуг та розваг і з шикарним сервісом. Вони вміщують понад 3 тис. чоловік. Плани щодо будівництва нових суден — а саме вони стимулюють попит на морські подорожі — свідчать, що років через шість на круїзному ринку переважатимуть судна завдовжки більш як 300 метрів. Уся круїзна індустрія готується до цього. І чорноморські порти не мають залишатися осторонь.

Сьогодні ж вони здатні приймати невеличкі судна. Найбільший теплохід, який будь-коли заходив у басейн Чорного моря, — це Queen Victoria завдовжки 294 метри. Захід такого круїзного лайнера в Одеський порт було названо



знаковою подією для всього Чорноморського регіону. Він збігся із проведенням конференції, і її учасники могли відвідати цей розкішний океанський лайнер. Помилуватися ж відходом красеня-теплохода зібралася величезна кількість одеситів.

Колись, за радянських часів, численний пасажирський флот ЧМП базувався в Одесі. І всі охочі могли купити тур і вільно вирушити в круїз Чорним морем у будь-яку пору року. Морські подорожі набули величезної популярності. Нині за ними залишилася одна ностальгія. І це — гарний стимул до їх відродження.

Представники чорноморських портів вважають, що найпривабливішим сьогодні може бути кільцевий маршрут по Чорному морю з відвідуванням портів України, Росії, Грузії, Туреччини, Болгарії та Румунії. Для реалізації таких проектів, пов'язаних із розвитком круїзів і пасажирських перевезень, у рамках асоціації BASPA уже створено робочу групу.

Однак тут є свої складнощі. Приміром, проект круїзів по Чорному морю, розроблений портом Сочі, не підтримали туристичні фірми. Вони не взяли на себе ризики, пов'язані з реалізацією турів. Продавати ж круїзи за втратними цінами не вигідно — завелика вартість палива.

Спроби українських компаній реанімувати любиму всіма Кримсько-Кавказьку лінію зрештою теж не мали успіху. Останній досвід української судноплавної компанії «Укрферрі» з організації такого круїзу виявився не зовсім вдалим.

З ентузіазмом і певною часткою ностальгії компанія взялася за відродження чорноморських круїзів улітку минулого року. Було розроблено новий маршрут у вигляді кругового круїзу навколо Чорного моря: Одеса—Ялта—Сочі—Стамбул—Одеса на пасажирському поромі «Южная Пальмира» місткістю 452 особи. Проте було виконано всього три рейси.

Проблема виникла, без перебільшення, дуже принизлива. В Ялті, в останньому українському порту заходу, закривався державний кордон, і всі пасажирів, щоб слідувати далі по маршруту, мусили залишити борт судна з речами для проходження прикордонного і митного контролю. Ця процедура

тривала, як правило, три години і фактично зривала екскурсійну програму в Ялті. Кількаразові звернення компанії до митної влади результату не дали.

Крім того, досвід показав: для успішної роботи такого маршруту потрібен сучасний комфортабельний круїзний лайнер класу 4\* переважної місткості 1000—1200 осіб. Це дасть змогу забезпечити вартість квитків в економ-класі на прийнятному для туристів рівні 100—120 дол. за день круїзу.

Однак такого флоту в Україні нема. Його можуть надати іноземні компанії. Сьогодні вони домінують у Чорному морі у вантажоперевезеннях і можуть так само зайняти круїзний ринок Росії та України.

Щоправда, спроби порту Сочі залучити серйозну судноплавну компанію для організації чорноморських круїзів поки що результатів не дали. Причина? Чорне море — нестабільний у політичному й економічному сенсі регіон. І події в Грузії ще раз це підтвердили. Щоправда, з погляду іноземних компаній, на захід круїзних суден у Чорне море нещодавні події не вплинули. Хоча це, безумовно, стримуючий чинник.

Водночас, на думку фахівців, із погляду стратегічних інтересів та й великої дохідності нерозумно віддавати цей перспективний бізнес компаніям з інших країн. Та для купівлі круїзного теплохода потрібна чимала сума.

За даними СК «Укрферрі», цього року лайнер *Pride Of Aloha* (1999 року будівництва місткістю 2 тис. пасажирів) можна було купити за 320 млн. дол. Старший і меншої місткості теплохід *Superstar Libra* (1988 року будівництва, 1480 пасажирів) — за 130 млн. дол. Старенькі, але модернізовані колишні теплоходи ЧМП, перейменовані у *Van Gogh* та *Delphin*, місткістю 500—600 пасажирів пропонувалися за 18—19 млн. євро. Але 33—34-річний вік цих суден не дозволяє розраховувати на окупність інвестицій.

На думку СК «Укрферрі», жодна вітчизняна компанія не ризикне вкладати в купівлю теплохода близько 100 млн. дол. без серйозної державної підтримки чи гарантій. Втім, круїзне судноплавство навряд чи є актуальним сьогодні для Української держави.

Порт Сочі вважає, що необхідно об'єднати зусилля всіх чорноморських країн для створення свого круїзного флоту. Купівля спільними зусиллями із

залученням приватного капіталу сучасного лайнера місткістю понад 3—4 тис. пасажирів могла б вдихнути життя в розвиток внутрішньочорноморських круїзів. Як зазначив у своєму виступі на конференції представник порту, «круїзний ринок Чорного моря — це наш ринок, й іноземці його не освоюватимуть. Торік вони так і сказали: ми до вас не прийдемо». Ну а в тому, що цей напрям перспективний, сочинці не сумніваються. Величезний пострадянський ринок у поєднанні з болгарським, румунським і турецьким не поступається європейському.

Звиклі до морських подорожей туристи з країн колишнього СНД досі обмежені в пропозиціях. Дорогі авіаперельоти, складність в отриманні віз і нездоланий мовний бар'єр роблять морські подорожі на іноземних теплоходах малодоступними. Якщо ж узяти круїзні судна, котрі заходять в Одесу, то російськомовних туристів на них не більш як 1%.

При цьому порти Одеса та Сочі можуть стати базовими для туристів пострадянського простору. Сьогодні Одесі бракує лише сучасного аеропорту, але до проведення в країні Євро-2012 цю проблему, слід гадати, буде розв'язано. Що ж стосується самого порту, то в реконструкцію пасажирського комплексу буде вкладено 260 млн. гривень.

До речі, Одеса в особі Сочі може отримати серйозного конкурента. Цей чорноморський курорт завдяки Олімпійським іграм очікують колосальні зміни. Порт стане тільки пасажирським. І зможе приймати одночасно три найбільші океанські лайнери і два пороми (сьогодні судна місткістю понад півтори тисячі осіб він змушений обслуговувати на рейді, доставляючи пасажирів на берег катерами). Прикрасою стане величезний яхтовий комплекс, по всьому узбережжі з'являться 15 портів-пунктів. Загальний обсяг вкладень у реконструкцію порту Сочі — близько 560 млн. дол.

Та все ж, якщо казати про морські подорожі для російськомовних туристів, то більш перспективним напрямом виглядають середземноморські круїзи з Чорного моря. Іноземні круїзні компанії можуть забезпечити захід своїх комфортабельних суден із Середземного в Чорне море, щоб узяти на борт пасажирів в Одесі чи Сочі.

Такий досвід уже є. Торік іноземні компанії продавали кругові круїзи по Північній Європі з Санкт-Петербурга. На цьогорічний жовтень уперше заплановано два круїзи по Середземному морю з посадкою в Одесі. За інформацією турагентів, усю квоту квитків для реалізації на українському ринку було продано.

Круїзний туризм у світі приносить великі доходи. Тому всі — і держави, й окремі міста, і порти, і туристичні компанії — мають бути зацікавлені в його розвитку. Адже кожен іноземний турист у базовому порту залишає 100 євро, а в інших портах заходу — 50 євро.

Тому, хоч би з якого боку подивитися, круїзний туризм у Чорному морі — справа вигідна і перспективна. Представники чорноморських портів і туроператори погоджуються: час об'єднувати зусилля, щоб домогтися результату. У будь-якому разі, учасники конференції були в цьому висновку одностайними. Залишилася дрібничка — переконати в цьому свої країни. А тут роботи непочате поле...

## ВИСНОВКИ

Долучення України до світового туристичного процесу експертами ВТО вбачається на шляху розвитку стандартної пропозиції на масовому ринку відпочинку і розваг, на ринку екскурсійного туризму культурно-просвітницького спрямування (програма "Намісто Славутича", "Чумацькими шляхами", "Шовковий шлях" та інші) та екологічного напрямку, де в основі пропозиції лежать активні форми проведення дозвілля у природному середовищі (спортивно-оздоровчі види, спеціалізований спортивний, з елементами екстремального туризму). Перспективними ринковими сегментами для України є ринок релігійного туризму і забезпечення паломницького попиту (християнство, іудаїзм), ринок круїзного туризму (особливо ріка-море) та сільського (зеленого) туризму. Розвиток означених напрямів перш за все має бути забезпечений внутрішнім попитом, скерований зусиллями суб'єктів національного ринку пропозиції, тільки апробація на внутрішньому ринку забезпечить конкурентоспроможність цього продукту на ринках міжнародного туризму, насамперед європейському.

Отже, проаналізувавши ситуацію в туристичній галузі України, я спробувала виокремити її головні проблеми та спробувала знайти альтернативний шлях виходу з кризи. Звичайно, така робота є далекою від висновків та думок справжніх фахівців та експертів в цій галузі. Але, незалежно від рівня фахової підготовки, нас сьогоднішній день є декілька речей, очевидних, мабуть, кожному громадянину України. Найважливіше з них – аби досягти успіху слід докласти загальних зусиль до розв'язання проблеми. Це мають бути не лише викладені на папері думки законодавців з приводу того, якою б вони хотіли бачити галузь туризму у майбутньому, а конкретні вчинки з їх боку. І починати слід не тільки з економічних та законодавчих нюансів. Так, на сьогодні можна говорити про деяке покращення загальної ситуації. Так, спостерігається певна зацікавленість іноземних інвесторів. Розпочато реконструкцію ряду київських готелів; в Карпатському регіоні почала свою діяльність з розвитку туристичної галузі міжнародна організація TACIS;

британський фонд “Ноу-хау” взяв на себе витрати на відновлення туристичних об’єктів Львова; декілька мільйонів доларів вкладено в ялтинський готель “Ореанда” та відому “Поляну казок”.

Туристична галузь, хоч і дуже повільними кроками, починає збільшувати свої показники. Але не можна зупинитися на досягнутому. Саме від того, яким шляхом піде зараз розвиток галузі, залежить все її майбутнє зокрема та майбутнє економіки, а, отже, і життя України в цілому.

Розглянутими питаннями тема розвитку туристичного ринку не вичерпується. Існують проблеми раціонального використання санаторно-курортної інфраструктури, відновлення традицій напряму туризму, що його нині називають екологічним, перспективного для України ринку в’їзного релігійного туризму та інші, що можуть бути темою окремих публікацій.

Шляхи розвитку туризму в Україні намічені у прийнятій 2002 р. Державній програмі, розрахованій до 2010 р., яка має соціальну спрямованість на збереження здоров'я людей, зміцнення духовного, культурного та творчого потенціалу нації, впровадження екологічної культури та культури спілкування, здорового способу життя і повинна забезпечити можливості для прояву суспільної та самодіяльної ініціативи населення.

Аналіз сучасних тенденцій розвитку національної туристичної галузі та узагальнення зарубіжного досвіду дали змогу обґрунтувати вибір стратегічних напрямів державного регулювання розвитку туризму в Україні, зокрема щодо його соціалізації, екологізації, інформатизації, децентралізації управління з передачею значних повноважень органам місцевого самоврядування. На нашу думку, перспективними видами туризму для України є внутрішній та в’їзний, у рамках яких особливої уваги, державної підтримки та регулювання потребує розвиток соціального, ділового, сільського туризму.

Україна має всі об’єктивні передумови, щоб стати однією з передових туристичних країн світу, однак аналіз сучасного стану функціонування вітчизняної туристично-рекреаційної галузі свідчить про те, що ефективність діяльності цієї галузі стримується через невирішеність низки проблем. Насамперед це проблеми нормативно-правового забезпечення функціонування

туристичної галузі, для розв'язання яких необхідно внести відповідні зміни та доповнення до чинного законодавства з питань туризму, зокрема видається необхідними закріплення за в'їзним та внутрішнім видами туризму статусу пріоритетних; розробка економічних інструментів стимулювання діяльності з обслуговування туристів у середині країни та залучення інвестицій у туристичну галузь; затвердження національних стандартів усіх видів туристичних послуг; створення дієвих механізмів контролю якості послуг та збереження і раціонального використання природної та культурної спадщини України. У роботі пропонується розробити та прийняти такі нормативно-правові акти: “Кодекс туризму”, закони України “Про сільський туризм”, “Про соціальний туризм”, “Про молодіжний та дитячий туризм”, Концепцію розвитку українських курортів, а також внести окремі поправки до законів України “Про туризм”, “Про місцеве самоврядування” (щодо функцій органів місцевого самоврядування в галузі туризму) та інших нормативно-правових актів.

Установлено, що важливими передумовами розвитку туризму на регіональному та місцевому рівнях є, передусім, покращання взаємодії і кооперації між органами державної влади та місцевого самоврядування, підприємцями, інвесторами, а також іншими особами та організаціями, активне співробітництво яких може привести до створення привабливого туристичного продукту. Запропоновано комплекс механізмів залучення територіальних громад до розвитку туристичної галузі, зокрема дієвим механізмом співпраці органів місцевого самоврядування та підприємців у галузі туризму може стати регіональна туристична корпорація як добровільне об'єднання юридичних осіб, створене з метою координації діяльності учасників, забезпечення захисту їхніх прав, інтересів у державних та інших органах, спільної реалізації учасниками різноманітних програм та проектів та розподілу прибутку, отриманого від їх здійснення. Ефективним механізмом залучення територіальних громад до розвитку туристичної галузі на регіональному і місцевому рівнях також видається створення робочої групи фахівців галузі, яка на основі розроблених на державному рівні типових положень, правил і рекомендацій, у контексті

європейського досвіду, зокрема французького, розроблятиме конкретний план заходів для кожного окремого туристичного регіону. На першому етапі група має впроваджувати ці заходи в життя, а на наступних - контролювати і підтримувати їх.

У дослідженні обґрунтовано, що для багатьох малих міст і сільських населених пунктів України туризм є найбільш перспективною галуззю, яка сприятиме їх соціально-економічному зростанню. Незважаючи на активізацію міської влади багатьох міст, недостатність досвіду, традицій та знань уповільнює розвиток туристичної галузі, тому вимагається її державна підтримка. Насамперед необхідні: розробка методичних документів, які допоможуть місцевій владі розвивати туризм, проведення науково-практичних семінарів із залученням зарубіжних спеціалістів з цих питань, розробка комплексної програми розвитку малих історичних міст України разом з представниками Спілки малих історичних міст України. Для розвитку сільського туризму не вимагаються державні кошти, але потрібна державна підтримка через нормативно-правове забезпечення (розробку та прийняття Закону України “Про сільський туризм”), впровадження фінансових (позики і гранти) та розробку низки фіскальних (податкових, тарифних) механізмів. Одним з видів діяльності в напрямі просування місцевого туристичного продукту є створення туристичних інформаційних центрів у формі державних підприємств, підпорядкованих органам місцевого самоврядування, які працюють на принципах самоокупності за рахунок отримання доходів від надання інформаційно-рекламних послуг подорожуючим та консультативних послуг виробникам туристичного продукту.

Реалізація вказаних заходів дасть змогу підвищити темпи розвитку туристичної галузі, проводити активну загальнодержавну політику в цій важливій складовій економіки України, забезпечити координацію заходів центральних і місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, громадських організацій, стимулюватиме місцеву ініціативу, розвиток соціального туризму. Це, у свою чергу, сприятиме збільшенню туристичних потоків на внутрішньому ринку туристичних послуг, формуванню



мережі економічно самодостатніх туристичних центрів та курортів як рекреаційної, так і лікувальної спеціалізації, створенню необхідних умов для швидкого розвитку суміжних галузей, організації нових робочих місць, збільшенню надходжень до бюджетів усіх рівнів.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Закон України "Про туризм" №1282/4 від 18.11.2003 р. // Відомості Верховної Ради України. - 2003. - №29.
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. Алексеева Ю. Регіональні аспекти регулювання туристичної галузі України // Державне управління в умовах інтеграції України в Європейський Союз: Матеріали наук.- практ. конф.: У 2 т. / За заг. ред. В.І.Лугового, В.М.Князева. – К.: Вид-во НАДУ, 2002. – Т.2. – С. 233-234.
4. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - СПб.: Издательский дом "Герда", 2003. - 5-е изд. - 320 с.
5. Бистров С.А., Воронцова М.Г. «Туризм: макроекономіка і мікроекономіка». – СПб.: «Издательский дом Герда», 2007. – 464с.
6. Білоцерківець Н. Україна туристична //Українська культура. - 2006. - № 3-4. - С. 8-10
7. Біркович В.І. Модернізація туристичного та рекреаційного потенціалу регіонів України //Статистика України. - 2006. - № 3. - С. 83-86.
8. Бриггс С. Маркетинг в туризме / Пер. с англ. - К.: Знання-Прес, 2005. - 358 с.
9. Бурнашов І. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні //Диференційне забезпечення керівництва. - 2005. - Вип. 12/7, 4782. - С. 1-35
10. Валентюк І. Туризм як галузь господарського комплексу України // Управління сучасним містом. - 2001. -№10-12(4). - С 60.
11. Виноградська А. Розвиток українського туристичного бізнесу//Економіка. Фінанси. Право. - 2000. - № 5. - С. 13-18
12. Власенко С. Туризм як спосіб виживання //Україна і світ сьогодні. - № 29 (липень). - С. 6

13. Воскресенський В. Ю. «Міжнародний туризм».: Навчальний посібник.: ЮНІТИ-ДАНА, 2007 г.
14. Герасименко В. Імідж України як об'єкта міжнародного туризму //Маркетинг в Україні. - 2000. - № 1. - С. 24-26
15. Годфри Харрис, Кеннет М. Кац. Стимулирование международного туризма. М: Финансы и статистика, 2000 – 240 с.
16. Горішевський П.А., Красій Р.П. «Організація роботи туристичної фірми: тур операторська та тур агентська діяльність»: Посібник. – Івано-Франківськ: ІМЕ, 2002. – 392с.
17. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. - М.: Финансы и статистика, 2003. - С. 5.
18. Дмітрівський Ю. Д. "Туристські райони миру: навчальний посібник. - Смоленськ: СГУ, 2000Прцветающая отрасль // Голос України. — 2003. — 24 жовтня.
19. Долматов Г. М. Международный туристический бизнес: история, реальность и перспективы // Сер. "Учебное пособие". - Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. - 320 с.
20. Дурович А. П., компанії А. С. Маркетинг у туризмі. - М.: БЕК, 2005. - С. 237
21. Дурович А.П., Копанёв А.С. «Маркетинг в туризмі»: Навчальний посібник. - Мн.: "Экономпресс", - 1998 - 400с.
22. Економіка сучасного туризма. / Под ред. А. Коропової. - Спб.: Нева, 2004. - С. 180
23. Зоріна Г.І. Ільїна Є.М. «Основи туристичної діяльності»: Навчальний посібник. – М.: Советский спорт, 2000. – 200с.
24. Іваськів В. Щоб усі шляхи вели в Україну: Про особливості і можливості туристичної галузі //Діловий вісник. - 1999. - № 10. - С. 16-17
25. Ільїна Є.Н. «Туроперейтинг: організація діяльності»: Посібник. - М: Финансы і статистика, 2001 - 256 с.
26. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учеб. - 3-е изд., испр. - Мн.: Новое издание, 2002. - 409 с.

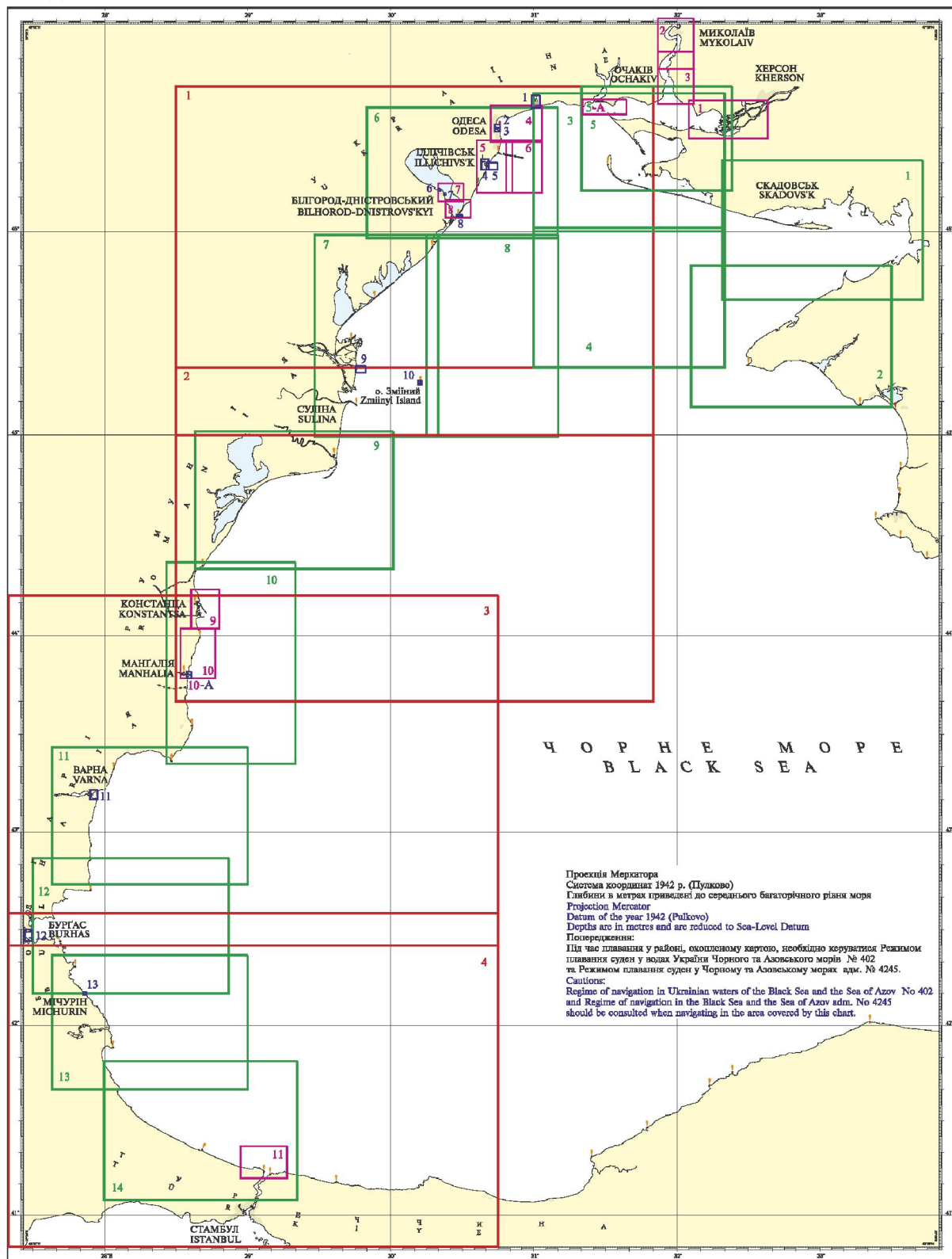
27. Кафарський В. Український туризм; здобутки чи втрати //Голос України. - 2005. - 30 листопада. - С. 10-11
28. Квартальнов В.А. «Туризм»: Посібник. □ М.: Фінанси і статистика, 2003. - 320с.
29. Квартальнов В.А. Колесник М.В. «Менеджмент іноземного туризму»: Посібник. – М.: Советский спорт, 2000. – 112с.
30. Кобржицкий В. Туристический менеджмент в Украине: вчера, сегодня, завтра //Персонал. - 1999. - № 1. - С. 52-56.
31. 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.
32. Комерсант. - Власть. - 2000. - №1.
33. Косолапов А. В., Руденко Л.Л. Світовий туризм. - Спб.: Нева, 2004. - С. 205
34. Криворученко В. Туризм - справа прибуткова. Якщо вона розвинена//Голос України. - 1999. - 15 квітня. - С. 12
35. Левковська Л. Стан і перспективи розвитку туризму та готельного бізнесу Україні //Економіка України. - 2003. - № 6. - С.31-36
36. Любіцева О. Ринок туристичних послуг як об'єкт географії туризму //Український географічний журнал. - 2003. - № 2. - С. 43-51.
37. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). - К.: Альтерпрес, 2002. - 436 с.
38. Ляшкевич П. Туризм в Україні: сучасний стан та пріоритети розвитку//Освіта України. - 2005. - 15 листопада. - С. 6
39. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. «Основи туристичного бізнесу»: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 272с.
40. Мартинин М.М. «Туристические формальности и безопасность в туризме». – М.: Фінанси і статистика, 2002. – 144с.
41. Мельниченко С. Туристична галузь - суттєве джерело поповнення коштів державного бюджету //Фінанси України. - 2001. - № 2. - С. 63-68

42. Насладіщев А.В. «Місце і роль індустрії туризму в сучасній економіці». – М.: Известия АН СРСР, сер. Економічна, № 3, 1991, с. 102-111
43. Олдак П.Г. Индустрия туризма - одно из ведущих направлений современной экономики // Проблемы развития индустрии туризма / Под. ред. Л.Ф. Ходоркова. - Новосибирск, 1990. - 320 с.
44. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К. «Рекламна діяльність»: Посібник – 2-е вид., перероб. - М: Інформаційний центр "Маркетинг", 2000 - 364 с.
45. Пестушко В. Український туризм у контексті глобалізації: сучасний стан і перспективи //Географія та основи економіки в школі. - 2007. - № 11-12. - С. 42-43.
46. Пиріжник І. І., "Міжнародний туризм в світовому господарстві", Мн., 1996г.
47. Прейгер Д. Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів //Економіка України. - 2001. - № 6. - С. 20-28
48. Прощавай, візо! // Голос України. — 2005. — 12 липня.
49. Родіонов Д. А., "Енциклопедія спорту": Эксмо-прес, 2002.
50. Світовий туризм іде вгору // Урядовий кур'єр. — 2004. — 24 липня.
51. Сенин В.С. Організація Міжнародного туризму». Посібник. – М.: Фінанси і статистика, 1999. – 618с.
52. Слободенюк Е. Туристична привабливість України //Культура і життя. - 2006. - 29 листопада. - С. 1
53. Стадницька М. Туризм і Україна //Універсум. - 2001. - № 11-12. - С. 46-48
54. Стативка Б. Туризм в Україні. Наближаємось до світових стандартів? //Культура і життя. - 2007. - 26 вересня. - С. 3
55. Століття туризму і Україна // Урядовий кур'єр. — 2004. — 30 квітня.
56. Туристський термінологічний словник / Авт.-сост. І. У. Зорін, - М.: ,
57. Уваров В.Д., Борисов КГ Международные туристические организации. - М.: Международные отношения, 1990.

58. Уварова Г. Рекреаційно-туристичний потенціал України //Географія та основи економіки в школі. - 2008. - № 2. - С. 29-36
59. Федорченко В.К., Лук'янова Л.Г., Дорошенко Т.Т. «Уніфіковані технології готельних послуг»: Навчальний посібник. – К.: Вища шк., 2001. – 237с.
60. Чеботарь Ю.М. Туристичний бізнес - М.: Логос, 2004. - С. 263
61. Чернищенко А. Формування стратегії сталого розвитку туризму і курортів в Україні: Круглий стіл //Новости турбізнесу. - 2007. - № 12. - С. 20
62. Шило Л. Експорт, імпорт туристичних послуг //Вісник податкової служби України. - 1999. - № 43: Спецвипуск. - С. 39-40
63. Яновська Н., Філатов С. «Туризм: організація і облік»: 3-тє вид., перероб. – Х.: Фактор, 2002. – 220с.



Альбом морських туристичних карт на маршрут Одеса — протока Босфор  
ЗВЕДЕНИЙ АРКУШ КАРТ АЛЬБОМУ INDEX SHEET OF ALBUM CHARTS



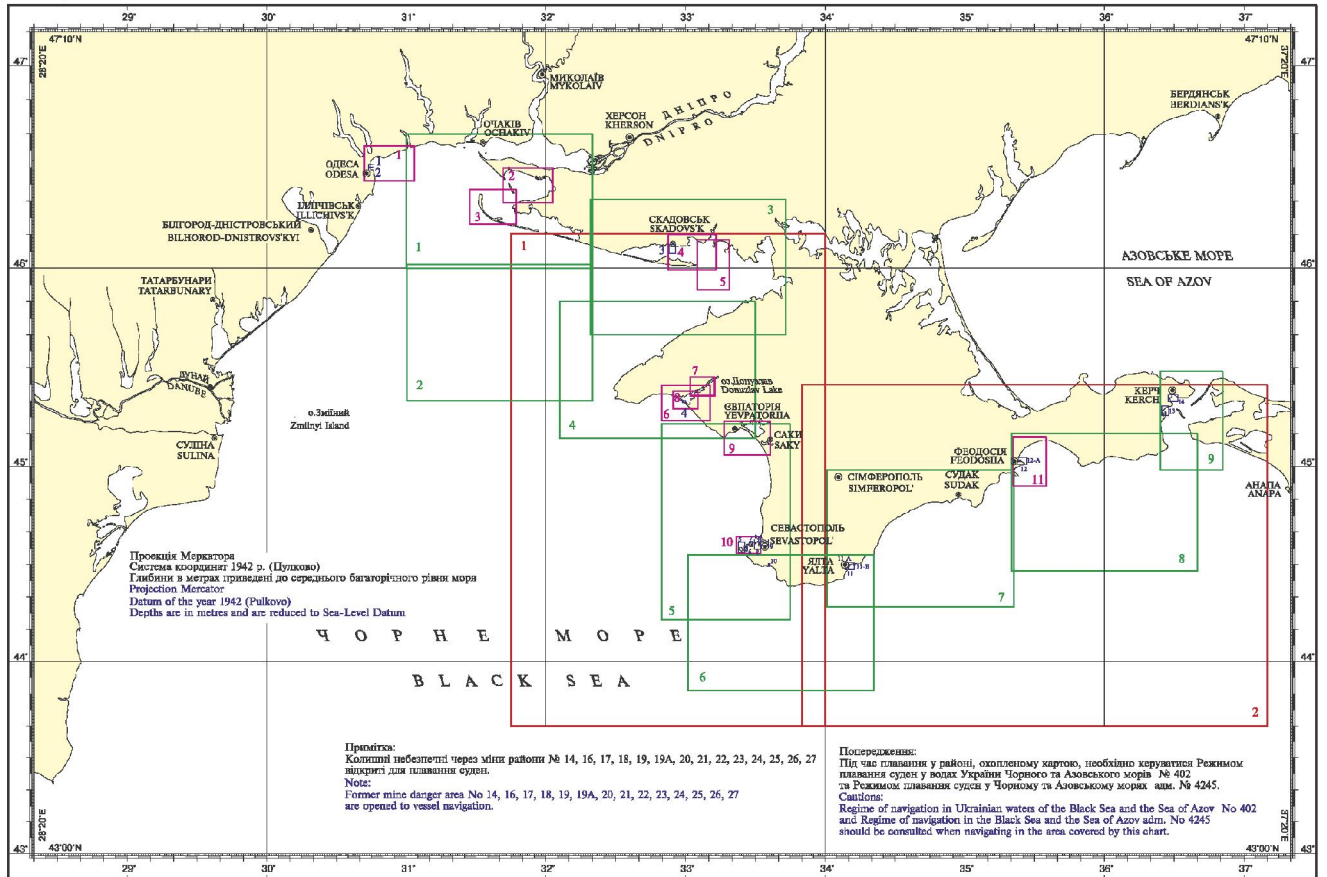
- |   |                                |   |  |   |  |   |                                       |
|---|--------------------------------|---|--|---|--|---|---------------------------------------|
| 1 | - Масштаб 1:500 000<br>- Scale | 1 | - Масштаб 1:200 000 - 1:150 000<br>- Scale | 1 | - Масштаб 1:75 000-1:25 000<br>- Scale | 1 | - Масштаб 1:20 000-1:5 000<br>- Scale |
|---|--------------------------------|---|--|---|--|---|---------------------------------------|



Альбом туристичних карт на маршрут Одеса — Керченська протока  
(Кримський півострів)

ЗВЕДЕНИЙ АРКУШ КАРТ АТЛАСУ

INDEX SHEET OF ATLAS CHARTS



1 - Масштаб 1:500 000  
- Scale

1 - Масштаб 1:200 000 - 1:100 000  
- Scale

1 - Масштаб 1:75 000-1:25 000  
- Scale

1 - Масштаб 1:20 000-1:5 000  
- Scale

Проекція Меркатора  
Система координат 1942 р. (Пулково)  
Глибини в метрах приведені до середнього багатолітнього рівня моря  
Projection Mercator  
Datum of the year 1942 (Pulkovo)  
Depths are in metres and are reduced to Sea-Level Datum

Примітка:  
Копії небезпечні через міни районі № 14, 16, 17, 18, 19, 19А, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27  
видкриті для плавання судів.  
Note:  
Former mine danger areas No 14, 16, 17, 18, 19, 19A, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27  
are opened to vessel navigation.

Подсказка:  
При час плавання у районі, охопленому картою, необхідно керуватися Режимом  
плавання суден у водах України Чорного та Азовського морів № 402  
та Режимом плавання суден у Чорному та Азовському морях адм. № 4245.  
Ссылка:  
Regime of navigation in Ukrainian waters of the Black Sea and the Sea of Azov No 402  
and Regime of navigation in the Black Sea and the Sea of Azov adm. No 4245  
should be consulted when navigating in the area covered by this chart.

Загальна кількість перевезень усіма видами транспорту у 2010 році

	Перевезено пасажирів		Пасажирооборот	
	млн.	у % до 2009р.	млн.пас.км	у % до 2009р.
Усіма видами транспорту	6837,7	94,0	129815,3	99,8
у тому числі				
залізничним <sup>1</sup>	426,6	100,2	50038,4	103,5
автомобільним	3719,4	92,7	52063,8	94,3
водним	7,6	98,7	95,3	77,9
авіаційним	6,1	119,2	10968,8	121,6
трамвайним	713,8	90,7	3975,7	91,5
тролейбусним	1203,6	93,8	6888,0	94,0
метрополітенами	760,6	101,1	5785,3	101,0

