

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
Тернопільський національний економічний університет
Івано-Франківський інститут менеджменту
Кафедра міжнародної економіки іфім

ДАНИЛЮК Андрій Михайлович

**Пріоритети конкурентоспроможності
українсько-французького співробітництва в
туристичній сфері**

Спеціальність: 8.03050301 – Міжнародна економіка
магістерська програма – Міжнародний туризм

Дипломна робота за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр»

Студент групи МЕМТзмі-54
А. М. Данилюк

Науковий керівник:
д.е.н., Мокій А. І.

Дипломну роботу допущено до
захисту:
« ____ » _____ 20 ____ р.
Завідувач кафедри
_____ **В. Є. Куриляк**

ТЕРНОПІЛЬ – 2012

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Теоретичні засади забезпечення міжнародної конкурентоспроможності туризму.....	8
1.1. Теоретичні аспекти сутності поняття «туризм».....	8
1.2. Основи міжнародного співробітництва у сфері туризму.....	15
1.3. Спільна політика Європейського Союзу та України у сфері забезпечення конкурентоспроможності туризму.....	28
Висновки до розділу	41
Розділ 2. Характеристика туристичної сфери в Україні та Франції.....	43
2.1. Тенденції розвитку туризму в Україні та Франції.....	43
2.2. Співробітництво регіонів в туристичній сфері та туристичний потік між Україною та Францією.....	58
2.3. Чинники та фактори зміцнення конкурентоспроможності українсько-французької співпраці в туристичній сфері.....	68
Висновки до розділу.....	75
Розділ 3. Шляхи та напрями підвищення конкурентоспроможності в туристичній сфері.....	77
3.1. Стратегічні рішення конкурентних переваг в українсько-французькій співпраці.....	77
3.2. Пріоритети підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств туристичної галузі України.....	86
Висновки до розділу.....	96
Висновки.....	97
Додатки.....	100
Список використаних джерел.....	101

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Процеси сервісизації глобальної економіки, мегарегіональних та національних соціально-економічних систем визначають необхідність підвищення конкурентоспроможності та ефективності міжнародного співробітництва у сфері послуг і розробки засобів його інтенсифікації. На сучасному етапі глобалізації серед основних видів міжнародних послуг найвищі темпи зростання спостерігаються у міжнародному туризмі. Позитивна динаміка туристичної діяльності у нашій країні поєднується з недостатньо ефективним використанням потенціалу туризму порівняно з європейськими країнами, зокрема з Францією. Подібність природно-рекреаційних ресурсів, історична та культурна спадщина, реалізація масштабних європейських проєктів у гуманітарній сфері створюють об'єктивні передумови використання конкурентних переваг туристичного потенціалу України та Франції в туристичній сфері, у тому числі на регіональному рівні.

Теоретико-методологічні основи міжнародної торгівлі послугами, зокрема туристичними, базуються на положеннях теорії міжнародних економічних відносин Б. Баласси, Р. Вернона, П. Кругмана, С. Ліндєрта, Х. Ліснера, Б. Оліна, Д. Рікардо, А. Сміта, Е. Хекшера та ін. Вагомий внесок у вирішення проблем забезпечення конкурентоспроможності туризму здійснили вітчизняні та зарубіжні науковці А. Азар, А. Александрова, М. Біржаков, А. Гуменюк, В. Євдокименко, М. Жукова, В. Квартальнов, Т. Ткаченко, І. Школа.

Теоретичні положення забезпечення конкурентоспроможності на інноваційних засадах П. Друкера, Ф. Котлера, М. Портера, М. Туган-Барановського, Й. Шумпетера залишаються предметом наукового пошуку вітчизняних вчених Л. Антонюк, З. Варналія, А. Гальчинського, В. Гейця, І. Гладій, Я. Жаліла, Б. Кваснюка, Д. Лук'яненка, Ю. Макогона, А. Мельник, А. Мокія, В. Новицького, С. Писаренко, Є. Савельєва, С. Соколенка, О. Сохацької, Н. Тарнавської, А. Філіпенка.

Втім, вагомість наукового доробку названих вчених не заперечує актуальності проблем інтенсифікації двостороннього співробітництва у туристичній сфері, обґрунтування пріоритетів посилення конкурентоспроможності та концептуальних рішень стратегії українсько-французького туристичного співробітництва, розробки засобів зміцнення конкурентних переваг міжнародного туризму на інноваційних засадах.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є розвиток теоретико-методичних основ, визначення пріоритетних напрямів, форм та засобів посилення конкурентоспроможності українсько-французького туристичного співробітництва.

Досягнення означеної мети передбачало постановку та вирішення таких завдань:

- визначити теоретичні аспекти поняття «туризм»;
- узагальнити теоретичні положення розвитку міжнародного туризму з урахуванням конкурентних переваг потенціалу, географічної орієнтації міжнародних туристичних потоків для теоретичного обґрунтування пріоритетності двостороннього співробітництва в сфері туризму;
- визначити системні та структурні характеристики українсько-французького туристичного співробітництва для виявлення проблем забезпечення конкурентоспроможності і напрямів їх розв'язання;
- окреслити соціально-економічні передумови та конкурентні переваги українсько-французького співробітництва в туристичній сфері як основи вибору економічно доцільних напрямів, форм та засобів їх зміцнення на інноваційних засадах;
- виявити основні характеристики конкурентних переваг туризму в Україні та Франції;
- визначити відмінності та проблеми інституціонального забезпечення туристичної діяльності, напрями його вдосконалення в процесі українсько-французького співробітництва;

– обґрунтувати концептуальні рішення, програмно-цільові заходи забезпечення конкурентоспроможності українсько-французького співробітництва та інституціонально-структурних зрушень в туристичній сфері.

Об’єктом дослідження є двостороннє туристичне співробітництво України та Франції.

Предметом дослідження є обґрунтування пріоритетів і розробка засобів забезпечення конкурентоспроможності українсько-французького співробітництва у туристичній сфері.

Методи дослідження. Методологічною і теоретичною основою роботи є положення теорій міжнародної торгівлі, міжнародного життєвого циклу товару, міжнародного співробітництва, міжнародної та національної конкурентоспроможності, а також загальнонаукові та економіко-математичні методи: узагальнення, порівняння, історико-логічного, інституціонального і системного аналізу (для виявлення передумов, системно-структурних характеристик та особливостей інституціонального базису туристичного співробітництва, спільних та відмінних ознак розвитку туризму в Україні та Франції); стратегічного менеджменту та програмування (для обґрунтування пріоритетів і розробки системи засобів забезпечення конкурентоспроможності співробітництва України та Франції у туристичній сфері, організаційно-інституціональних засобів покращення інфраструктури).

У роботі використані міжнародні договори та нормативні документи, офіційні публікації та аналітичні звіти Європейської комісії, Всесвітньої туристичної організації, Європейської туристичної організації, матеріали експертних оцінок, праці вітчизняних та зарубіжних дослідників, монографії, матеріали періодичних видань і конференцій.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в удосконаленні теоретичних засад, обґрунтуванні пріоритетів та розробці системи засобів забезпечення конкурентоспроможності українсько-французького співробітництва у туристичній сфері. Основні положення дослідження, які визначають наукову новизну, полягають у наступному:

- обґрунтовані пріоритети, концептуальні рішення та програмні засоби стратегії українсько-французького співробітництва в туристичній сфері;
- удосконалено організаційно-інституціональне забезпечення конкурентоспроможності українсько-французького співробітництва в туристичній сфері.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних положень, аналітичних висновків та розробці прикладних рекомендацій з посилення конкурентоспроможності українсько-французького співробітництва.

Апробація результатів роботи та публікації. Основні положення та результати дослідження були оприлюднені третій всеукраїнській науковій web конференції молодих учених «Особенности развития регионов Украины в новых экономических условиях» (м. Сімферополь, 2012р.).

Структура та обсяг дослідження. Робота складається зі вступу, трьох розділів, структурованих на декілька підрозділів, висновків додатків та списку використаних джерел. У вступі пояснюється вибір теми, формується мета дослідження та його конкретні завдання, викладається актуальність, теоретичне значення та новизна дослідження, визначаються предмет і об'єкт вивчення, окреслюються використані в роботі методи та прийоми лінгвістичного аналізу. В першому розділі ми досліджуємо поняття «туризм» та визначення даного поняття, запропоновані різними науковцями. Також ми звертаємо увагу на специфіку міжнародного співробітництва в туристичній сфері та спільну політику України та Європейського Союзу у сфері забезпечення конкурентоспроможності туризму. У другому розділі ми вивчаємо тенденції розвитку туризму в Україні та Франції, туристичний потік між Україною та Францією та досліджуємо чинники та фактори зміцнення конкурентоспроможності українсько-французької співпраці в туристичній сфері. В третьому розділі ми наводимо стратегічні рішення конкурентних переваг в українсько-французькій співпраці та досліджуємо пріоритети

підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери України. У висновках представлені результати проведеного дослідження.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИЗМУ.

1. 1. Теоретичні аспекти сутності поняття «туризм».

Становлення України як незалежної Європейської держави та її інтеграція у світовий політичний та економічний простір передбачають необхідність визначення конкретних напрямків структурної перебудови господарства. Це дасть змогу ефективніше і якісніше використовувати ресурси, якими володіє країна. Одним з напрямків реалізації такої політики на макrorівні є надання пріоритету розвитку регіонів. Найважливіше завдання регіональної політики ми вбачаємо у пошуку та стимулюванні розвитку саме тих галузей та сфер діяльності, які є найбільш економічно доцільними для розвитку країни в цілому. Це зумовлено, перш за все, відмінністю в географічному розташуванні, в культурі того чи іншого регіону, в економічному розвитку, в прихильності до певних політичних сил і рухів тощо.

Розвиток туризму є одним з перспективніших шляхів виходу з економічної кризи. Саме завдяки йому досягли значного покращення показників економічного розвитку і зростання рівня життя такі країни: Греція, Єгипет, Туреччина, Іспанія. Водночас, туризм опосередковано сприяє розвитку й інших сфер економіки: торгівлі, будівництва, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання, комунікацій, транспорту, громадського харчування, побутового обслуговування. Розвиток туристичної індустрії допомагає у вирішенні багатьох соціальних проблем, зокрема зниженню безробіття і зростанню рівня зайнятості.

Проблемою дослідження теоретичних аспектів туризму займалося багато вітчизняних і зарубіжних вчених, серед яких виділимо таких: В. В. Богалдін – Малих [6], О. О. Бейдик [5], В. Д. Безносюк [4], Н. І. Кабушкін [17], В. А. Квартальнов [18], В. Ф. Кифяк [20], М. П. Мальська [26], В. В. Худо [26],

В. І. Цибух [26], І. М. Школа [54] та ін. У той же час відсутній єдиний підхід щодо визначення терміну «туризм», неоднозначно розкрито його сутність.

Туристична індустрія здатна принести доходи, які значно перевищують розмір вкладених у неї інвестицій, що підтверджується дослідженнями В. Д. Безносюка, за оцінками якого оборотність у ній в 4 рази вища, ніж в середньому в інших галузях народного господарства [4, 234].

Україна має сприятливі умови для розвитку туризму. З її достатньо привабливими туристичними ресурсами вона має всі можливості стати центром розвитку туризму в Центрально-Східній Європі. Вітчизняний туризм може стати однією з найбільш прибуткових сфер народногосподарського комплексу України, однак це можливо тільки за умови відповідних інвестицій у неї. Стимулювання розвитку туризму в економічно депресивних регіонах сприятиме створенню нових робочих місць і підвищення благополуччя населення [28, 58].

Для повного розуміння сутності туризму надзвичайно актуальним є питання щодо визначення його економічного і соціального значення. На нашу думку саме через призму цих двох аспектів і слід розглядати туризм як явище. Тобто соціальне явище, що носить назву туризм, має глибокий економічний зміст.

Соціальний аспект розвитку туризму реалізується через використання вільного часу, створення сприятливих умов для розвитку особистості, підвищення інтелектуального та культурного рівня нації, покращення національної свідомості, сприяння спілкуванню і взаєморозумінню між людьми. Аналіз економічної складової туризму проводиться через розкриття механізму діяльності і регулювання туристичної індустрії, визначення місця туризму в економічній системі, характеристику туристичного попиту і пропозиції.

Нині туризм як соціально-економічне явище набирає ознак самостійного виду економічної діяльності. По-перше, його суб'єктами є досить однорідні за призначенням і технологією виробництва товарів і послуг підприємства. По-

друге, поступово вдосконалюється система управління туризмом. По-третє, незважаючи на значну диверсифікацію, у туристичній індустрії створюється однорідна за цільовим призначенням продукція [54, 22-23].

Серед основних причин виникнення та розвитку туризму як соціально-економічного явища слід виділити: суспільні (рівень розвитку суспільства, виникнення товарно-грошових відносин, розвиток торгівлі); географічні (рівень природно-ресурсного потенціалу тієї чи іншої дестинації); демографічні (зростання кількості населення, збільшення частки вільного часу, рівень фінансових можливостей); історичні (історична спадщина); політичні (перерозподіл сфер впливу, освоєння нових територій, розвиток міждержавних зв'язків, спрощення прикордонних формальностей); мотиваційні (розвиток культури, мистецтва, науки, вплив релігії); екологічні (охорона і збереження природного навколишнього середовища).

На міжнародному рівні перші кроки розробки визначень щодо туризму були зроблені в 1937 р. Рада Ліги Націй визначила, що під категорію «турист» підпадають: особи, які здійснюють подорожі з метою відпочинку, покращення здоров'я, ознайомлення з пам'ятками природи, історії, культури; особи, які вирушають у ділові поїздки; особи, які відправляються у відрядження з будь-якою іншою метою; учасники морських круїзів, навіть якщо тривалість їх перебування в країні була меншою, ніж 24 години (таким чином, туристи — відвідувачі, що підпадають під ці категорії і тривалість їх перебування більше 24 годин) [58].

На сьогодні відповідно до змін, що були внесені у 1950 р. в м. Дублін, у 1963 р. в м. Рим, та у 1991 р. в м. Оттава, основною статистичною одиницею туризму є відвідувач — особа, яка подорожує в будь-яке місце, що знаходиться за межами її звичайного середовища, на термін, що не перевищує 12 місяців, і головною метою поїздки якої не є діяльність, яка оплачується із джерела в місці відвідування [11]. Відвідувачі, в свою чергу, поділяються на туристів і екскурсантів. Турист — відвідувач, який здійснює не менше, ніж одну ночівлю в колективному або індивідуальному засобі розміщення країни відвідування.

Одноденний відвідувач (екскурсант) — відвідувач, який не здійснює ночівлю в колективному або індивідуальному засобі розміщення країни відвідування.

Законодавством України (зокрема Законом України «Про туризм») «турист» ототожнюється з мандрівником і трактується як особа, яка здійснює подорож по Україні або в іншу країну з різною, не забороненою законом країни перебування, метою на термін від 24 годин до шести місяців без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та з зобов'язанням залишити країну або місце перебування у зазначений термін [13]. В свою чергу, туристична діяльність — це діяльність з надання різноманітних туристичних послуг відповідно до вимог законодавства України. На відміну від туристичної, екскурсійна діяльність — це діяльність по організації подорожей, що не перевищують 24 годин, у супроводі фахівця-екскурсовода за заздалегідь складеними маршрутами з метою ознайомлення з пам'ятками історії, культури, природи, музеями, з визначними місцями тощо [13].

Таким чином, як і міжнародне, так і національне законодавство розмежовує поняття туриста і екскурсанта. Критерієм розмежування є час перебування особи в новому для неї середовищі, а саме 24 години (оскільки, протягом цього часу буде здійснена ночівля). Відмінність полягає в тому, що відповідно до міжнародного законодавства турист перебуває за межами звичного середовища до одного року, а відповідно до Закону України «Про туризм» до 6 місяців. Крім того, у Законі України «Про туризм» робиться акцент на необхідності здійснення діяльності, що не заборонена законом країни перебування, і на зобов'язанні залишити країну або місце перебування у зазначений термін.

В умовах перетворення на одну з пріоритетних галузей національної економіки туризм можна розглядати в широкому і вузькому значенні. В широкому розумінні до туризму відноситься будь-яке переміщення особи у просторі, яке виходить за межі буденності або за рамки повсякденних справ. Так, щоденні поїздки з дому на роботу і з роботи додому, до туризму не відносяться, а постійні виїзди на рибалку чи в ліс — це туризм. Похід у

магазини по дорозі на роботу — це не туризм, а ось відвідування ярмарку або цілеспрямована поїздка в торговий центр в іншому місті відноситься до туризму, якщо ця поїздка не здійснювалась за товарами, які регулярно купуються для повсякденних потреб.

У вузькому значенні до туристичних відносяться всі спеціально організовані маршрути з переміщення громадян, які здійснюються за їх рахунок (або за рахунок організацій, що їх відправили) окрім переміщень, пов'язаних з виконанням професійних обов'язків. Фактично організацією туризму, у вузькому значенні, займаються спеціальні організації (туристичні підприємства, бюро, агентства та ін.), які в загальному називаються суб'єктами туристичної діяльності [20, 10].

Узагальнюючи вище сказане, ми дійшли висновку, що туризм явище складне і багатогранне. Саме тому в науковій літературі зустрічається достатньо багато його визначень (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Деякі визначення дефініції «туризм»

Визначення	Джерело
Туризм — діяльність, що відіграє важливе значення в житті народів завдяки впливу на соціальну, культурну, освітню і економічну області життя держав і їх економічних відносин.	[31, 54]
Туризм — взаємопов'язане об'єднання видів діяльності та організацій, які повністю або частково надають послуги транспорту, розміщення, товари та інші необхідні засоби для поїздки з будь-якою метою, що не пов'язана з повсякденною діяльністю, за межі постійного місця проживання.	[59, 36]

<p>Туризм — вид діяльності, що має важливе значення для життя людей і сучасних суспільств, перетворившись в важливу форму використання вільного часу окремими особами і основний засіб міжособистісних зв'язків і політичних, економічних і культурних контактів, що стали необхідними в результаті інтернаціоналізації всіх секторів життя націй.</p>	[31, 64]
<p>Туризм — це форма масового подорожування та відпочинку з метою ознайомлення з навколишнім середовищем, що характеризується екологічною, освітянською та іншими функціями.</p>	[5, 33]
<p>Туризм — діяльність, що найчастіше асоціюється з відпочинком, дозвіллям, спортом і спілкуванням з культурою і природою, і повинен плануватись і практикуватись як привілейований засіб індивідуального і колективного вдосконалення.</p>	[31, 93]
<p>Туризм — сфера економіки, що викликає в себе діяльність туристських організаторів, агентів і посередників.</p>	[17, 12]
<p>Туризм — це ряд явищ і взаємовідносин в результаті подорожей людей до тих пір поки це не призводить до їх постійного перебування в визначеному місці і не пов'язано з отриманням ними якої-небудь вигоди (доходу).</p>	[18, 26]
<p>Туризм — це вид рекреації, пов'язаний із виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення</p>	[26, 22]

працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними і культурно-розважальними цілями.	
Туризм — це тимчасовий виїзд (подорож) громадян країни, іноземних громадян з постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових, спортивних, релігійних та інших цілях без заняття, оплачуваною в країні тимчасового перебування, діяльністю.	[6, 16]
Туризм — тимчасовий виїзд людини з місця постійного помешкання з оздоровчою, пізнавальною або професійно-діловою метою без заняття діяльністю, що оплачується.	[13]

На основі наведених визначень, на нашу думку, можна запропонувати поділ визначень туризму на три основні групи.

До першої відносяться визначення запропоновані С. Р. Воутерсом та Н. І. Кабушкіним, які тлумачать туризм як сферу національної і міжнародної економіки, що включає в себе окремі підприємства і організації. Погоджуючись з даними авторами в тому, що туризм слід розглядати як окрему сферу національної економіки, яка займає вагоме місце в міжнародних зв'язках зазначимо, що в них не повністю розкривається сутність туризму, оскільки неналежна увага приділяється необхідності переміщення туристів з метою проведення часу та задоволення потреб.

До другої групи віднесемо визначення які запропонували О. О. Бейдик, М. П. Мальська, В. В. Худо, В. І. Цибух, В. В. Богалдін-Малих, що розглядають туризм як одну з форм переміщення, руху населення. Дані автори звертають увагу на необхідність фізичного переміщення подорожуючих з метою їх задоволення в процесі реалізації окремих функцій туризму. Саме як форма переміщення, туризм трактується і в Законі України «Про туризм». На відміну від першої групи визначень, туризм не визначається як окрема сфера економічної діяльності.

До третьої групи відносяться визначення відображені в міжнародних документах: Манільській декларації зі світового туризму, Гаазькій декларації з туризму, Глобальному етичному кодексі, в яких туризм трактується як соціальне явище, що безпосередньо пов'язане з проведенням вільного часу та задоволення індивідуальних чи колективних потреб. Дане соціальне явище відіграє вагомий роль у суспільстві та спрямовується на покращення політичних, економічних та культурних контактів. Недоліком визначень цієї групи є акцентування лише на соціальній складовій туризму тоді як економічній практично не приділяється увага.

Отже, окремо проаналізувавши кожну з наведених вище груп зазначимо, що туризм слід розглядати як вид соціально-економічної діяльності, який пов'язаний з переміщенням подорожуючих і спрямовується на всебічне задоволення їх потреб. Тому туризм — це вид соціально-економічної діяльності, який передбачає процес комплексної реалізації туристичного продукту споживачу (туристу), що тимчасово перебуває поза межами постійного місця проживання з метою задоволення його потреб без отримання ним доходу.

1. 2. Основи міжнародного співробітництва у сфері туризму.

У другій половині ХХ ст. почався бурхливий розвиток міжнародного туризму. За шість десятиліть (1950–2010 рр.) кількість подорожуючих у світі постійно зростала. Якщо в 1950 р. міжнародних туристів у світі було 25 млн. чол., то в 2010 р. їх уже було 935 млн. У 2009 р. експортні надходження від міжнародного туризму становили 852 млрд. дол. США (611 млрд. євро). Всесвітня туристська організація — ЮНВТО прогнозувала на 2011 р. зростання кількості міжнародних туристичних відвідувань на 4–5 %. Відновлення після світової фінансової кризи міжнародного туризму, відмічає Генеральний секретар ЮНВТО Талеб Ріфаї, є гарною новиною для всіх країн особливо для країн, що розвиваються.

Динамічність розвитку, урізноманітнення суспільних функцій та зростання ролі туризму як галузі господарства в умовах глобалізації потребують розробки питань узгодження туристської діяльності з природними, соціокультурними, еколого-економічними, інформаційно-технологічними можливостями як окремих країн і регіонів, так і світового господарства в цілому. Усе це свідчить про те, що роль багатостороннього співробітництва набуває все більш актуального значення.

Багатостороннє співробітництво реалізується в формі широких міжнародних форумів з питань туризму. Для прикладу можна навести Римську конвенцію ООН з міжнародного туризму і подорожей (1963 р.), Нараду з питань безпеки і співробітництва в Європі (Гельсінкі, 1975 р.), Всесвітню конференцію з туризму (Маніла, 1980 р.), Міжпарламентську конференцію з туризму (Гаага, 1989 р.).

У розвитку міжнародного співробітництва в сфері туризму значну роль відіграють багаточисельні міжнародні організації, що працюють на постійних засадах. Особливе значення мають Організація Об'єднаних Націй (ООН) і її спеціалізовані установи, а також ЮНВТО. 13 грудня 2005 р. Генеральна асамблея ВТО, затвердила нову скорочену назву своєї організації — ЮНВТО. На їх прикладах розглянемо цілі, завдання, форми і методи роботи по забезпеченню багатостороннього міжнародного співробітництва в сфері туризму.

Як показує практика міжнародних відносин, міжнародний туризм на всіх етапах свого розвитку є фактором, що сприяє покращенню взаємопорозуміння між державами і народами, важливим засобом укріплення миру і дружби, активним стимулятором розвитку зовнішньоекономічних, торгових і культурних відносин. Саме тому туризм завжди був, є і буде сприятливим підґрунтям міжнародного співробітництва.

Разом з тим без співробітництва країн у сфері туризму він не зміг би так успішно розвиватися. Якщо будь-яка країна знехтує повагу до недоліків у цій сфері і побажань іноземних туристів, то навряд чи до такої країни поїдуть

туристи. Ще гірше може бути, коли недоброзичливі стосунки між окремими країнами переносяться на іноземних туристів у вигляді будь-яких дискримінаційних заходів тощо. Тому більшість країн, зацікавлених у розвитку власних туристських зв'язків, проявляють турботу щодо встановлення й розвитку широкого міжнародного співробітництва в туристичній галузі.

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

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

Міжнародне співробітництво в сфері туризму розвивається на двосторонній та багатосторонній основі.

Двостороннє співробітництво виникає тоді, коли дві сторони домовляються між собою щодо довгострокових дій відносно розвитку взаємних туристських зв'язків. Цілі, форми і методи співробітництва закріплюються в спеціальних договорах, які зазвичай мають назву міждержавних (міжурядових) угод про співпрацю в сфері туризму. Такі угоди являють собою найбільш доступну й ефективну форму міжнародного співробітництва, тому що для їх узгодження й реалізації не потрібно створювати якихось складних організаційних структур. Тому практика двосторонніх угод широко застосовується багатьма країнами в тому числі й Україною. Нині наша країна

уклала більше тридцяти двосторонніх міжнародних угод. Зокрема, з Білоруссю (1993 р.), Киргизстаном (1993 р.), Литвою (2004 р.), Естонією (1994 р.), Польщею (1994 р.), Туреччиною (1994 р.), Єгиптом (1995 р.), Ізраїлем (1995 р.), Тунісом (1995 р.), Узбекистаном (1995р.), Болгарією (1996 р.), Грецією (1996 р.), Хорватією (1996 р.), Грузією (1997 р.), Кубою (1997 р.), Туркменістаном (1998 р.), Азербайджаном (1999 р.), Бразилією (1999 р.), Вірменією (1999 р.), Росією (1999 р.), В'єтнамом (2000 р.), Латвією (2000 р.), Македонією (2000 р.), Фінляндією (2000 р.), Китаєм (2001р.), Республікою Корея (2001р.), Словаччиною (2001р.), Угорщиною (2001 р.), Албанією (2002 р.), Іраном (2002 р.), Індією (2003 р.), Казахстаном (2000 р.), Ліваном (2003 р.), Сирією (2003 р.), Сербією і Чорногорією (2003 р.), Республікою Молдовою (2006) [78]. Готуються до підписання ще кілька десятків подібних міжнародних угод. Перевага надається встановленню договірних відносин з країнами, які є перспективними для України туристськими ринками. Вивчається міжнародний прогресивний досвід щодо впровадження практики створення нормативно-правової бази туризму, організації функціонування високорентабельної туристської індустрії, державного регулювання та стимулювання галузі. Конкретні заходи цієї співпраці, на нашу думку, передбачають:

- широку підтримку діяльності і співробітництва туристських організацій обох країн;
- спрощення (по можливості) прикордонних, митних і інших туристських формальностей;
- сприяння зростанню групових та індивідуальних подорожей між двома країнами;
- обмін туристською інформацією;
- надання допомоги в підготовці професійних кадрів для сфери туризму;
- координацію співробітництва туристських адміністрацій в рамках ЮНВТО та інших міжнародних туристських організацій;
- погодження на відкриття туристських рекламно-інформаційних бюро на території один одного.

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

Багатостороннє співробітництво передбачає координацію спільних дій щодо розвитку міжнародного туризму між кількома країнами. Така співпраця здійснюється на основі регулярного скликання міжнародних нарад, форумів з питань туризму і подорожей, а також створення і роботи різних міжнародних туристських організацій. Головним координатором багатостороннього співробітництва в сфері туризму виступає ООН. З перших днів створення ООН туризм став об'єктом прискіпливої уваги цієї організації і багатьох її спеціалізованих установ. Особливо важливу роль у розвитку міжнародного туризму відіграли такі документи ООН, як:

Загальна декларація прав людини, що була прийнята у 1948 р., у 24 ст. якої оголошується, що кожна людина має право на відпочинок і вільний час, включаючи розумне обмеження робочого часу й періодично оплачену відпустку;

Міжнародний пакт про економічні, соціальні і культурні права, прийнятий у 1966 р., у 7 ст. якого визначено, що держави зобов'язуються забезпечувати кожній людині право на відпочинок, вільний час, розумне обмеження робочого часу й періодично оплачену відпустку;

Міжнародний пакт про громадянські й політичні права, прийнятий у 1966 р., у ст. 12 якого говориться, що кожна людина вільна залишати будь-яку країну, включаючи свою власну.

Головні установи ООН, що займаються питаннями міжнародного туризму — це Генеральна асамблея, Економічна і соціальна рада, Секретаріат. Допоміжними установами по вирішенню цих питань є регіональні економічні комісії для Європи, Азії, Африки, Америки, які також регулюють проблеми регіонального туризму. Деякі питання туризму знаходяться в компетенції спеціалізованих установ, що входять в систему ООН. Найбільш активно займаються проблемами туризму:

Організація ООН з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО), яка розробляє і здійснює проекти по збереженню світової культурно-історичної спадщини й розвитку туризму, виконує велику роботу по збереженню й відродженню історичних місць і пам'ятників, а також по підготовці кадрів, встановленню технічних стандартів, обміну інформацією;

Міжнародна організація праці (МОП), яка опікується питаннями покращення умов праці, професійного навчання, соціального забезпечення, практики найму на роботу й взаємостосунків між службовцями й роботодавцями у тому числі в сфері туризму.

Продовольча і сільськогосподарська організація ООН (ФАО), яка надає допомогу туристським адміністраціям окремих країн з питань розробки проектів по використанню в туризмі лісів, рибних ресурсів, національних парків та інших природних об'єктів.

Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ), яка регулює в сфері туризму міжнародні санітарні норми, спрямовані на боротьбу з розповсюдженням інфекційних захворювань і забезпечення максимуму безпеки в цьому відношенні для міжнародних туристів і подорожуючих.

Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО), яка сприяє туризму шляхом розробки заходів, котрі спрощують необхідні формальності під час організації пасажирських авіаперевезень, особливо на міжнародних лініях.

Міжнародний банк реконструкції і розвитку (МБРР), який бере участь у фінансуванні великих туристських проектів і співпрацює з багатьма установами ООН з проблем міжнародного туризму.

Конференція ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД), яка має спеціальне відділення, що замається такими питаннями, як розробка політики в сфері потенційних можливостей туризму, складання статистики міжнародного туризму, консультування й підготовка оглядів розвитку міжнародного туризму.

Діяльність ООН у сфері міжнародного туризму широкомасштабна, охоплює більшу частину країн і приносить досить вагомні результати. Велике значення в розвитку міжнародного співробітництва в сфері туризму мають

міжнародні наради-форуми, на яких збираються представники туристських адміністрацій багатьох країн. Назвемо основні з цих нарад.

Конференція ООН з питань міжнародного туризму і подорожей, яка проходила в 1993 р. у м. Римі. В її роботі брали участь представники 87 країн — членів ООН. На конференції були розглянуті найважливіші на тому етапі питання, а саме:

- про розвиток співробітництва в міжнародному туризмі, у тому числі про участь країн у реалізації спільних проектів, наданні консультативної допомоги, підготовці фахівців, обміні інформацією;

- про правове забезпечення іноземних туристів, принаймні, були зроблені визначення понять «турист», «тимчасовий відвідувач» і надані рекомендації для всіх країн щодо спрощення формальностей для іноземних туристів.

Всесвітня конференція з питань туризму відбулася з ініціативи ЮНВТО у 1980 р. у столиці Філіппін м. Манілі. В її роботі брали участь представники 107 країн. На конференції було чітко визначено політичне значення міжнародного туризму, який може розвиватися тільки в умовах міжнародної безпеки, яка у свою чергу, стає суттєвим фактором забезпечення миру в усьому світі і є моральним і інтелектуальним чинником для міжнародної взаємодії й співробітництва. На цій конференції були розглянуті також значущі соціально-економічні питання розвитку туризму й прийняті відповідні рекомендації і рішення, які увійшли до тексту документа, що одержав назву Манільської декларації по туризму. У Декларації увага всіх країн зверталася на проблеми розвитку міжнародного туризму й шляхи усунення цих проблем, зокрема:

- на регулювання пропонованих туристського продукту й туристських послуг і поліпшення їх якості з урахуванням інтересів споживачів і місцевих виробників, організацію з цією метою професійної підготовки працівників туристських підприємств, захисту і збереження культурно-історичної спадщини і охорони довкілля;

- на технічну співпрацю в сфері туризму, включаючи обмін туристською інформацією, створення загальносвітової системи туристської інформації;

- на питання людських ресурсів в туристській галузі, включаючи підвищення іміджу професії й соціального статусу осіб, які працюють у туристській індустрії, а також на посилення уваги до їх професійної підготовки й підвищенню технічної компетентності;

- на забезпечення свободи пересування туристів — спрощення візових, прикордонних, митних та інших туристських формальностей, а також на відповідну підготовку співробітників служб, які відповідають за дотримання подібних формальностей.

На Манільській конференції було ухвалено рішення про щорічне проведення (починаючи з 27 вересня 1980 р.) Всесвітнього дня туриста.

Окрім перерахованих всесвітніх форумів з питань туризму і подорожей, проведених за ініціативою ООН і ЮНВТО, проходили й інші міждержавні наради і конференції, на яких велика увага надавалася співпраці в сфері туризму. Назвемо деякі з важливих форумів.

Нарада з безпеки і співробітництва в Європі відбулася в 1975 р. у м. Гельсінкі. У цій нараді взяли участь керівники 33 європейських держав, а також США і Канади. У прийнятому Заключному акті, крім іншого, велика увага була надана співпраці в туристській сфері. Учасники наради, підтвердили свої наміри всіляко заохочувати розвиток міжнародного туризму. З цією метою було погоджено великий комплекс заходів, включаючи:

- співробітництво в сфері розвитку й поліпшення матеріально-технічної бази туризму;

- виконання спільних туристських проектів, зокрема технічне співробітництво;

- взаємний обмін інформацією в сфері туризму;

- сприяння роботі туристських фірм і транспортних компаній;

- заохочення туристських подорожей у несезонний період;

- розвиток обміну студентами й фахівцями в сфері туризму;
- спрощення формальностей для в'їжджаючих туристів;
- проведення необхідних заходів для розвитку туристського бізнесу без ушкодження довкілля й культурно-історичної спадщини;
- проведення конференцій і симпозіумів з питань розвитку міжнародного туризму.

На цій нараді був визначений механізм реалізації ухвалених рішень, зокрема, передбачалися двосторонні і багатосторонні зустрічі експертів з питань туризму, координація роботи в міжнародних туристських організаціях.

Міжпарламентська конференція з питань туризму відбулася за ініціативою Міжпарламентського союзу і ЮНВТО у 1989 р. в Гаазі. В її роботі взяли участь парламентарі з 51 країни. Підсумком роботи конференції стало ухвалення Гаагської декларації по туризму. У ній було сформульовано 10 основних принципів розвитку туризму й відповідні рекомендації щодо їх реалізації. Особливу увагу була звернено на такі питання, як:

- місце туризму в системі економічного і соціального розвитку суспільства. Враховуючи все більш зростаюче значення туризму, конференція рекомендувала планувати туризм на комплексній основі, звертаючи особливу увагу на розвиток туристської інфраструктури, підготовку кадрів туристській індустрії, захист довкілля, підтримку малого бізнесу в сфері туризму і подорожей;

- необхідність спрощення туристських формальностей, коло яких з розвитком туризму постійно розширюється. Зверталася увага на те, що слід відрізнити перешкоди, що стосуються мандрівників, і перешкоди, що заважають роботі туристського бізнесу;

- безпека і захист туристів. Ці проблеми пов'язані з необхідністю дотримання туристськими і іншими адміністративними органами, перш за все приватним сектором, численних правил і постанов. Держави в'їзного і виїзного туризму повинні активно співпрацювати у використанні всіх засобів захисту й

безпеки туристів, особливо у випадках природного лиха, великих аварій, епідемій, терактів тощо.

З метою реалізації ухвалених рішень у сфері міжнародного туризму, Декларація закликала парламенти всіх країн вжити заходи щодо розробки всеосяжного національного законодавства з питань туризму.

Значний вклад у розвиток міжнародного туризму вносять і міжнародні туристські організації. Міжнародні туристські організації створюються на засадах добровільного членства й роботи в них представників туристської галузі різних країн. Такі організації діють відповідно до прийнятих статутів на постійній основі і є дуже ефективною формою міжнародної співпраці в туристській сфері. На початок ХХІ ст. у світі налічувалося близько 170 міжнародних туристських організацій.

Залежно від складу членів, їх статусу й представництва, а також статутних цілей і завдань міжнародні туристські організації кваліфікуються як:

- всесвітні і регіональні;
- офіційні (міжурядові) і неофіційні;
- універсальні і спеціалізовані.

Найбільш представницькою, авторитетною й активно діючою організацією є Всесвітня туристська організація (ЮНВТО), яка вважається міжурядовим універсальним органом співпраці країн у сфері туризму. У 1969 р. ООН ухвалила рішення про створення цієї організації, був прийнятий її Статут, і в 1975 р. відбулося перше засновницьке засідання Генеральної асамблеї ЮНВТО. Нині ЮНВТО об'єднує 139 дійсних і 6 асоційованих членів, а також понад 350 приєднаних членів, які в 1997 р. створили Ділову раду ЮНВТО. До неї входять понад 100 навчальних закладів світу, туристського й готельного профілю (серед них Київський університет туризму, економіки і права, готельний комплекс «Дніпро» (м. Київ) [48, 85].

Головним органом ЮНВТО є Генеральна асамблея, яка збирається один раз в два роки й ухвалює всі важливі рішення про вибори генерального секретаря, членів Виконавчої ради, про затвердження й розподіл кошторису

ЮНВТО, про прийом нових членів, про затвердження звітів і ухвалення планів роботи тощо.

Основна діяльність ЮНВТО зосереджена на таких напрямках:

– зміцнення співпраці країн з метою розвитку туризму. Для цього ЮНВТО розробляє рекомендації й надає допомогу урядам країн з багатьох питань туризму, включаючи розробку проектів, техніко-економічних обґрунтовувань, визначення потреб в інвестиціях, передачу технологій, а також маркетинг і просування туристського продукту;

– організація професійної підготовки у сфері туризму, створення базових навчальних структур, наприклад, курсів «навчання навчаючих», короткострокових і заочних курсів, а також мережі центрів ЮНВТО з професійної підготовки;

– сприяння забезпеченню сталого розвитку туризму й розв'язання проблем довкілля. З цією метою ЮНВТО бере участь в міжнародних форумах, присвячених охороні довкілля планети;

– підвищення якості туризму. ЮНВТО приділяє увагу питанням охорони здоров'я і безпеки туристів, усунення бар'єрів на шляху розвитку туризму, лібералізації туристського бізнесу;

– створення туристської статистики і дослідження ринку. ЮНВТО є основним центром зосередження (більш ніж з 180 країн і територій), аналізу й розповсюдження даних про туризм. Для членів ЮНВТО й туристської індустрії випускається серія видань з питань міжнародного туризму;

– розвиток комунікацій і системи документації у сфері туризму. У ЮНВТО працює видавничий підрозділ, який одночасно є органом із зв'язків з пресою. У центрі документації ЮНВТО зберігається великий обсяг інформації з різних джерел з питань туризму.

У 1985 р. ЮНВТО були розроблені й прийняті такі важливі документи як Хартія туризму і Кодекс туристів, які проголошують основні принципи туристського руху, закріплені в переліку прав і обов'язків туристів, виробників туристських послуг, державних адміністрацій і місцевого населення. Ще

однією міжурядовою туристською організацією стала Рада з туризму Співдружності Незалежних Держав (СНД), яка була створена відповідно до рішення глав урядів СНД. Діяльність Ради обмежується територією держав-членів і направлена на розвиток і зміцнення туристських зв'язків між ними. Для цього розроблені єдина форма статистичної звітності, правила ліцензування, створені система інформаційного забезпечення, видавнича база, запроваджена єдина система стандартизації туристських послуг, спрощені туристські формальності, налагоджена співпраця з питань підготовки кадрів, забезпечення безпеки туристів, встановлення єдиних вимог до класифікації готелів на території СНД тощо.

Діючі міжнародні і регіональні туристські організації є, в основному, неурядовими і об'єднують різні суспільні і приватні структури.

До універсальних відносяться міжнародні туристські організації, які зосереджують увагу на всіх основних питаннях розвитку міжнародного туризму. Найвпливовішими серед таких організацій є такі:

Всесвітня федерація асоціацій туристських агентств (FUAAV). До її складу входять національні асоціації туристських агентств різних країн. Надаючи допомогу в розв'язанні всіх найважливіших питань розвитку міжнародного туризму, Федерація виступає як прихильник лібералізації туристського бізнесу й захисту інтересів туристських фірм.

Міжнародна федерація туроператорів (IFTO). До її складу входять асоціації туроператорів і окремі туроператорські фірми різних країн. Вона також займається загальними питаннями розвитку міжнародного туризму і особливу увагу приділяє захисту інтересів туроператорського бізнесу.

Всесвітня асоціація туристських агентств (WATA). У цій організації беруть участь туристські агентства різних країн відповідно до встановленої норми представництва. Основною метою є стимулювання діяльності туристських агентств, захист їх інтересів перед туроператорами і транспортними компаніями.

До вузькоспеціалізованих відносяться міжнародні туристські організації, які об'єднують своїх членів з тих чи інших підприємницьких або суспільних інтересів. До таких вузькоспеціалізованих слід віднести:

Міжнародну готельну асоціацію (ІНА), яка об'єднує підприємців готельного бізнесу різних країн з метою розвитку їх співпраці в питаннях підвищення якості послуг, упровадження сучасних технологій і стандартів обслуговування, підвищення професіоналізму готельного персоналу тощо.

Міжнародну асоціацію повітряного транспорту (ІАТА), яка об'єднує авіатранспортні підприємства (авіакомпанії, аеропорти і ін.), що обслуговують основні міжнародні й внутрішні лінії. Її основне завдання полягає в розвитку їх співпраці з метою підвищення якості обслуговування пасажирів: створення найсприятливіших умов перевезення туристів, вдосконалення тарифної політики, упровадження нових технологій і стандартів, навчання персоналу, що займається бронюванням і оформленням квитків, проведення маркетингових досліджень, складання статистичних звітів тощо.

Міжнародна асоціація конгресного бізнесу (ІССА), яка об'єднує туристські фірми й підприємства різних країн, котрі займаються організацією обслуговування учасників міжнародних і національних конгресів, конференцій, симпозіумів тощо.

Міжнародне бюро з питань соціального туризму (ВІТS) об'єднує туристські організації профспілкових об'єднань різних країн з метою розширення їх співпраці в розвитку соціального туризму.

Міжнародне бюро молодіжного туризму (ВІТЕJ). У ньому беруть участь туристичні фірми й організації різних країн, що займаються молодіжним туризмом, з метою встановлення більш тісної співпраці.

Значну роль у розвитку співпраці в сфері міжнародного туризму виконують регіональні туристські організації. Вони покликані сприяти встановленню тісної співпраці між туристськими організаціями регіону, відстоювати їх інтереси в інших міжнародних туристських організаціях або на міжнародних туристських форумах. Найбільшими й авторитетнішими

регіональними туристськими організаціями є, наприклад, Американське суспільство туристських агентств (ASTA), Європейська туристська комісія (ETC), Асоціація туристських агентств країн Тихоокеанського регіону (PATA), Конфедерація туристських організацій країн Латинської Америки (COTAL).

Названі вище організації — це лише окремі приклади діяльності міжнародних туристських організацій. Міжнародна співпраця в сфері туризму має яскраво виражену тенденцію подальшого вдосконалення, що, поза сумнівом, позитивно позначатиметься на загальному розвитку цієї галузі.

Отже, нами проаналізовано та наведено тільки окремі приклади діяльності міжнародних туристичних організацій. Сьогодні міжнародне співробітництво в туристичній сфері демонструє тенденцію подальшого вдосконалення, що, без сумніву, буде позитивно впливати на загальний розвиток індустрії туризму.

1. 3. Спільна політика Європейського Союзу та України у сфері забезпечення конкурентоспроможності туризму.

У дослідженні процесів європейської інтеграції важливого значення набувають питання формування та реалізації спільних політик ЄС та напрямів їх діяльності. Дедалі більша увага звертається на можливості проведення спільних заходів у різних сферах і вдосконалення інституційних механізмів функціонування розширеного ЄС. На сучасному етапі однією з таких сфер є туризм, оскільки інтерес світової спільноти до ЄС як до туристичного регіону з кожним роком зростає. Проведення спільних заходів у цій сфері, а відтак, формування спільної політики, спричинять зміцнення його позицій у світовому масштабі та допоможуть налагодити співпрацю між державами-членами ЄС.

Для України актуальними є питання формування та реалізації її туристичної політики, оскільки туризм визнано пріоритетною сферою в нашій країні і його розвиток визначатиме її спеціалізацію у майбутньому. А співпраця з високорозвиненими державами та використання їхнього досвіду слугуватиме гарантом успіху та допоможе розвинути свою стратегію формування політики у

сфері туризму та інституційного забезпечення відповідно до норм ЄС, що сприятиме налагодженню контактів та інтеграції України в ЄС.

Україна приділяє велику увагу розвитку співпраці з ЄС з огляду на можливості просування національного туристичного продукту на європейському ринку, залучення до інформаційного простору, передового досвіду організації туристичної діяльності, посилення євроінтеграційних процесів у нашій державі, тому що це сприятиме забезпеченню конкурентоспроможності туристичної галузі України, що в свою чергу позитивно вплине на подальший економічний розвиток держави. Адже за своїм туристично-рекреаційним потенціалом Україна має всі можливості стати одним з провідних європейських туристичних центрів.

Державна політика України в сфері туризму спрямована на створення правових, організаційних і економічних основ формування сучасної конкурентоздатної туристичної індустрії.

Туризм є однією з найбільших і динамічних галузей економіки, високі темпи розвитку та збільшення обсягів валютних надходжень якого активно впливають на різні сектори економіки, що сприяє формуванню власної туристичної індустрії. Туристична діяльність в Україні сприяє розвитку тих територій, де є рекреаційні ресурси і немає перспектив для промисловості. Завдяки розвитку туристичної галузі стало можливим підвищення життєвого рівня населення, розвиток інформаційних та інших технологій, транспорту, громадського харчування, сфери розваг, водночас забезпечується збереження та відновлення пам'яток історії, архітектури, культури.

Україна з перших днів незалежності впевнено стала на шлях створення власної туристичної індустрії, що являє собою сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорт, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів, проголосивши туризм пріоритетною галуззю розвитку економіки. При чому

євроінтеграційна політика України спрямована на вступ до Європейського Союзу.

Забезпечення євроінтеграційної діяльності є невід'ємною складовою реалізації державної політики у сфері туризму як складової забезпечення конкурентоспроможності, що визначається Законом України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 р. № 1282-IV (розділ VII, ст. 35) [13]. Цілеспрямована та системна діяльність щодо розвитку міжнародних туристичних зв'язків, врахування досвіду країн ЄС в забезпеченні конкурентоспроможності, а також євроінтеграційних процесів в Україні є ефективним механізмом створення сприятливого для розвитку туризму середовища, інтеграції нашої країни в європейську спільноту, ефективного використання туристичних ресурсів, розбудови транскордонної інфраструктурної мережі, розвитку національної економіки та культури.

Розвиток співпраці з ЄС відбувається згідно з програмою імплементації Угоди про партнерство і співробітництво між Україною та ЄС (УПС) [49; 81], Указом Президента України від 11.06.1999 р. № 615/98 «Про затвердження Стратегії інтеграції України до Європейського Союзу» [40] та від 14.09.2000 р. № 1072/2000 «Про Програму інтеграції України до Європейського союзу» [42], рішеннями самітів Україна — ЄС, дорученнями Президента, які стосуються співробітництва України з ЄС, Указом Президента України «Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у сфері туризму» [41], Державною програмою підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007 рр. та Державною програмою інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004-2007 рр., затвердженими Указом Президента України від 13.12.2003 р. № 1433/2003, постановою Кабінету Міністрів України від 31.03.2004 р. № 417 «Про додаткові заходи щодо посилення роботи з адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу», дорученням Прем'єр-міністра України від 29.01.2002 р. № 956/3 до Постанови Верховної Ради України від 17.01.2002 р. № 2999-III «Про рекомендації за

підсумками парламентських слухань з питань реалізації державної політики інтеграції України до Європейського Союзу», розпорядженнями Кабінету Міністрів України від 28.06.2003 р. № 382 «Про першочергові заходи з виконання Угоди про партнерство та співробітництво між Україною та Європейськими Співтовариствами (Європейським Союзом) і удосконалення інституційного забезпечення діяльності органів виконавчої влади у сфері європейської інтеграції» та від 4.03.2004 р. № 111-р «Про заходи щодо реалізації пріоритетних положень Програми інтеграції України до Європейського Союзу в 2004 р.», іншими дорученнями Президента, розпорядженнями та дорученнями Уряду України, що стосуються співробітництва України з ЄС, рекомендаціями міністерства закордонних справ України, актами міжнародного права [72].

У ст. 72 Розділу VII «Економічне співробітництво» УПС йдеться про туризм і визначаються такі заходи: «Сторони розширюють та розвивають співробітництво між ними, яке включає: сприяння туризму, співробітництво між офіційними туристичними організаціями, збільшення потоку інформації, передачу «ноу-хау», вивчення можливостей спільної діяльності, підготовку персоналу з метою розвитку туризму» [12, 476].

В Україні за сферу туризму відповідає Державне агентство України з туризму та курортів (Держтуризмкурорт України), яке є: «є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Віце-прем'єр-міністра України — Міністра інфраструктури України, входить до системи органів виконавчої влади і забезпечує реалізацію державної політики у сфері туризму та курортів» [85] та Управління культури та туризму облдержадміністрацій, які створюються в кожній області. Розвиток міжнародного туристичного співробітництва є головною функцією і першорядним напрямом діяльності Державного агентства України з туризму та курортів, яка націлена на розбудову договірно-правової бази, укладання та виконання міжурядових і міжвідомчих угод про співробітництво у сфері, інших міжнародних договірних актів, протоколів,

періодичних планів і перспективних програм розширення міжнародної туристичної співпраці, розвитку інституційних зв'язків на двосторонній основі в межах відповідних органів (міжурядові комісії, міжвідомчі робочі групи з туризму тощо) та на багатосторонній основі в межах міжнародних туристичних організацій, а також виконання євроінтеграційних завдань у сфері туризму, організація міжнародних заходів в Україні та за кордоном інституціонального, науково-практичного та інформаційно-рекламного характеру (зустрічі, засідання, візити, семінари, виставки та інші).

Найважливішим напрямом роботи залишається розбудова договірно-правової бази зовнішніх зносин — на 1.04.2006 р. укладено 43 міжурядові та міжвідомчі угоди про співробітництво в галузі туризму, з них 9 — з країнами ЄС (Естонією — 1994 р., Польщею — 1994 р., Грецією — 1996 р., Фінляндією — 2000 р., Латвією — 2000 р., Угорщиною — 2001 р., Словаччиною — 2001 р., Литвою — 2004 р., Чехією — 2006 р. Готуються до підписання міжнародні угоди з такими розвиненими туристичними країнами ЄС, як Іспанія, Італія, Кіпр, Мальта, Португалія, Словенія, Франція [73].

Двостороння співпраця розбудовувалася, насамперед, шляхом проведення щорічних засідань міжвідомчих робочих груп з туризму та участі у роботі міжурядових комісій, особливо з країнами, з якими створено правову базу співробітництва, а також реалізації міждержавних, міжурядових і міжвідомчих програм і протоколів довгострокового та середньострокового співробітництва.

У межах реалізації міжурядових і міжвідомчих угод про співробітництво в сфері туризму створено 10 міжвідомчих робочих груп з такими країнами ЄС: Австрією, Італією, Латвією, Литвою, Німеччиною, Польщею, Словаччиною, Словенією, Угорщиною, Чехією [72]. У межах двостороннього туристичного співробітництва відбулося кілька важливих візитів міністрів туризму і керівників відповідних туристичних відомств, інших державних органів зарубіжних країн в Україну, а також керівництва органу виконавчої влади у сфері туризму України до іноземних країн, що значною мірою сприяли налагодженню конструктивного діалогу, оптимізації взаємодії у забезпеченні

стабільних туристичних потоків, збільшенні обсягів туристичних обмінів, підвищенню економічної ефективності туристичних зв'язків (насамперед, з керівниками таких країн, як Австрія, Греція, Італія, Німеччина, Франція, Польща, Латвія, Литва, Словенія).

Співпраця з ЄС відкриває великі можливості для використання організаційно-фінансових механізмів та підвищення економічної ефективності національної туристичної сфери, що закладе принципи здорової конкуренції в галузі. Зважаючи на це, через Спеціальне представництво України при ЄС Держтурадміністрація подала заявку щодо включення України у перспективні програми співробітництва у сфері туризму, зокрема фінансової та технічної допомоги, а також інвестиційні проекти ЄС. Це якісно вплинуло б на розбудову туристичної сфери України, сприяло б соціально-економічному та культурному розвитку нашої держави, підвищило б конкурентоспроможність як туристичних підприємств України, так і туристичної галузі загалом.

Задля посилення значення туризму як пріоритетної сфери економіки внесено пропозиції в частині туризму до проекту Спільної доповіді з оцінки стану виконання Угоди про партнерство та співробітництво між Україною та ЄС, здійснюються офіційні переклади відповідних нормативно-правових актів з метою адаптації законодавства України у сфері туризму до законодавства ЄС.

Розроблено заходи щодо державної підтримки розвитку молодіжного та дитячого туризму, затверджені розпорядженням Кабінетом Міністрів України від 12.05.2004 р. № 298-р. «Концепція державної політики України щодо розвитку молодіжного туризму» передбачає реалізацію комплексу завдань з пріоритетних напрямів стимулювання розвитку усіх видів молодіжного туризму, які сприятимуть розв'язанню соціально-економічних і культурних проблем, активізації діяльності туристичних підприємств різних форм власності і інвестиційних процесів [74].

Одним з найважливіших заходів визнано створення комфортних умов для туристів і осіб, що подорожують. Для цього необхідно реалізувати інвестиційні проекти з реконструкції та будівництва об'єктів туристичної інфраструктури,

створити мережу спеціалізованих об'єктів туристичної інфраструктури, облаштувати існуючі та обладнати нові місця короткочасного відпочинку автотуристів, забезпечити інформаційну підтримку (карти, схеми, довідники, буклети для автотуристів), створити інформаційний банк даних з планами туристичних маршрутів і об'єктів туристичної інфраструктури, інформаційних туристичних пунктів. Україна також зацікавлена у залученні технічної допомоги ЄС для реалізації спільних проектів у сфері туризму (дослідження стану туристичної інфраструктури транспортних коридорів - шляхової мережі, туристичних потоків тощо) в межах реалізації Програми розбудови туристичної інфраструктури.

Важливе значення для сфери туризму та економіки країни загалом має конструктивне вирішення питань лібералізації формальностей, пов'язаних з в'їздом іноземців до України. Від цього безпосередньо залежить збільшення кількості іноземних туристів у нашій державі, обсягів валютних надходжень до бюджету, інтенсифікація процесів інтеграції відповідно до Угоди про партнерство та співробітництво між Україною та Європейським Союзом.

Ці заходи мають на меті підвищити привабливість української туристичної пропозиції для іноземних туристичних фірм і туристів, сприяти збільшенню туристичних потоків до України, пошвавленню міжнародної туристичної співпраці у сфері туризму та забезпеченню надання конкурентних послуг представниками туристичної галузі України.

Необхідною передумовою отримання реального економічного ефекту від туризму та пошвавлення євроінтеграційних процесів в Україні є лібералізація на взаємній основі формальностей, пов'язаних з подорожами українських туристів до зарубіжних туристичних країн, насамперед процедури видачі в'їзних туристичних віз до країн традиційного туризму зони ЄС.

Держтуризмкурортів України постійно слідкує за вирішенням питання лібералізації формальностей, пов'язаних з міжнародними туристичними пересуваннями, насамперед прикордонних і візових процедур в'їзду іноземних

туристів в Україну, як ефективного інструмента нарощення обсягів в'їзного туризму, що є найбільш економічно вигідним для національної економіки.

Відкритість, демократичний та євроінтеграційний курс України, зняття візових бар'єрів може, насамперед, вплинути на збільшення обсягів туристичних обмінів, а також зміцнити позиції національного турпродукту на європейському ринку, сприяти перетворенню туристичної галузі у високопродуктивну складову економічного зростання, забезпечення конкурентоспроможності, підтримки регіонів, збільшення валютних надходжень до державного бюджету, створення робочих місць, підвищення рівня життя українських громадян.

Держтуризмкурортів України подає пропозиції щодо розширення переліку країн, з якими встановлюється безвізовий режим в'їзду їхніх громадян до України, за рахунок включення у перспективі країн, які не становлять небезпеки для України з точки зору нелегальної міграції.

Держтуризмкурортів України докладає зусилля для забезпечення права українських громадян на вільні подорожі та свободу пересування, вільний доступ до турпродукту іноземних країн відповідно до документів ООН та ВТО, зокрема Загальної декларації прав людини, Хартії туризму, рішень Гаазької конференції, Глобального етичного кодексу туризму. Адже, як відомо, практика організації туристичних подорожей українських туристів за кордон ще далека від досконалості.

Очевидним успіхом на шляху євроінтеграції стало отримання 22 квітня 2005 р запрошення Україною від керівництва Європейської туристичної комісії (ЄТК) приєднатися до цієї організації [73]. Нагадаємо, що Європейська туристична комісія заснована 1948 р. і є однією з провідних галузевих структур ЄС, що налічує 37 європейських країн-членів, представлених у цій організації національними маркетинговими туристичними організаціями [63]. Головною метою ЄТК є створення спільного простору європейського туризму через проведення відповідної політики та діяльності, насамперед рекламно-

інформаційної, з просування інтегрованого іміджу та корпоративного турпродукту об'єднаної Європи на світовому ринку).

Запрошення до ЄТК стало результатом цілеспрямованої та системної діяльності Державної туристичної адміністрації України, спрямованої на виконання євроінтеграційних завдань у межах реалізації державної політики в галузі туризму з огляду на реальні можливості зміцнення позицій національного турпродукту на європейському ринку, перетворення галузі на високопродуктивну складову економічного зростання нашої держави, підтримки регіонів, збільшення валютних надходжень до державного бюджету, створення робочих місць, підвищення рівня життя українських громадян. Під час візиту до Австрії Президента України В. Ющенка (12.07.2005 р.) та його зустрічі з Президентом ЄТК Артуром Оберашером була висловлена підтримка набуття Україною членства у ЄТК найближчим часом.

18 жовтня 2005 р. Україна була одностайно прийнята до ЄТК на засіданні Генеральної асамблеї цієї організації (м. Відень, 16-19.10.2005 р.). Завдяки своєму членству у ЄТК Україна отримала доступ до інформаційно-аналітичних матеріалів, бере участь у наповненні інтернет-порталу, який є одним із пріоритетних напрямів діяльності ЄТК й створюється з метою пропагування туристичних ресурсів країн-учасниць в Європі та за її межами. Окрім того, наша держава отримала змогу увійти до програми досліджень європейських туристичних ринків, яка запроваджується ЄТК і може брати участь у заходах, спрямованих на обмін досвідом щодо розвитку туристично-курортної сфери, які запроваджуються у країнах-учасницях [86]. Це є одним з перших кроків на шляху входження нашої держави до організаційних структур ЄС і має стратегічне значення з огляду на можливості використання механізмів ЄС, у тому числі фінансових, для підвищення ефективності національної туристичної політики, врахування європейського досвіду в забезпеченні конкурентоспроможності туризму, просування українського турпродукту на європейському ринку, впливу на туристичні потоки з точки зору їх спрямування на розвиток в'їзного туризму в Україну, що є найбільш

економічно вигідним, зміцнення авторитету нашої держави серед європейської спільноти, реалізації євроінтеграційного курсу нашої держави.

Значною перешкодою розвитку міжнародного інституційного співробітництва Державного агентства України з туризму і курортів залишається недостатність бюджетного фінансування цього виду діяльності. Ефективний розвиток міжнародної діяльності безпосередньо залежить від надання організаційно-методичної та фінансово-економічної підтримки туризму з боку держави. Туризм — високоприбутковий сектор економіки, що приносить багатомільярдні доходи до бюджету держав і важливий чинник підвищення міжнародного авторитету держави — повинен отримувати відрахування від щорічних надходжень до бюджетів усіх рівнів від підприємств туристичної сфери та витрат туристів. Досвід країн, де туризм досяг значного розвитку, свідчить, що без державних вкладень розвиток туризму неможливий, при цьому вкладення є, по суті, не витратами, а інвестиціями у сферу, що дає високі та швидкі прибутки.

Наприклад, Уряд Греції щорічно спрямовує на потреби міжнародної та інформаційно-рекламної діяльності у сфері туризму в середньому 80 млн. дол. США, Іспанії — 70 млн. дол. США, Австрії — 48 млн. євро, Угорщини — 10 млн. дол. США, Чехії — 3 млн. дол. США. Загалом аналіз принципів організації туристичної галузі країн виявив, що головні гравці на світовій туристичній арені, які мають розвинену індустрію туризму, витрачають на міжнародну та промоційну діяльність на менш ніж 10 млн. євро на рік. Наприклад, Нідерланди фінансують у середньому проведення тільки у межах країни таких щорічних заходів: 5000 — місцевого та 1500 — регіонального рівня, 10-20 — загальнонаціонального масштабу та 1 — великого міжнародного значення, в Австрії щорічно відбувається близько 1500 заходів маркетингового характеру, в тому числі електронного маркетингу [72].

Потрібно вирішити ще низку питань з розбудови співпраці України з державами-членами ЄС у сфері туризму з метою створення спільного простору європейського туризму, впровадження інноваційної моделі розвитку України як

туристичної держави, з огляду на значний туристичний потенціал України, та запобігання негативним наслідкам для туристичного співробітництва.

Одним з основних є проведення системної роботи щодо адаптації туристичного законодавства України до відповідних директив і стандартів ЄС, що передбачало б, насамперед, покращення діяльності по захисту прав українських та іноземних споживачів туристичних послуг, наближення України до світових стандартів туристичного обслуговування. Міністерство культури і туризму особливо зацікавлене у сприянні з боку країн-членів ЄС щодо врахування у цільових програмах бюджетного фінансування вищезазначених потреб, у тому числі в плані здійснення моніторингу з наданням офіційних перекладів директив та інших правових актів ЄС у сфері туризму, а також міжнародних стандартів щодо туристичних, готельних послуг і послуг закладів харчування.

Україна також зацікавлена у наданні методичної допомоги з боку відповідних структур ЄС і його держав-членів у роботі з гармонізації національного законодавства у сфері туризму з відповідними міжнародними нормами. У цьому зв'язку була б бажаною технічна допомога ЄС щодо надання та перекладу законодавчих актів ЄС у сфері туризму з метою подальшого їх врахування при підготовці відповідних законопроектів України, спрямованих на підвищення ефективності туристичної сфери України.

Українська сфера туризму потребує сприяння з боку відповідних структур ЄС та держав-членів ЄС Міністерству культури у питаннях приведення якості туристичних послуг до міжнародних стандартів, гармонізації системи стандартизації та сертифікації підприємств туристичної та курортної сфери, що надають послуги розміщення та харчування в Україні, з нормами ЄС.

Для розширення туристичного співробітництва з державами-членами ЄС, диверсифікації туристичної пропозиції, підвищення конкурентоспроможності українського турпродукту важливим є сприяння з боку ЄС щодо залучення інвестицій до розбудови туристичної та курортної інфраструктури українського туризму, в тому числі транскордонної, а також створення корпоративних

турпродуктів (особливо міжнародних маршрутів транскордонними територіями) та їх ефективного маркетингу на європейському та світовому ринках.

Необхідно проводити в Україні міжнародні спеціалізовані семінари, конференції з залученням вітчизняних та іноземних організацій до вивчення передового досвіду організації туристичної діяльності, освоєння туристичних ринків, визначення перспектив розвитку новітніх технологій надання туристичних послуг, формування туристичної стратегії та стандартів обслуговування, а також брати участь у відповідних заходах за кордоном.

Слід налагодити систему обміну досвідом на постійній основі з відповідними структурами ЄС, а також державних органів з туризму країн-членів ЄС щодо законодавчого та організаційного забезпечення високопродуктивної туристичної діяльності, зокрема адаптації національного законодавства у сфері туризму до відповідних директив ЄС, організації системи сертифікації у сфері туризму, процедури запровадження міжнародних стандартів якості туристичних послуг.

Для забезпечення міжвідомчої координації євроінтеграційної діяльності, узгодження її бюджетного фінансування, а також оптимізації механізмів використання міжнародної технічної допомоги необхідно створити міжвідомчу Робочу групу з євроінтеграції, передбачивши функціонування підгруп за тематичними напрямками, зокрема туризму.

Практичний досвід країн з розвиненим туризмом доводить необхідність надання державної підтримки розвитку туризму, зокрема фінансування міжнародної діяльності як одного з основних напрямів реалізації державної політики у сфері туризму, що є передумовою розвитку міжнародного туризму, формування галузі як високоприбуткового сектора економіки, чинника соціального розвитку та культурного піднесення країни при збереженні її самобутності, гармонійної інтеграції України в європейські та світові глобалізаційні туристичні процеси.

Проаналізувавши викладений матеріал, можна стверджувати, що за своїм туристично-рекреаційним потенціалом Україна має всі можливості стати туристичною державою світового рівня. Розширення міжнародних зв'язків і співробітництва між Україною та міжнародними організаціями у сфері туризму відкриває нові шляхи для просування національного туристичного продукту на світовому ринку, залучення до світового інформаційного простору, передового досвіду організації туристичної діяльності.

На нашу думку, на сьогодні існують всі передумови для розвитку конкурентоздатної галузі туризму в Україні. Однак для збільшення залучення іноземних туристів необхідно вжити заходів, таких як: усунення перешкод, пов'язаних з різними формами власності туристичних підприємств; незадовільним управлінням, спричиненим відсутністю відповідно підготовлених кваліфікованих кадрів; будівництво нових туристичних об'єктів з високим рівнем комфорту; розширення спортивно-рекреаційних послуг; підвищення якості лікувальних послуг; розширення спектру пропонованих побутових послуг.

Залучення новітніх технологій до сфери туризму надасть можливість ефективно використовувати наявні туристичні та рекреаційні ресурси, сприяти розвитку сучасної туристичної інфраструктури, збільшити об'єм туристичних послуг та товарів, покращити їх якість, створити сприятливі умови для задоволення потреб туристів, підвищити рівень транспортної інфраструктури, створити умови для відновлення оточуючого середовища, об'єктів історико-культурної спадщини, підвищити забезпеченість кадрами галузь туризму.

Україна зацікавлена у продовженні та поглибленні євроінтеграційного напрямку, насамперед, з урахуванням завдань адаптації туристичного законодавства України до відповідних директив і стандартів ЄС; лібералізації прикордонних і митних формальностей для туристів, які здійснюють подорожі між Україною та державами-членами ЄС, що є для України генеруючими туристичними ринками; приведення якості туристичних послуг до міжнародних стандартів, гармонізації системи стандартизації та сертифікації підприємств

туристичної та курортної сфери, що надають послуги розміщення та харчування в Україні, з нормами ЄС; використання європейського досвіду з забезпечення конкурентоспроможності туристичної індустрії; залучення фінансової та технічної допомоги з боку ЄС у туристичну та курортну галузь України щодо реалізації пріоритетних проектів розвитку туризму, в тому числі на регіональному рівні, у галузі сільського зеленого туризму, малого та середнього туристичного бізнесу, транскордонного співробітництва, розбудови інфраструктури туризму впродовж транспортних коридорів, а також популяризації позитивного туристичного іміджу України на європейському ринку.

Отже, сучасні умови світових інтеграційних процесів і важливість забезпечення розвитку туристичної галузі вимагають урахування управлінських рішень організаційних структур не лише на загальнодержавному та регіональному рівнях, але й тих, що створені в рамках транскордонного співробітництва й участі у європейських і світових організаціях. Такі органи здебільшого мають недержавний статус, проте ефективна співпраця з ними дозволяє здійснювати обмін досвідом, реалізовувати спільні проекти, розвивати туристичну інфраструктуру.

Висновки до розділу

1. Досліджено теоретичні аспекти сутності поняття «туризм». Розглянувши основні підходи різних дослідників до цього терміну, ми запропонували наше визначення поняття «туризм» — це вид соціально-економічної діяльності, який передбачає процес комплексної реалізації туристичного продукту споживачу (туристу), що тимчасово перебуває поза межами постійного місця проживання з метою задоволення його потреб без отримання ним доходу.

2. Міжнародне співробітництво в туристичній сфері забезпечується завдяки діяльності міжнародних організацій, які приділяють свою увагу проблемам туризму. Регулярно організовуються конференції в яких беруть

участь різні країни і обговорюють стан розвитку туризму на всіх рівнях та приймають рішення щодо розвитку туристичної сфери на міжнародному рівні. Між країнами підписуються міжнародні договори та угоди щодо співпраці в сфері туризму.

3. Сучасні умови світових інтеграційних процесів і важливість забезпечення розвитку туристичної галузі вимагають урахування управлінських рішень організаційних структур не лише на загальнодержавному та регіональному рівнях, але й тих, що створені в рамках транскордонного співробітництва й участі у європейських і світових організаціях. Такі органи здебільшого мають недержавний статус, проте ефективна співпраця з ними дозволяє здійснювати обмін досвідом, реалізовувати спільні проекти, розвивати туристичну інфраструктуру. Нами проаналізовано співробітництво України з Європейським Союзом в туристичній сфері з метою забезпечення конкурентоспроможності як інтеграційного чинника нашої держави до європейських структур.

РОЗДІЛ 2.

ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ ТА ФРАНЦІЇ.

2. 1. Тенденції розвитку туризму в Україні та Франції.

Більшість країн Центральної, Східної та Південної Європи на етапі ринкової трансформації економіки, як зазначає Ю. В. Мігущенко, у тому числі рекреаційної галузі, зіткнулися з проблемою диспропорційності розвитку цієї галузі. Як вважає один із провідних спеціалістів у сфері туризму і рекреації Р. А. Браймер, «у даний час найбільш стримуючим фактором у розвитку туризму і рекреації на суспільному рівні є відсутність уваги і підтримки з боку політиків і влади. Коли на туризм не звертають уваги, його прибутки не визначені, відсутнє ретельне планування і, як наслідок, відсутній і розвиток. Коли тільки з'явиться глибокий інтерес на законодавчому рівні, будуть об'єднані зусилля для підвищення статусу індустрії туризму на більш високий рівень не тільки у вигляді декларацій, але й будуть проведені конкретні заходи для встановлення і підтримки економічних зв'язків, почне ефективно діяти маркетинг у сфері туризму, тільки тоді можливо розраховувати на конкретні результати» [9, 56] (переклад наш).

Усвідомлення важливості ефективної некомерційної рекламно-промоційної діяльності з популяризації туристичного потенціалу відчувається в діяльності майже всіх країн Центральної, Східної та Південної Європи. Промоцією туристичних можливостей в країнах займаються державні органи управління, а також спеціалізовані допоміжні організації (бюро, департаменти), які частково фінансуються за рахунок державного бюджету: в Угорщині інформаційно-рекламною діяльністю у сфері туризму займається Національне туристичне бюро, яке має 23 закордонних представництва; у Польщі рекламою туристичного продукту в країні і за кордоном займається Польська туристична організація; питаннями розвитку туризму та регулювання в'їзного туризму на Мальті займається Мальтійське управління з туризму (МТА). Особливістю

регулювання розвитку в'їзного туризму на Мальті є діяльність МТА з організації Мальтійських клубів за кордоном, які об'єднують компанії, які обрали Мальту своїм пріоритетним напрямом: провідна роль у репрезентації Італії на міжнародному туристичному ринку належить Національному управлінню з туризму, яке має розгалужену мережу представництв за кордоном (25 представництв у 20 країнах світу) [76].

Відповідно до ролі держави в туристичному секторі виділяють зазвичай три типи моделей участі держави в регулюванні туристичної сфери. В. Бессонова, аналізуючи роль держави в організації й розвитку рекреаційної діяльності в різних країнах світу, виділяє три типи моделей державної участі в регулюванні цієї важливої складової національної економіки [71]. Перша модель припускає відсутність центральної державної туристичної адміністрації, усі питання вирішуються на місцях на засадах та принципах ринкової «самоорганізації». Урядові органи використовують таку модель у тих випадках, коли туризм національній економіці взагалі не дуже погрібний або коли суб'єкта туристичного ринку займають сильні позиції, тобто здатні вирішувати свої проблеми без державної участі. Ця модель управління індустрією туризму прийнята в США після того, як у 1997 р. була ліквідована державна структура U.S. Travel and Tourism (USTTA), що відповідала за розвиток туризму в країні.

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

Третя модель переважає в розвинутих європейських державах. У країнах, де використовується така модель, питання розвитку рекреаційної діяльності

вирішуються в певному багатогалузевому міністерстві на рівні відповідного галузевого підрозділу. При цьому діяльність підрозділу даного міністерства, що відповідає за розвиток туризму та рекреації в країні, розвивається у двох напрямках: вирішення або регламентація загальних питань державного регулювання (розробка нормативно-правової бази, координація діяльності регіональної представницької й виконавчої влади, міжнародне співробітництво на міждержавному рівні, збирання й обробка статистичної інформації тощо) та спрямування й координація маркетингової діяльності (участь у виставках і міжнародних об'єднаннях у туристичній сфері, управління туристичними представництвами своєї країни за кордоном тощо).

Ця модель діє в: Франції, Іспанії, Великобританії, Італії та Угорщині, на частку яких, за даними Всесвітньої туристичної організації, припадає близько 1/3 світових туристичних переміщень [70].

Україна належить до моделі другого типу. Україна — це країна, яка займає одне з найвигідніших положень у Європі. Вона розташована на перехрестях транспортних та людських потоків з Півночі на Південь та із Заходу на Схід. На території держави переважно рівнинний ландшафт, різноманітна флора та фауна, сприятливі кліматичні умови. З цього випливає, що сама природа заклала в нашу країну перспективи розвитку і функціонування туристичної галузі. Тому ми повинні задуматися, над тим, щоб корисно використати даний «дарунок», який не лише принесе значні кошти до державного бюджету, а й покращить імідж нашої держави в туристичній галузі, дозволить ефективно використати туристичні ресурси і допоможе в інтеграції до європейську спільноту.

Стратегічною метою туризму в Україні є створення конкурентоспроможного туристичного продукту, що зможе гідно представити себе на світовому ринку. Це не випадково, адже зараз туризм є невід'ємною складовою національного і світового ринку. Він посідає друге місце в світовій економіці, після електронної та комп'ютерної промисловості, навіть випереджаючи такі галузі, як нафтопереробна та автомобілебудівна [23, 37].

Хоча туризм і здається на перший погляд досить простою галуззю, насправді це дуже складна і багатогранна економічна система, одна з основних складових сфери послуг, що поєднує в собі мистецтво, культуру, сферу побутових послуг, житлово-комунальне господарство, страхування та промисловість. Тому його функціонування на високому рівні прискорить перехід суспільства на новий постіндустріальний рівень розвитку.

Спостерігаючи історію нашої країни, можна побачити, що до 1914 туризм в Україні був мало розповсюджений. До перших спроб належить студентська екскурсія 1876 року у Криму, мандрівки студентів у Галичині у 1880 роках, заснування Гуртка любителів природи, гірського спорту і кримських гір у 1880 роках у Ялті та Кримського гірського клубу у 1890 роках [84].

Починаючи з 2002 року керівництво нашої країни зацікавилася в розвитку туризму. Було створено Державну туристичну адміністрацію, внесено зміни до Закону України «Про туризм», за яким у ст. 6 зазначено, що держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності, забезпечує становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочує національні та іноземні інвестиції у розвиток індустрії туризму, розвиває в'їзний та внутрішній туризм, розширює міжнародне співробітництво для утвердження України на світовому туристичному ринку. Здійснено заходи по запровадженню безвізового режиму, спрощено порядок оформлення віз іноземних громадян для в'їзду в нашу країну у туристичних цілях.

Здійснення таких заходів не пройшло марно. Дослідивши ситуацію туристичних потоків, можна побачити, що кількість іноземних громадян, які відвідали нашу мальовничу природу збільшилася майже у 4 рази у 2008 році, порівняно із 2000 роком, але в 2009 році спостерігалася тенденція їх зменшення. З 2009 по 2011 рр. знову спостерігається тенденція збільшення кількості іноземних громадян, які відвідали Україну. У свою чергу кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України збільшилася у 1,5 рази в 2009 році [79].



Рис. 2. 1. Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну [79].

Проте для посилення цих позитивних тенденцій треба подолати ряд причин, що постають на шляху до успіху. Адже на даний час серед великої кількості фірм, що діють на національному туристичному ринку, лише невелика частка з них займаються туроператорською діяльністю в класичному розумінні цього слова. Інша частина постає як посередники закордонних операторів, додаючи до їх туристичного продукту частину власних послуг.

Матеріально-технічна база більшості курортних закладів знаходиться у незадовільному стані. Близько третина закладів, переважно відомого підпорядкування, практично не працюють [23]. Це зумовлено поганим фінансуванням галузі на регіональному і державному рівнях, та тим, що держава не створила сприятливі умови для залучення інвестицій з боку іноземних інвесторів. Через дефіцит бюджетних коштів державне фінансування галузі майже відсутнє, не встановлено пільгових умов для оподаткування. Тому лише після того, як Україна подолає всі внутрідержавні проблеми, вона зможе скласти гідну конкуренцію великим туристичним країнам і представити свої можливості в повній мірі.

Хотілося ще б згадати, що історико-культурні пам'ятки є важливою складовою туристичного потенціалу нашої країни. Найбільше їх зосереджено в Центральному, Причорноморському та Карпатському регіонах. Саме тут

пропонується туристам унікальну комбінацію з гір, чистого повітря, мінеральних джерел та історичних місць. Унікальна архітектура міст, зокрема у Львові, Києві, Кам'янець-Подільську, Одесі та Чернівцях; замки, що вражають відвідувачів; дивовижні водоспади, найвищим серед яких є Учансу в Криму (висота 98 м.) та унікальні музеї просто неба, що не мають аналогів у світі.

Проблемам розвитку міжнародного туризму в ХХ ст. присвячена ціла низка наукових публікацій радянських та сучасних дослідників з країн СНД. Зокрема, в працях М. Ананьєва [2] , О. Крючкова [24], М. Немоляєвої [30], Л. Ходоркова [30] та інших розглянуто динаміку, еволюцію й основні напрямки розвитку туризму, об'єктивні передумови зародження та становлення міжнародного туризму, розвитку його матеріально-технічної бази, розкрито місце і роль туризму у сучасному житті, правові відносини в сфері туристського обміну, особливо ті, що були відображені в міжурядових угодах, національному законодавстві окремих країн, зміни якісної структури туристського контингенту тощо . Поряд з дослідженнями в сфері міжнародного туризму ще більшу увагу науковці приділили вивченню різних аспектів розвитку внутрішнього туризму, особливо того, що перебував у відомстві радянських профспілок . Найбільш вагомий внесок у вивчення проблем як міжнародного, так і внутрішнього туризму, здійснив російський дослідник В.О. Квартальнов [19]. У своїх численних працях, які побачили світ протягом останньої чверті ХХ ст., та у співавторстві з іншими науковцями, він узагальнив величезний теоретичний і практичний матеріал з туристичної проблематики, розглянув умови прояву і розвитку, місце та роль туризму в житті суспільства, організаційні основи туризму як соціально-економічного феномену ХХ ст., туристську політику держав, структуру провідних радянських туристських об'єднань, альтернативні концепції ролі туризму на сучасному етапі.

Наукові розробки почали активно впроваджуватися в практику. Почала з'являтися якісна навчальна література. Так, у 2002 р. побачив світ навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів «Історія туризму в Україні».

Його автори, В. К. Федорченко та Т. А. Дьорова [51] розглянули основні етапи й періоди розвитку вітчизняного туризму. Цією науковою роботою вони вперше в Україні зробили вдалу спробу узагальнити і систематизувати матеріал з історії вітчизняного туризму відповідно до періодизації історичного розвитку суспільства. В 2000-ні роки захищено й низку дисертаційних робіт з туристичної тематики, хоча здебільшого вони присвячені економічним аспектам туризму. Історичні аспекти розвитку туристичної галузі в Україні досить вдало проаналізовані в кандидатській дисертації В.А.Зінченка, присвяченій дослідженню молодіжного туризму в УРСР у 70-80-ті рр. ХХ ст. на основі діяльності Бюро міжнародного молодіжного туризму «Супутник» ЦК ЛКСМУ [15].

Отже, історія туризму в Україні продовжує все більше привертати увагу дослідників, які працюють переважно у туристичній галузі. Проте узагальнюючих праць з історії становлення та розвитку міжнародного туризму в Україні та у світі в цілому ще бракує. За висловом одного з експертів Всесвітньої туристичної організації Д. Джафарі «люди подорожували завжди» [70].

Участь у міжнародному туризмі є надзвичайно важливим завданням будь-якої країни. Особливо перспективним є розвиток в'їзного туризму, 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; генерує десяту частину світового валового продукту [51, 39] 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, екологічні ресурси) багаторазово, при цьому забезпечуючи їх розвиток та відновлення; дозволяє ознайомити велику кількість людей різних націй з культурними, історичними та рекреаційними особливостями держави, створити певну думку про неї у світі.

Про доцільність розвитку саме в'їзної форми туризму, в тому числі в Україні, свідчать темпи, з якими країни світу збільшують свої доходи від стрімкого розвитку як туристичної галузі загалом, так і свого ступеня інтеграції в неї. Такі тенденції можна виявити, проаналізувавши дані Всесвітньої туристичної організації. Вони свідчать, 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 [83].

Вагомі результати в розвитку в'їзного туризму сучасна Україна може отримати, розумно використовуючи як зовнішні, так і внутрішні можливості міжнародного туризму. 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, які свідчать про те, що, по-перше, значна кількість лідерів міжнародних туристичних витрат є досить близькими сусідами України. По-друге, має місце значне зростання обсягів витрат на подорожі (в загальному у світі на 21,7%) [70]. 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.

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.) (див. Додаток А). 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.

Внутрішні можливості суб'єктивного характеру (людський фактор) залежать, передусім, від політики уряду щодо цього питання. Державного регулювання потребують такі питання, як:

- 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;

- 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. Потрібно враховувати та використовувати на свою користь всі нові тенденції,

які формуються в міжнародному туризмі в останні роки. Так, за висновками міжнародної дослідницької організації «Euromonitor International», яка складає щорічний рейтинг найбільш популярних з точки зору туристів міст світу, туристична кон'юнктура змінюється. Лондон втратив статус туристичної столиці світу, поступившись одному з фінансових світових центрів — Гонконгу, куди у 2010 році приїхало майже 20 млн. туристів. На 2-му місці щодо популярності — Сінгапур, який у 2010 році відвідали 18 млн. чоловік, що на 16% більше ніж в попередньому році [51, 47]. В цілому новий рейтинг свідчить, що Європа втрачає популярність, а туристичний потік перенаправляється на азійські країни. Так, з європейських країн в десятку рейтингу, окрім столиці Великої Британії, потрапив тільки Париж (9-е місце, 8,2 млн. відвідувачів). Серед міст СНД самим популярним виявилась Москва (25-е місце), куди за рік приїздять близько 3,7 млн. туристів. Другим по популярності серед туристів міст СНД є Київ (31-е місце, 3,34 млн.). До Києва їде приблизно стільки ж туристів, як до Мадриду (30-те місце, 3,4 млн.). Але, згідно статистики, у 2010 р. кількість туристів, які відвідали столицю України, зменшилось на 5,4% [51]. Одною з причин такої ситуації є перед усім туристичний сервіс. Не вистачає також дешевих, але стандартної якості готелів, а також екскурсіводів зі знанням мов.

В цілому можна зробити висновок, що міжнародний туризм в Україні розвивався у відповідності з загальними світовими тенденціями, проте можливості як виїзного, так і в'їзного туризму, за часи радянської влади, перш за все з ідеологічних міркувань, були досить обмеженими. Помітні зміни розпочались лише з 1991 р., після проголошення Україною незалежності. На сьогодні Україна володіє достатніми внутрішніми та зовнішніми ресурсами і успіх у цій сфері залежить лише від внутрішніх суб'єктивних факторів.

Отже, туризм в Україні є важливою економічною гілкою, що може принести значний прибуток в економіку держави. Розвиток цієї пріоритетної галузі виведе нашу країну та новий рівень розвитку, що у свою чергу збільшить прибутковість у таких суміжних секторах економіки, як транспорт, торгівля,

будівництво, зв'язок, сільське господарство і позитивно вплине на структурну економіку країни.

Розглянемо тенденції розвитку туризму у Франції. Французька Республіка — одна із провідних туристичних країн світу. Географічне і геотуристичне положення країни надзвичайно вигідне. Франція займає західну частину континентальної Європи та острів Корсика, володіє надзвичайною природною різноманітністю, багатою культурною спадщиною, давніми традиціями гостинності і знаходиться фактично у центрі одного з найбільших світових туристичних ринків — європейського. Францію із повним на те правом можна називати середземноморською, атлантичною, альпійською та піренейською країною.

Країна ділиться на департаменти, метропольські регіони, округи, кантони і комуни. Існує також поділ на 37 історичних провінцій. Окрім того, країна володіє чотирма заморськими департаментами (Гваделупа, Французька Гвіана, острови Реюньон і Мартініка), які за статусом прирівняні до регіонів і чотирма заморськими територіями з особливим статусом (острови Уолліс і Футуна, Нова Каледонія, Французька Полінезія і Французькі південно-антарктичні території). До складу Франції входять ще дві залежні території — острови Майотта та Сен-П'єр і Мікелон. Наявність заморських територій, розташованих поблизу різних споживчих ринків — один із сприятливих чинників розвитку туристичної індустрії Франції і специфічна риса геотуристичного положення країни.

Загальна площа країни — 643,4 тис. км², без заморських володінь — 547 тис. км². Франція — «країна з провінцією» — роль столиці в політичному, соціально-економічному, культурному і туристичному житті є надзвичайно великою.

Рельєф материкової Франції переважно рівнинний із м'якою горбистою місцевістю на півночі і заході. У центрі і на сході — середньовисотні гори. На південному заході знаходяться Піренеї, на південному сході — Альпи із

найвищою вершиною Франції та Західної Європи — г. Монблан висотою 4807 м. [68; 69].

У Франції зосереджена величезна кількість культурних цінностей, практично кожне місто, а іноді й невеликі села, являють собою дійсні музеї історії й культури. Крім незліченних пам'ятників культури й древніх цивілізацій, країна має прекрасні природні умови, обумовлені білосніжними схилами альпійських гір, прекрасними пляжами атлантичного й середземноморського узбереж, середньовічними замками, великими виноградниками й чарівними старими винокурнями, а також безліччю місць, пов'язаних з життям і діяльністю різних історичних діячів. Ця країна має величезні можливості для розвитку майже всіх видів туризму. Франція є самою відвідуваною країною світу і Європи.

Франція є однією з найбільш високорозвинених країн світу. Потужна індустрія і високотехнологічне виробництво дозволяють Франції створювати туристські проекти будь-якої складності і капіталоемності.

У Франції налічується близько 40 тис. культурних пам'яток. Але не тільки вони притягують величезну кількість туристів. Національні традиції та обряди, ремесла, гастрономічне мистецтво, а також різні культурні події — ось що, як правило, залучає велику кількість відвідувачів. Це різні карнавали і фестивалі, свята та інші події.

Франція є лідером за кількістю прийнятих туристів — в 2010 році країну відвідало більше 87 млн. чоловік [69]. Крім того, щорічно приймається не менша кількість екскурсантів.

Традиційно Франція посідає одне з перших місць у світі за привабливістю для іноземних туристів — 76,7 млн. відвідувачів, третє місце — за обігом коштів у туризмі — 101,3 млрд. євро в 2003 р. Перший сектор економіки країни — туризм — відіграє визначну роль у розвитку територій та в процесах реформування, які відбуваються сьогодні. Таких визначних результатів туристична галузь Франції досягла завдяки всебічній підтримці її розвитку державою, продуманій регіональній політиці щодо активізації розвитку галузі

туризму на місцях, а також тісній співпраці органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадських організацій та підприємців [1, 12].

Система організації влади в адміністративно-територіальних одиницях у Франції належить до континентальної моделі, що характеризується поєднанням в органах на місцях функцій місцевого самоврядування й функцій державної влади. Утворювальними елементами місцевого колективу є: певна територія й певне населення; певні повноваження, установлені законом, що розподіляє їх між місцевими колективами трьох рівнів і державою; повна автономія у сфері керівництва й управління, обмежена тільки рамками закону, тобто відсутність будь-якої опіки з боку держави або залежності від інших місцевих колективів; наявність власних гарантованих джерел фінансових коштів: фіскальні збори (чотири види місцевих податків, розмір яких визначається самими колективами і які збираються й надалі перерозподіляються державою); державні субсидії (розмір державного субсидування встановлюється таким чином, щоб усунути диспропорції в розвитку місцевих колективів і забезпечити для них рівні умови); позикові кошти (місцеві колективи можуть вільно брати позики); власні доходи; автономна адміністрація й територіальні служби, штати, повноваження, рівень незалежності й стабільності яких визначаються статусом місцевого колективу. Систему органів муніципального управління доцільно розглядати стосовно до різних територіальних утворень, що перекривають один одного: регіонів, департаментів і комун [7, 6].

Питання туризму належать до повноважень міністра, до компетенції якого водночас входять питання транспорту, житла та морської зони. Всі ці сфери, на перший погляд, абсолютно різні, але вони так чи інакше пов'язані з туризмом та сприяють його розвитку. Безпосереднє регулювання туристичної галузі здійснює Дирекція з туризму, яку очолює Державний секретар з питань туризму, і головним завданням якої є здійснення державної політики в галузі туризму підтримка та розвиток цієї індустрії, підвищення її ефективності. Дирекція, як і уряд у цілому, зобов'язана підтримувати стабільний розвиток галузі, є технічним виконавцем політики уряду та, зокрема, профільного

міністра. При Дирекції з туризму створено відповідні органи, діяльність яких спрямована на забезпечення вирішення окремих питань галузі — Національну туристичну раду, Французький дім та ін. Крім того, створено міжурядовий комісаріат з туризму. Цей орган, з одного боку, має вирішувати різні важливі управлінські завдання, що стосуються діяльності різних міністерств та відомств, з іншого — усувати міжвідомчі розбіжності, які пов'язані з досить вузькою спеціалізацією деяких міністерств. Комісаріат підпорядковано безпосередньо прем'єр-міністру країни. На засіданні комісаріату в жовтні 2003 р. було визначено важливість просування французького туристичного продукту за кордоном за допомогою мережі «Maison de la France» — туристичних представництв, які працюють як окремо, так і при посольствах Франції в інших країнах. На заходи щодо залучення іноземних туристів в країну через ці представництва планувалось виділити 4 млн. євро в 2004 р. (40% від загального бюджету на рекламу туризму). На рівні регіону та департаменту управління туристичною галуззю здійснюють відповідні органи виконавчої влади, створені згідно з декретом від 2 листопада 1960 р. Як служби міністра, до повноважень якого належать питання туризму, тобто їх створення відбувалось за принципом деконцентрації, який полягає у перенесенні завдань на нижчі рівні адміністрації, але не пов'язується з обмеженням залежності від вищих органів влади. Всього на території Франції створено 27 регіональних туристичних представництв. У кожному регіоні вони діють при префектурі та підпорядковуються префекту. Відповідно до положень декрету, на представництва покладено такі повноваження та обов'язки: впроваджувати політику держави в туристичній галузі; готувати для уряду та інших державних установ рекомендації щодо вирішення проблем туристичної галузі та змін державної політики у цих питаннях; відстоювати інтереси туристичного ринку, водночас узгоджуючи їх із потребами споживачів; сприяти розвитку туристичного продукту Франції та просуванню його на зарубіжні ринки для нарощування обсягів іноземного туризму до країни та збільшення надходжень від нього. Крім того, представництва контролюють роботу суб'єктів

туристичної діяльності, навіть якщо вона ініційована органами місцевого самоврядування та здійснюється за рахунок місцевого бюджету. Вони також надають рекомендації територіальним громадам, організаціям фахівців туристичної галузі, асоціаціям і туристичним підприємствам у рамках державних та регіональних проектів розвитку і модернізації туріндустрії. Представництва відіграють важливу роль у залученні інвестицій у туристичний розвиток регіону з боку держави і Євросоюзу.

Таким чином, вертикаль органів виконавчої влади, які управляють туризмом, практично закінчується на рівні департаментів. Це зумовлено перерозподілом повноважень і функцій між органами виконавчої влади та місцевого самоврядування в галузі туризму, який наділив територіальні громади значними повноваженнями. Окрему увагу приділено муніципальним туристичним офісам як дієвому чиннику розвитку місцевого туризму: обґрунтовано необхідність об'єднання туристичних офісів у різних комунах для досягнення максимально ефективного розвитку туризму в регіоні.

Принципами сучасної туристичної політики Франції є децентралізація, делегування повноважень органам місцевого самоврядування, підтримка місцевих ініціатив, розвиток усіх форм соціального туризму, принцип всебічної співпраці між владою, територіальними громадами та підприємцями в галузі туризму; створення Національного комітету якості та товарних знаків у галузі туризму; реформування фінансової та податкової політики стосовно діяльності підприємств, які надають послуги щодо розміщення (готелі, хостели, туристичні бази тощо); впровадження в туристичній галузі системи п'ятирічних контрактів «держава — регіони»; створення органами місцевого самоврядування і суб'єктами туристичної діяльності змішаних підприємств для управління такими важливими й складними в обслуговуванні об'єктами, як палаци, канатні дороги, розважальні центри [1].

Порівняємо статистичні дані щодо відвідування України та Франції туристами та доходи, які від цього отримали обидві держави (див. табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Кількість міжнародних прибуттів в Україну та Францію та доходи від міжнародного туризму, 2008-2010 рр. [65].

Туристичний напрям	Міжнародні туристичні прибуття					Дохід від міжнародного туризму, млн. євро		
	млн. прибуттів			Зміна, %		2008	2009	2010
	2008	2009	2010	09/08	10/09			
Україна	25.449	20.798	21.203	-18.3	1.9	56.573	49.398	46.319
Франція	79.218	76.824	76.800	-3.0	0.0	5.768	3.576	3.788

Як можна побачити туристична галузь Франції приносить країні величезні кошти. Ці кошти і є наочним доказом ефективної адміністративної, фінансової та організаційної діяльності Французької республіки в туристичній сфері.

Отже, порівнявши тенденції розвитку туристичної індустрії в Україні та Франції, ми доходимо висновку, що Французька республіка приділяє набагато більше уваги своїй туристичній галузі ніж Україна. Враховуючи досвід Французької республіки, вважаємо, що доцільно було би збільшити фінансування туризму в Україні, та реформувати вертикаль органів виконавчої влади, які управляють туризмом, наділивши більшими повноваженнями органи місцевого самоврядування.

2. 2. Співробітництво регіонів в туристичній сфері та туристичний потік між Україною та Францією.

Оптимальне організування функціонування сфери туризму пов'язане із оптимальним використання їхньої ресурсної бази, доведенням якості туристичного продукту до міжнародного рівня.

Україна і Франція займають вигідне географічне та геополітичне положення в Європі на перетині важливих транспортних магістралей, володіють багатими природно-кліматичними, культурно-історичними та

національно-етнографічними ресурсами, які створюють передумови для розвитку широкого спектру видів туризму.

Аналіз кількісних показників участі України та Франції у взаємних туристичних обмінах демонструє позитивну динаміку. Частка прибуттів французьких туристів в Україну у загальному туристичному потоці з кожним роком зростає. Кількість українських туристів, які виїжджають в Францію з туристичною метою також щороку збільшується, незважаючи на наявність асиметричного візового режиму на користь Французьких туристів. Спад туристичного відвідування Франції українськими громадянами в 2010, 2011 роках пов'язаний на нашу думку з економічною кризою 2008 року, яка мала негативний вплив на фінансовий сектор в Україні.

Таблиця 2.2

**Динаміка туристичних обмінів між Україною та Францією,
2006-2011 рр. [79]**

Рік	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Кількість французьких громадян, які відвідали Україну з метою туризму	17953	18168	20604	22506	24341	25690
Кількість українських громадян, які відвідали Францію з метою туризму	22136	23236	29297	25359	15112	18718

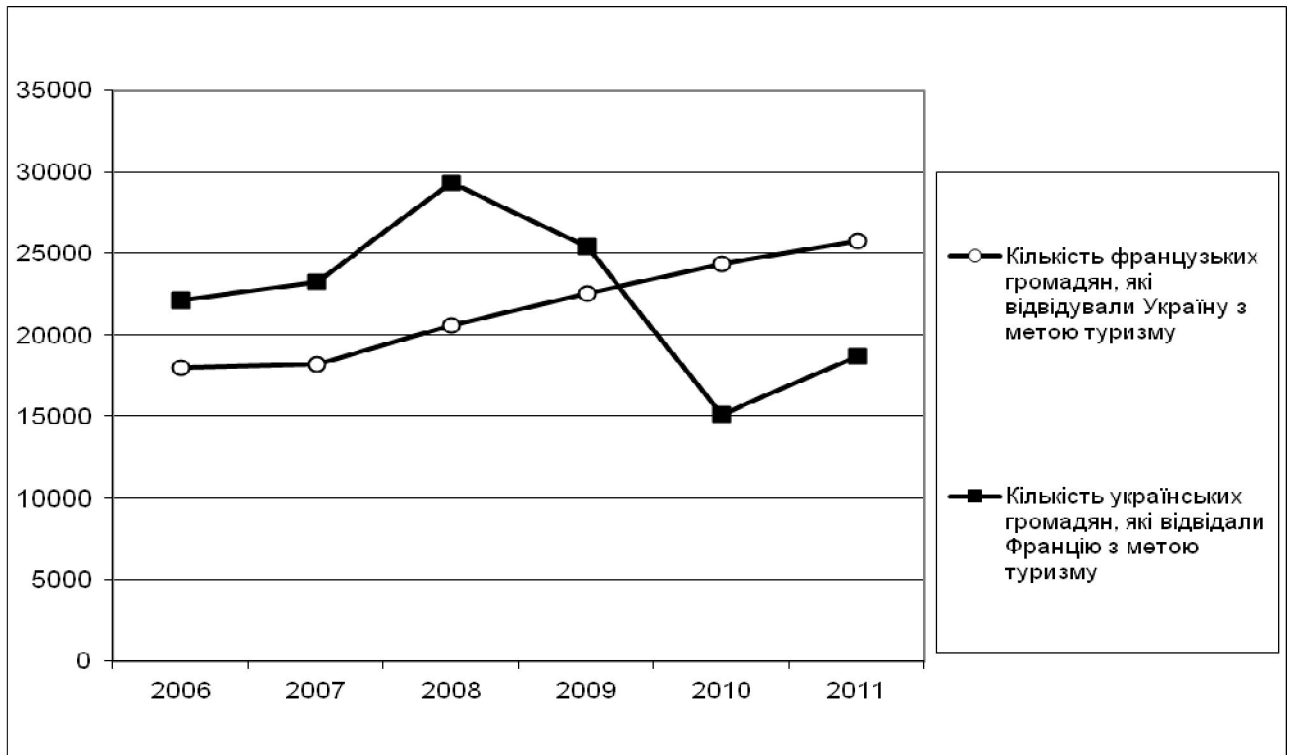


Рис. 2.1. Динаміка туристичних обмінів між Україною та Францією, 2006-2011 рр. [79].

Співпраця України та Франції на рівні найвищого керівництва обох держав та регіональному рівні в туристичній індустрії дасть поштовх для її розвитку. В цьому особливо зацікавлена українська сторона, адже це б дозволило вивести український турпродукт на якісно новий рівень розвитку. Тому для цього ми розглянемо як розвивається туризм в деяких регіонах Франції.

Територія всієї Франції, кожен округ і кантон вміло розрекламовані й освоєні туристами. Та найбільш популярними туристичними центрами стали Париж, «візитівками» якого є Нотр-Дам-де-Парі, Ейфелева вежа, Лувр, Монмартр, Єлисейські поля, центр мистецтв Жоржа Помпиду, «Блошиний ринок» в Сент-Уені, які очолюють «топ-20» найбільш відвідуваних туристичних об'єктів Франції, а також Версаль, Реймс, замки у долині Луари, тематичний парк ЄвроДіснейленд, національний парк Сен-Клу, які щороку відвідують мільйони туристів [69].

Лазурний берег (Французька Рив'єра) на південному сході Франції на кордоні з Італією відомий престижними курортами: Канни, Грасс, Ніцца,

Вільфранш, Больє, Менгоні, Антіб [69]. Французька Рив'єра — місце проведення фестивалів і карнавалів. Лазурний берег володіє всім необхідним для організації повноцінного відпочинку: розвинена мережа автострад, автомобільних і залізних доріг пов'язує його із усіма найбільшими містами Франції та Європи; міжнародний аеропорт у Ніцці обслуговує до 7 млн. пасажирів на рік; готельне господарство складається в основному із готелів класу люкс. Нормандія — батьківщина імпресіонізму та великих письменників — Клода Моне, Гі де Мопассана та ін. Це земля, на якій збереглося безліч фортець, замків, абатств. Тут знаходиться багато пам'яток романської та готичної архітектури. У всьому світі відомі абатство Сан-Мішель, засноване в VII ст., розташоване на острові, а також собор в місті Руані, мальовничий Онфлер — місто художників і поетів, середньовічне місто Сен-Мало.

Лотарингія на північному-заході Франції межує із Німеччиною. Центри цього старопромислового району — Мец і Нансі, наразі мають перш за все туристичну привабливість. Їх архітектурні пам'ятки внесено до списку Світової спадщини, створеного під егідою ЮНЕСКО.

Провінція Рона-Альпи, Овернь, Лімузен в центрі Франції — осередки зимового відпочинку, перш за все гірськолижного (Альбервіль, Гренобль). Регіон Рона-Альпи другий туристичний напрямок в Франції. Адміністративний центр — Ліон занесений до списку Світової Спадщини ЮНЕСКО. Другий регіон Франції та шостий регіон в Європі за обсягом ВВП [64]. Рона-Альпи мають сильні туристичні козирі, будь то природної або культурної спадщини. Регіон Рона-Альпи має найбільшу гірськолижну зону в світі, оснащену більше ніж 150 станціями. Бізнес-туризм та прийняття міжнародних наукових конгресів також є ключовими в регіоні з 29 містами конгресів і 120 000 м² виставок. Адміністративний центр — Ліон занесений до списку Світової Спадщини ЮНЕСКО. Ліон відомий також елегантними магазинами, чарівними невеликими готелями з місцевим шармом, затишними кафе, а також пам'ятниками культури часів Римської імперії і Ренесансу. Значення цього

культурної спадщини Ліона було визнано ЮНЕСКО в 1998 році, коли історичний центр Ліона став охоронюваним ЮНЕСКО пам'ятником світової культури. Це квартали Круа-Русс (Croix-Rousse), В'ю-Ліон (Vieux Lyon) і Преск'іль (Presqu'île). Це місто знаменитий також своїми музеями. Їх в Ліоні 23, і Музей образотворчих мистецтв є другим у Франції після Лувра за величиною колекції. Він знаходиться в будівлі жіночого монастиря бенедиктинок 17-го століття, яке реставрувалося протягом восьми років. Музей має у своєму розпорядженні колекціями починаючи з Древнього Єгипту до полотен художників 20-го століття. Якщо ж у вас залишиться вільний час - варто відвідати Музей текстилю, Музей історії банківської справи, Музей декоративного і прикладного мистецтва і Музей Сучасного Мистецтва, де є чудова колекція полотен, починаючи з пізніх 60-х років нашого століття.

Найпопулярнішими є два маршрути в Рон-Альпах — на північний схід в сторону Перуж (Perguges) — це можливість відвідати середньовічне місто з ремісничими майстернями, де можна купити вироби ручної роботи на пам'ять, або проїхатися на південь під В'єнн (Vienne) з історичними пам'ятниками римського періоду та церквами, побудованими в ранньому середньовіччі. Відомою для любителів вин є Дорога Вин Божоле (Beaujolais). Сільські путівники приводять у невеликі села з будиночками, оточуючими старовинні церкви і в свою чергу оточеними виноградниками. У кожній з сіл є декілька винних погребів з дегустацією місцевих вин і магазини, в яких можна купити спеціальні величезні сувенірні пляшки з місцевими винами, які ви можете подарувати в особливих випадках: весілля, народження дитини. Кожна з цих пляшок розписана вручну і є найоригінальнішим подарунком з Божоле [69].

На північний схід від Ліона в сторону Женеви знаходиться озеро Ансі (Annecy) і однойменне місто, центром якого є замок 12-го століття. Старе місто називають альпійською Венецією — там знаходиться безліч тихих вуличок і вузьких каналів.

У місті Ев'ян-ле-Бен (Evian-les-Bains) розташовані знамениті джерела води і однойменний дорогий і престижний курорт. Цей курорт починає свою історію з римських терм в Екс-ле-Бен (Aix-les-Bains) на озері Бурже (Bourget). У регіоні Рон-Альп налічується 18 спа-курортів і 11 прекрасних полів для гольфу.

На сході, через альпійські поля знаходиться місце, яке називають Меккою гірськолижного спорту та літнього відпочинку в горах — Шамоні (Chamonix). З Шамоні відкривається вид на Монблан (Mont Blanc), найвищу вершину Європи. Також відомим є хребет Егуйй-дю-Міді (Aiguille du Midi) та льодовик Мер-де-Глас (Mer de Glace) [69].

Провінція Рона-Альпи схожа до Карпатського регіону, який охоплює Львівську, Івано-Франківську та Закарпатську області. Тому на нашу думку природним є розвиток туристичного співробітництва обох регіонів в межах двох держав.

Велика кількість проектів пов'язаних з Карпатським регіоном свідчить про потенціал та перспективи розвитку спортивно-оздоровчого туризму в Українських Карпатах. Досвідом розбудови та реалізації гірського туризму готові поділитися європейські колеги. Це підтверджує угода про співпрацю «Гірський туризм без кордонів» між Радою туризму Карпатського регіону та Саксонською радою з туризму. Проект передбачає розвиток гірського туризму без кордонів з проведенням рекламних турів Україна-Німеччина-Україна, з метою розвитку туристичної галузі Карпатського регіону [61]. Під час виставки «ITB Berlin» відбулось обговорення участі України в проекті «Підтримка і розвиток туризму в гірських районах Європи», на який Євросоюзом виділено 1 млн. євро. Проектом передбачено розвиток туризму в гірських районах 5-ти країн. Прикарпаття підписало угоду із Сучавським повітом (Румунія), яка передбачає ознайомлення з румунським досвідом розбудови сучасної регіональної туристичної інфраструктури, зокрема, організації зеленого та гірського туризму. В Україні, на території Карпатського регіону і, зокрема, на Львівщині ТАСІС (Агенція технічної допомоги країнам СНД при Європейській

комісії) проводить широкомасштабний проект «Підтримка місцевого розвитку і туризму Карпатського регіону». Завдання проекту — підтримка економіки регіону шляхом розвитку туризму, сприяння туристичним ініціативам для забезпечення добробуту місцевого населення та скорочення безробіття в сільських непромислових районах Карпатського регіону. Львівською облдержадміністрацією запропоновано два модельних райони — Сколівський та Жовківський. В рамках проекту проведено семінари для освітніх закладів, туристичних агенцій, працівників готелів на регіональному та обласному рівнях. Презентовано програму створення гірської туристичної станції у Львівській області. Види діяльності станції: гірськолижні послуги для туристів спортивних організацій, туристичні послуги у весняно-літній період з пішохідного, велосипедного, кінного та інших видів туризму, підйом витягами, готельне обслуговування, транспортне обслуговування. Територія станції МО України «Тисовець», села Корева, Плав'є, Риків, Головецьке, Пшонець, Грабівці, Тухля, Гребенів, Волосянка, Нижня Рожанка, Верхня Рожанка, смт. Славське, дрібні хутори та села [60].

Огляд проектів гірського туризму свідчить про потенційні можливості розвитку спортивно-оздоровчого туризму в Карпатському регіоні. Однією з важливих умов такого розвитку є якісна та всебічна підготовка відповідних фахівців.

Подорожі по Прикарпатському краю дають можливість гостям краще зрозуміти душу українського народу, закохатися в українську пісню, подивуватися гірським легендам. Нині все більшою популярністю користується гірський туризм з використанням спеціальних гірських велосипедів. При цьому таким екстремальним видом спорту за бажанням може зайнятися уся сім'я. Дельтапланеризм один із різновидів гірського туризму, який передбачає піший похід, підйом на гору, політ на дельтаплані. Такі польоти досить часто здійснюються на висоті більш ніж 2000 метрів з гори Говерла.

Значного розвитку набуває екологічний та сільський туризм. В Рахівському районі за рахунок гранту Карпатського фонду здійснюється

розбудова сільських садиб. Щонайменше 250 господарів готові прийняти гостей у своїх гірських оселях на Закарпатті по лінії зеленого туризму. На Прикарпатті з сільського зеленого туризму живуть щонайменше 130 господарів, ще понад 370 мають бажання долучитися до туристичної галузі. Умови Карпатського регіону дозволяють вирішити проблему організації сільського туризму шляхом: здачі туристам невеликих окремих споруд, квартир, номерів у сільських готелях, проживання в сільських будиночках разом із сім'ями господарів. Туристична фірма «Дежавю» — єдині представники приватного сектору в Карпатському регіоні, які мають великий досвід щодо організації відпочинково-розважальних програм на гірських стежках [87].

Таким чином, гірський туризм в Українських Карпатах представлений багатьма різновидами такими як: велосипедний, кінний, сільський, екологічний, дельтапланерний, гірськолижний, лижний, альпінізм, піший, автотуризм, мототуризм, агротуризм, спелеотуризм. Кожен з різновидів гірського туризму вимагає всебічної якісної підготовки фахівців спортивно-оздоровчого туризму.

Як бачимо Франція використовує свій туристичний потенціал чи не на всі 100 %, що і принесло їй лідерство в туристичній сфері та визнання на міжнародній арені. Ми вважаємо, що необхідно створити законодавчу базу для можливості активного співробітництва на регіональному рівні та обміну досвідом в організації туристичної діяльності між даними регіонами.

З метою покращення розвитку туристичної сфери України проведемо SWOT-аналіз української туристичної сфери.

Таблиця 2. 3

SWOT-аналіз туристичної сфери України [80, 16].

	Сильні сторони	Слабкі сторони	Можливості	Загрози
Туризм	✓ значні природні та ландшафтні цінності;	✓ невисокі стандарти якості туристичної інфраструктури;	✓ відновлення та розвиток туристичної інфраструктури;	✓ недостатній рівень інвестицій у галузь

	<p>✓ численні місця високих терапевтичних цінностей – мінеральні та цілющі джерела, оздоровчі комплекси тощо;</p> <p>✓ велика кількість визначних місць історичної цінності та туристичного потенціалу;</p> <p>✓ численні місця культурної цінності, що включені до переліку світової спадщини ЮНЕСКО;</p> <p>✓ наявна співпраця у сфері туризму у тому числі туристичні продукти.</p>	<p>✓ недостатня кількість приміщень високої якості у мотелях та готелях;</p> <p>✓ недосконала інфраструктура для спорту та відпочинку;</p> <p>✓ недостатньо розвинена система туристичної інформації;</p> <p>✓ недостатня промоція регіональних туристичних продуктів.</p>	<p>✓ удосконалена стратегія розвитку туризму;</p> <p>✓ відновлення пам'ятників та історичних місць;</p> <p>✓ розвиток та вдосконалення туристичної співпраці;</p> <p>✓ розвиток туристичних продуктів, заходів та ініціатив, у тому числі тих, що носять міжнародний характер;</p> <p>✓ швидкий розвиток агро- та екотуризму;</p> <p>✓ створення туристично-інформаційних центрів;</p> <p>✓ впровадження спільних стандартів для туристів.</p>	<p>туризму, в тому числі спорт та відпочинок;</p> <p>✓ відсутність регіональної некомерційної туристичної промоції;</p> <p>✓ нестійкий розвиток туризму.</p>
--	--	--	--	--

Таким чином, проведений SWOT-аналіз туристичної сфери дасть можливість сформувати спільну стратегію партнерства з Францією та вирішити проблемні питання міжрегіонального розвитку, зокрема збереження та підтримки культурної спадщини, розвитку туристичної інфраструктури.

На важливості потреби модернізації системи державного управління наголошувалося неодноразово. Проте в основному попередні спроби здійснення реформ зводяться до формального продукування нових програм, ухвалення нового законодавства, яке не виконувалося або в кращому випадку, виконувалося неякісно.

Слід зазначити, що на сьогодні проблема модернізації державної та регіональної політики у сфері туризму є невідкладним завданням у зв'язку з обранням Україною напряму європейської інтеграції.

Отже, ми можемо сформулюємо принципи співробітництва в галузі туризму між Францією та Україною. Вони полягають в наступному:

1. Метою співробітництва у галузі туризму є об'єднання людей та забезпечення того, щоб населення з обох держав одержувало однакову користь від цього.

2. Територіальні громади або влади в процесі напрацювання своєї туристичної політики мають враховувати її транскордонний вимір, а також сприяти та заохочувати культурні установи до встановлення контактів з колегами за кордоном.

3. Між територіальними громадами або владами, які здійснюють таку діяльність, та відповідними міністерствами має існувати регулярний обмін інформацією з тим, щоб забезпечити узгодження національних політик і дотримання міжнародних зобов'язань.

4. Міжнародна туристична діяльність має охоплювати якнайбільше туристичних установ (музеї, театри, історичні та культурні пам'ятки і т. д.).

5. Міжнародне співробітництво у галузі туризму має бути стабільним. Необхідно сприяти створенню, де це можливо, спільних центрів і типових установ.

6. Французький та український уряди мають встановити або шляхом прийняття закону або шляхом закріплення в конституції необхідні правові рамки, відповідно до яких територіальні громади або влади можуть брати участь у транскордонному та міжнародному співробітництві у сфері туризму за принципом субсидіарності.

2. 3. Чинники та фактори зміцнення конкурентоспроможності українсько-французької співпраці в туристичній сфері.

Проаналізувавши сучасний стан вітчизняної туристично-рекреаційної галузі можна побачити, що ефективність діяльності в цьому напрямі стримується через невирішеність певних проблем. Розвиток туризму потребує активної підтримки з боку уряду в сфері його просування, освоювання нових ринків, забезпечення співпраці в усіх сферах — державних і приватних. Керівними документами на різних рівнях управління визначені два головні напрями і, відповідно, цілі розвитку туристичної галузі в Україні: перший — становлення туризму як високорентабельної галузі економіки, другий — формування конкурентоспроможного на світовому ринку вітчизняного туристичного продукту. Вищезгадані заходи варто проводити з урахуванням сучасних реалій та досвіду країн з високорозвиненою туристичною індустрією.

Україна займає вигідне географічне та геополітичне положення в центрі Європи на перетині важливих транспортних магістралей, володіє багатими природно-кліматичними, культурно-історичними та національно-етнографічними ресурсами, які створюють передумови для розвитку широкого спектру видів туризму. Більшість регіонів країни мають ресурси трьох груп (природно-рекреаційні ресурси; об'єкти історичного та культурного минулого; об'єкти, що відображають сучасні здобутки країни національної економіки), які створюють потенційно високі конкурентні переваги України в порівнянні з багатьма країнами Європи. У той же час слаборозвинена загальна і туристична інфраструктура, низький рівень економічної безпеки підприємництва, громадян та екологічної безпеки створюють труднощі для

зміцнення конкурентоспроможності суб'єктів ринку туристичних послуг. Тому ми вважаємо, що Україна повинна бути зацікавлена в поглибленні співпраці з Францією в туристичній сфері та перейманні французького досвіду в фінансуванні туристичної сфери, забезпеченні конкурентних переваг представників туристичної сфери України, інвестуванні в туристичну індустрію, залучення іноземних інвестицій, просування українського продукту на міжнародній арені. Франція в свою чергу зацікавлена в доступі французьких турпредставників до туристичної індустрії України як перспективної. Рекреаційно-туристичне господарство Франції, щоб утримати перше місце у світі постійно змінюється і реконструюється. Держава активно втручається у ці процеси. Прийнято відповідні плани рекреаційного освоєння тих районів країни, які ще відстають у цьому плані. Особлива увага приділяється рекреаційному використанню Піренеїв, атлантичного узбережжя, пошуку мінеральних вод з метою розширення мережі бальнеологічних курортів, розвитку агротуризму тощо. Французи вважають, що можливості розвитку їхнього рекреаційно-туристичного господарства далеко не вичерпані.

Сучасна туристична індустрія у світовій господарській системі посідає провідні позиції: на неї припадає близько 10 % виробленого у світі валового продукту, близько 30 % світової торгівлі послугами, 7 % загального обсягу світових інвестицій, 11 % світових споживчих витрат, а також кожне 16-те робоче місце. Альтернативними шляхами розвитку українського туризму є орієнтація на іноземного споживача та внутрішній туристичний процес. На фоні зростаючої конкуренції на світовому ринку туристичних послуг, іноземний туризм в Україні не відіграє належної ролі в господарському житті держави [4, 233].

Нестабільний розвиток туризму в Україні спричинений наступними факторами: недостатність методичної та організаційної підтримки туристичної галузі, невеликі обсяги інвестицій у розвиток матеріальної бази, технологічна відсталість галузі. Невідповідність законодавчо-правової бази сучасним вимогам спричинило відсутність відповідних взаємопов'язаних та

несуперечливих інструкцій та нормативних документів. Необхідність державної підтримки та регулювання туризму як складної галузі, до якої входить понад 40 суміжних галузей народного господарства (транспорт, зв'язок, харчування тощо), є очевидною. Українським туризм має багато проблем, які необхідно розв'язати за допомогою вдосконалення системи та механізмів регулювання, а саме — внесення до чинного законодавства змін та доповнень, які допоможуть створити сприятливі передумови для розвитку внутрішнього туризму.

Проведемо SWOT-аналіз перспектив українсько-французького співробітництва в туристичній сфері (див. табл. 2.4).

Таблиця 2.4

SWOT-аналіз перспектив українсько-французького туристичного співробітництва

I. Сильні сторони	III. Слабкі сторони
<p>1.1. Сприятливе геополітичне розташування України в центрі Європи та географічне розташування на перетині основних транзитних шляхів європейського та національного значення;</p> <p>1.2. Пріоритетність розвитку туризму як сфери економічної діяльності на теренах України;</p> <p>1.3. Усвідомлення громадськістю необхідності охорони навколишнього середовища як важливого чинника для розвитку туризму;</p> <p>1.4. Існування матеріально-технічної бази туризму (готелі, мотелі,</p>	<p>3.1. Недостатня розвиненість туристичного продукту, зокрема на території України;</p> <p>3.2. Відсутність практики маркетингу туристичних можливостей регіонів в Україні;</p> <p>3.3. Нестача інформації для потенційних відвідувачів про привабливі пам'ятки регіону, марковані туристичні маршрути, заклади розміщення, транспортне сполучення;</p> <p>3.4. Нестача туристичних інформаційних центрів (ТІЦ) і центрів просування туристичних послуг на території України;</p>

<p>санаторно-курортні заклади, розважальні парки та центри, торгівельні центри, заклади харчування);</p> <p>1.5. Збільшення кількості закладів короткотермінового перебування туристів та їх номерного фонду;</p> <p>1.6. Збільшення кількості постійно діючих садиб сільського зеленого та агротуризму;</p> <p>1.7. Поступове стале зростання рівня туристичних та супутніх послуг;</p> <p>1.8. Значні запаси мінеральних ресурсів (джерела мінеральних вод, лікувальні грязі, соляні озера) та розвинена курортна мережа;</p> <p>1.9. Багата історична та культурна спадщина (міста, палацово-замкові, садово-паркові комплекси, церкви);</p> <p>1.10. Багатонаціональне населення і як наслідок багата культура традицій;</p> <p>1.11. Гостинність, толерантне ставлення до іноземних туристів;</p> <p>1.12. Розроблені програми, стратегії та плани розвитку туризму та рекреації на рівні областей та воєводств;</p> <p>1.13. Висока економічна та підприємницька активність населення, в т.ч. з надання туристичних та супутніх послуг;</p>	<p>3.5. Недостатність кваліфікованого персоналу, зокрема такого, що володіє іноземними мовами;</p> <p>3.6. Нестача фінансових ресурсів для розвитку та промоції туризму в Україні;</p> <p>3.7. Нерозвинена, з технічної точки зору, і недостатня туристична та супутня інфраструктура в Україні;</p> <p>3.8. Недостатня кількість місць підвищеної комфортності для проживання вибагливих туристів;</p> <p>3.9. Відсутність чіткої нормативної бази оподаткування доходів осіб, які працюють у сфері сільського туризму;</p> <p>3.10. Відсутність стандарту якості туристичних послуг садиб сільського зеленого туризму, тренінгових та консалтингових центрів для бажаючих створити садибу, реєстру та статистичного обліку існуючих садиб зеленого туризму;</p> <p>3.11. Нестача фінансових ресурсів для розвитку туризму у сільській місцевості;</p> <p>3.12. Недостатність знань в українських жителів сільської місцевості про можливість розвитку туризму;</p> <p>3.13. Поганий стан багатьох історичних і архітектурних пам'яток України;</p> <p>3.14. Нерозвинені ремесла та народні</p>
--	--

<p>1.14. Значний рівень вільних людських ресурсів, активної молоді;</p> <p>1.15. Конкурентоздатний ринок висококваліфікованих та відносно дешевих трудових ресурсів;</p> <p>1.16. Обліковані кваліфіковані кадри з обслуговування туристів (екскурсоводи, гіді, організатори подорожей);</p> <p>1.17. Добре розвинена мережа освітніх закладів та науково-дослідних установ, які частково інтегровані у європейський освітній простір.</p>	<p>промисли як елементи туристичних продуктів;</p> <p>3.15. Нестача туристичних маршрутів і ілюстративних карт до них із зазначенням об'єктів місцевих історичних та культурних пам'яток;</p> <p>3.16. Асиметричність візового режиму між Україною та Францією;</p> <p>3.17. Асиметричність у спеціалізації підготовки кадрів для туристичної сфери;</p> <p>3.18. Відсутність баз практики та стажування для випускників туристичних спеціальностей;</p> <p>3.19. Високий рівень безробіття серед молоді, особливо у сільській місцевості;</p> <p>3.20. Низький рівень співробітництва навчальних закладів, науково-дослідних установ та бізнесу;</p> <p>3.21. Низька ефективність проектного менеджменту та використання коштів технічної допомоги ЄС органами виконавчої влади України;</p> <p>3.22. Незадовільний стан багатьох культурних та архітектурних пам'яток.</p>
<p>II. Можливості</p>	<p>IV. Загрози</p>
<p>2.1. Значний потенціал в Україні для зростання рекреації і туризму;</p> <p>2.2. Використання кооперативних та інтеграційних форм активізації</p>	<p>4.1. небезпека забруднення навколишнього середовища та надмірного необґрунтованого антропогенного навантаження на</p>

<p>туристичної діяльності;</p> <p>2.3. Розробка концепції маркетингу та спільне просування туристичних продуктів в Франції та Україні;</p> <p>2.4. Удосконалення матеріальної і технічної бази туристичної сфери, реструктуризація великих туристичних комплексів;</p> <p>2.5. Формування спільного центру розвитку туризму;</p> <p>2.6. Можливості для розвитку туризму, пов'язані із розширенням ЄС та поступовою лібералізацією візового режиму;</p> <p>2.7. Поліпшення доступу та більш ефективного використання фінансових ресурсів технічних фондів (TASIC), необхідних для розвитку туристичної інфраструктури;</p> <p>2.8. Підвищення рівня соціальної та підприємницької мобільності населення;</p> <p>2.9. Підвищення освітнього та професійного рівня людських ресурсів (в т.ч. урядовців у сфері туристичного менеджменту), що створює можливості розвитку регіонів на основі економіки знань;</p> <p>2.10. Розвиток мережі закладів професійної та дистанційної освіти;</p> <p>2.11. Активне впровадження</p>	<p>ландшафтні території внаслідок зростання туристичних потоків;</p> <p>4.2. Відсутність бачення перспективного спільного розвитку туристичного сектора;</p> <p>4.3. Нескоординованість дій прикордонних територій у сфері розвитку туризму та рекреації;</p> <p>4.4. Відсутність доступу до ресурсів дофінансування в Україні для розвитку туризму та рекреації;</p> <p>4.5. Політична й економічна нестабільність в Україні;</p> <p>4.6. Впровадження несприятливого податкового режиму для суб'єктів туристичної діяльності, інвесторів;</p> <p>4.7. Погіршення матеріального і технічного стану пам'яток і відсутність фінансових ресурсів для відновлення зруйнованих пам'яток України;</p> <p>4.8. Негативний вплив поганого стану супутньої інфраструктури (дороги, транспортне сполучення, зв'язок) та особливостей кліматичних умов на розвиток туризму в гірських місцевостях;</p> <p>4.9. Відсутність організаційної та фінансової підтримки українським урядом;</p> <p>4.10. Загострення соціально-економічного становища периферійних</p>
---	---

<p>Болонського процесу та підвищення мобільності студентів та викладачів в межах реалізації туристичних проєктів;</p> <p>2.12. Зростання знань жителів сільської місцевості про туристичні можливості регіону і підвищення можливостей для їх практичного використання, зростання підвищення зайнятості сільського населення;</p> <p>2.13. Створення регіональних асоціацій сільського туризму та підприємців;</p> <p>2.14. Доступ сільських підприємців до фінансових ресурсів;</p> <p>2.15. Розвиток місцевого традиційного продукту як чинника активізації туристичної діяльності;</p> <p>2.16. Розвиток інфраструктури, в т. ч. туристичної;</p> <p>2.17. Використанні незадіяного потенціалу природних (водних, лісових), мінеральних (мінеральні води, грязі) ресурсів для розвитку нових видів туризму;</p> <p>2.18. Співробітництво неприбуткових організацій, асоціацій і громадськості у сфері охорони культурної спадщини та довкілля.</p>	<p>регіонів;</p> <p>4.11. Конкуренція з боку інших туристичних регіонів;</p> <p>4.12. Негативні наслідки стихійних для розвитку різних видів туризму;</p> <p>4.13. Проблеми приватизації землі та окремих інфраструктурних комплексів в Україні;</p> <p>4.14. Відтік кваліфікованих кадрів.</p>
--	---

SWOT-аналіз показує, що необхідно посилити співпрацю України з Францією. Це необхідно здійснювати за рахунок підписання міжурядових договорів, угод на регіональному рівні та контролю з обох сторін за їх виконанням. Доцільно ввести практику щоквартального та річного звіту на всіх рівнях щодо виконання відповідних угод та договорів різних рівнів.

Тому, ми вважаємо, що аналіз конкурентоспроможності та конкурентності туристичної індустрії будь-якої країни — проблема, що має порушуватися науковцями сьогодні. Аналіз ефективності туристичної діяльності має передбачати оцінку прямого і непрямого впливу: поряд із економічними показниками потрібно враховувати стан та вплив нематеріальних факторів, як-от: гостинність, безпека, етнічний історико-культурний спадок, рівень збереження навколишнього середовища, стан екології. Подолання бар'єрів на шляху розвитку туристичної галузі України та співпраця з Французькою республікою дозволить не тільки позиціонувати нашу країну як вагому туристичну атракцію світового туристичного ринку, вирішити ряд питань соціально-економічного, екологічного характеру, а й підвищити її міжнародну конкурентність на світових теренах та ефективно реалізувати конкурентний потенціал.

Висновки до розділу

1. Розвиток туристичного сектору в Франції та Україні проходить нерівномірно. Аналіз тенденцій розвитку, адміністративного управління туристичною сферою та туристичних потоків підштовхує до посилення співпраці з Францією. Ця співпраця позитивно вплине на розвиток туристичної галузі України та підніме на якісно новий рівень конкурентоспроможність туристичної сфери України. Значний туристично-рекреаційний потенціал та проблеми, вирішення яких неможливе в односторонньому порядку, створюють об'єктивні передумови для використання ресурсного туристичного потенціалу України з метою підвищення інтегральної конкурентоспроможності

туристичної сфери і, як наслідок, нівелювання периферійного розташування, покращення динаміки соціально-економічного розвитку країни та регіонів.

2. З погляду загальної теорії систем до визначальних системно-структурних особливостей українсько-французького співробітництва, які створюють передумови для активізації кооперації та інтеграції діяльності економічних суб'єктів туристичної сфери через застосування новітніх територіально-виробничих форм оптимізації співпраці, віднесемо вигідне географічне розташування, висхідна динаміка обсягів туристичних потоків, схожість за якісними характеристиками природно-рекреаційних ресурсів, розвинена матеріально-технічна база туризму, інтелектуально-освітній та трудовий потенціал, багата культурна спадщина Франції та України, концентрація підприємницької активності та зайнятості населення в сфері послуг, досвід реалізації подібних проектів України та Польщі.

3. На основі проведеного SWOT-аналізу перспектив українсько-французького співробітництва дано оцінку та перспективу розвитку туристичної галузі України.

Розділ 3.

ШЛЯХИ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ.

3. 1. Стратегічні рішення конкурентних переваг в українсько-французькій співпраці.

Міжнародна та європейська економічна інтеграція на управління актуалізує проблему обґрунтування ефективності стратегії та заходів зміцнення конкурентних позицій національної економіки, її окремих галузей та регіонів. Досягнення максимально можливого рівня конкурентоспроможності національної економіки, окремих галузей (секторів) регіонів потребує наукового обґрунтування цільових програмних або проблемних заходів та стратегічного управління їх виконанням. Дослідження інституціонального забезпечення туристичної діяльності в Україні та Франції, у тому числі законодавчої та нормативно-розпорядчої компонентів, національних та регіональних стратегічних програмних документів з підтримки та розвитку туризму, а також організаційного та інфраструктурного складників показує, що у Франції рівень досягнення цільових орієнтирів державних стратегічних та операційних програм є вищим внаслідок транспарентності їх розробки, належного фінансування, виконання та реальності. Ефективною формою стратегічного управління розвитку туризму в Франції є скоординованість діяльності державних органів влади на всіх рівнях управління.

Розроблені спільні стратегії розвитку не несуть законодавчого та нормативно-розпорядчого характеру на рівні органів виконавчої влади України та Франції. Фактично стихійне, слабо кероване і недостатньо системно-цільове українсько-французьке співробітництво в усіх сферах потребує створення і постійного вдосконалення інституційного базису співробітництва.

Для координації заходів з розвитку туристичного та курортно-рекреаційного комплексу регіонів, покращання туристичної інфраструктури, розробки спільних туристичних продуктів і ефективного використання

туристичного потенціалу на національних, міжнародних та транскордонних ринках доцільно розробити Спільну українсько-французьку стратегію розвитку туризму.

Результати SWOT-аналізу, доповнені оцінкою соціально-економічних передумов та інституціонального забезпечення, виявлені порівняльні переваги туристичної сфери на ринках послуг України і Франції, подібність туристичного потенціалу цих країн дозволяють визначити місію Спільної українсько-французької стратегії розвитку туризму (далі – «Спільна стратегія розвитку туризму») як спільне використання потенціалу обох країн, які володіють значними туристично-рекреаційними, історико-культурними та природно-ресурсними конкурентними перевагами з метою максимізації інтегральної конкурентоспроможності туристичної сфери. Досягнення місії Спільної стратегії передбачає, на нашу думку, дотримання таких концептуальних принципів:

- 1) орієнтацію на сталий розвиток господарських комплексів двох держав;
- 2) використання переважно інноваційних засад реалізації стратегії;
- 3) рівні можливості доступу економічних агентів-учасників з обох країн до ресурсів туристично-рекреаційного потенціалу України та Франції;
- 4) поєднання проблемно-цільової та програмно-цільової спрямованості сукупності заходів реалізації Спільної стратегії.

З окресленою вище місією пов'язана головна мета Спільної стратегії розвитку туризму — стимулювання співробітництва України та Франції, у тому числі інноваційно-інвестиційної, активності у сфері туризму та рекреації, збереження довкілля та культурної спадщини. До першочергових операційних цілей відноситься модернізація туристичної інфраструктури (підвищення якості послуг, розширення пропозиції та промоції спільних туристичних продуктів, формування позитивного іміджу).

Наголосимо на поєднанні проблемно-цільової (орієнтованої на розв'язання конкретних проблем співробітництва) і програмно-цільової

(орієнтованої на досягнення позитивних (нормативних) стратегічних і операційних цілей) характеристик стратегії.

До розробки Спільної стратегії розвитку туризму доцільно залучити фахівців Міністерства регіонального розвитку та будівництва, Державної служби курортів та туризму, Наукового центру розвитку туризму, обласних державних адміністрацій, агенцій регіонального розвитку областей України. З французької сторони також потрібно залучити представників Міністерства транспорту, громадських робіт, туризму і морських справ, Дирекції з туризму, Національної туристичної ради, Французького дому («Maison de la France»), Державного секретаря з питань туризму, представників органів виконавчої влади на рівні регіону та департаменту. Подібне розширення кола учасників необхідне для досягнення інституціонального узгодження інтеграційного процесу. Реалізація Спільної стратегії в межах українсько-французького співробітництва сприятиме комплексному розвитку туристичної та супутньої інфраструктури, посиленню інтегральної конкурентоспроможності туризму, особливо це важливо для України, формуванню спільного плану туристичної індустрії

До основних цільових груп, залучення яких є невід'ємною передумовою успішної реалізації Спільної стратегії розвитку та для яких вона і розрахована, віднесемо:

– суб'єкти господарської діяльності на туристичних ринках України та Франції (туристичні оператори та агенти, бюро, заклади розміщення, харчування, гіді, екскурсоводи, громадські та негромадські організації, професійні асоціації);

– власники агроосель, садиб зеленого і сільського туризму, інших закладів групового та індивідуального розміщення; осередки народних промислів, культури та побуту, сільські ремісники, народні митці та діячі культури;

– заклади культури та релігії (музеї, галереї, театри, замки, церкви, монастирі).

Особливого значення набувають у процесі реалізації Спільної стратегії тренінгові центри, консалтингові установи і органи місцевого самоврядування.

Визначені вищі цільові групи об'єднаємо у три укрупненні категорії: туристи; суб'єкти господарської діяльності та інші заклади й установи; мешканці обох держав, кожна з яких здійснює певний внесок у реалізацію Спільної стратегії та отримує економічний ефект.

Зазначимо, що генеральні та операційні цілі Спільної стратегії розвитку туризму потрібно сформулювати відповідно до проблем і перешкод співробітництву у сфері туризму, які були описані у другому розділі. З їх урахуванням до основних пріоритетів туристично-рекреаційного транскордонного співробітництва та відповідних їм операційних цілей і заходів їх досягнення віднесемо:

Пріоритет 1. Розвиток туристичної та супутньої інфраструктури з операційними цілями:

1.1) удосконалення комунікаційних та інформаційних мереж в регіонах та їх інтеграція в єдину мережу;

1.3) залучення на умовах концесії іноземних інвесторів (в тому числі з Франції) для будівництва нових автомобільних доріг та інших об'єктів дорожньої та туристичної інфраструктури в районах України зі значною щільністю розміщення туристичних об'єктів;

1.4) створення сприятливих податкових, адміністративних та інвестиційних передумов залучення відомих готельних, ресторанних, туристичних операторів та корпорацій з метою створення конкурентного середовища, покращання рівня сервісу та цінової сегментації ринку.

Пріоритет 2. Розвиток туризму у сільських місцевостях. Незважаючи на те, що цей пріоритет окреслений в існуючих стратегіях, не всі його аспекти охоплені повною мірою. З метою підвищення якості послуг та просування сільського туризму на регіональному та міжнародному рівнях доцільно зосередити увагу на досягненні таких операційних цілей:

2.1) відновлення традиційних ремесел та народних промислів (килимарство, плетення з лози та соломи, гончарство, ліжникарство, ткацтво, різьблення по дереву та ін.) як чинника туристичної привабливості сільського туризму;

2.2) впровадження стандартів якості послуг та маркування для садиб зеленого, сільського та агротуризму Європейських країн;

2.3) створення локальних асоціацій розвитку сільського туризму; проведення тренінгів та надання консультацій власникам садиб з метою підвищення рівня комфортності місць розміщення гостей, покращання комплексності та якості послуг;

2.4) формування мережі (реєстру) об'єктів сільського туризму, створення інформаційного сайту та каталогу об'єктів сільського туризму на українській та іноземних мовах;

2.5) використання традиційних та новітніх організаційно-правових форм міжнародного співробітництва в сфері туризму (кооперативів і т. д.);

2.6) залучення міжнародних трансфертів трудових мігрантів як інвестиційного ресурсу розвитку сімейних туристичних об'єктів зеленого, сільського та агротуризму.

Пріоритет 3. Формування спільного туристичного іміджу в межах якого необхідно забезпечити досягнення таких цілей:

3.1) створення спільного українсько-французького туристичного бренду (розробка символіки, її затвердження, формування переліку сувенірно-подарункової продукції з символікою та укладання договорів з виробниками);

3.2) просування туристичного бренду України та Франції на вітчизняних та іноземних туристичних виставкових заходах, створення позитивного іміджу та ідентифікації у потенційних туристів;

3.3) створення мережі туристичних агентств для реалізації та просування спільних туристичних продуктів на регіональних та міжнародному туристичних ринках.

Пріоритет 4. Формування на інноваційних засадах мережі інформаційно-консультативного супроводу інтеграції туризму українсько-французьких регіонів, що передбачає досягнення таких операційних цілей четвертого рівня:

4.1) створення взаємопов'язаної мережі туристичних інформаційних центрів (ТІЦ) в найбільших містах, малих історичних містах та територіях зі значною щільністю розміщення туристичних об'єктів та істотними обсягами потоків туристів;

4.2) формування мережі тренінгово-консультативних центрів на базі навчальних закладів III-IV рівнів акредитації за участю місцевих органів самоврядування для навчання і перекваліфікації власників об'єктів сільського, зеленого та ремісничо-митецького туризму;

4.3) локалізація міських туристично-інформаційних центрів на вокзалах, у аеропортах для ознайомлення туристів та відвідувачів з туристично-рекреаційним потенціалом, туристичними маршрутами та продуктами;

4.4) розробка спільного інформаційного українсько-французького туристичного порталу інформації про туристичні об'єкти, заклади розміщення та харчування, транспортне сполучення, з інтерактивною географічною туристичною картою, контактами туристичних підприємств, гідів, екскурсіводів, провідників, з перехресними посиланнями на сайти партнерських організацій.

Пріоритет 5. Збереження культурно-історичної спадщини України та Франції:

5.1) регулярне оновлення реєстру культурних, історичних та архітектурних пам'яток;

5.2) виведення з аварійного стану історичних і культурних пам'яток; розробка проектів з метою спільного відновлення культурної та історичної спадщини обох держав із залученням реставраторів та архітекторів з інших країн Європи;

5.3) підготовка фінансового та менеджерського персоналу для музеїв, галерей та інших культурних об'єктів, які потребують інвестування у відновлення та модернізацію.

Пріоритет 6. Охорона довкілля та обмеження ландшафтного навантаження туристичної діяльності з досягненням таких операційних цілей:

6.1) розробка та реалізація спільної біосферної політики збереження біологічного різноманіття, особливо у межах національних парків та заповідних територій;

6.2) виробництво екологічно чистих продуктів;

6.3) створення системи екологічного моніторингу, у тому числі для попередження техногенних катастроф; об'єднання на інноваційних засадах спільних природоохоронних транскордонних територій (заповідників, парків);

6.4) обґрунтування й визначення граничних норм антропогенного навантаження на ландшафтні території та контроль за їх дотриманням, особливо в районах із значною щільністю туристичних об'єктів.

Оскільки Спільна стратегія розвитку туризму передбачає здійснення заходів на територіях суверенних держав, у тому числі, які є членам ЄС, виникають додаткові бар'єри та ризики її виконання, насамперед: труднощі порозуміння між виконавцями та дотримання термінів внаслідок мовного, географічного та ментального бар'єрів; недостатньо цільове використання коштів внаслідок відсутності адміністративної відповідальності; недотримання вимог щорічного публічного звітування перед громадськістю про виконання планових заходів та використання коштів; недостатній фаховий рівень та кількість працівників, залучених до реалізації стратегічних заходів.

Врахування цих ризиків та їх мінімізація потребують:

– дотримання суб'єктами реалізації заходів вимог володіння французькою, англійською, російською і українською мовами;

– укладення міжурядової угоди між Україною та Францією щодо спрощеного, прискореного та безоплатного отримання віз для учасників та

виконавців заходів Спільної стратегії розвитку туризму для усунення адміністративних бар'єрів, візових перешкод;

– розробки системи моніторингу і контролю виконання заходів Спільної стратегії через щоквартальне та щорічне публічне звітування за кількісними та якісними показниками реалізації.

Очевидно, що як і будь-який інший програмний документ, Спільна стратегія розвитку туризму має метою досягнення окреслених цілей та економічних ефектів від реалізації заходів. Передбачається, що реалізація Спільної українсько-французької стратегії транскордонного розвитку в сфері туризму та рекреації матиме такі позитивні ефекти:

– для мешканців Франції та України — соціально-економічний ефект внаслідок покращання інфраструктури, підвищення рівня зайнятості і добробуту;

– покращання якості туристичних послуг і загалом посилення конкурентоспроможності туристичної сфери внаслідок збільшення пропозиції, диференціації продуктів і послуг, формування комплексних спільних туристичних міжнародних продуктів.

Виконання переважної більшості заходів для досягнення ефектів потребує досвіду роботи в туристичній сфері, знання її особливостей, вміння організувати та розподілити виконання масштабних заходів. Саме тому підбір виконавців, менеджерів та партнерів є важливим елементом ефективної реалізації Спільної стратегії. Зважаючи на це, доцільно включити як обов'язкових виконавців та партнерів:

1) з боку України: Державне агентство України з туризму та курортів, обласні державні адміністрації; органи місцевого самоврядування; професійні туристичні асоціації; агентства регіонального розвитку;

2) з боку Франції: органи управління регіонів та департаментів, представників Міністерства транспорту, громадських робіт, туризму і морських справ, Дирекції з туризму, Національної туристичної ради, Французького дому («Maison de la France»), Державного секретаря з питань туризму.

Наведені параметри та характеристики Спільної стратегії розвитку туризму повною мірою відображають основні проблеми та способи їх вирішення, формують бачення напрямів підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери, продуктів та послуг, покращення рівня життя місцевого населення в Україні та Франції.

Зрозуміло, що запропоновані в межах Спільної стратегії розвитку туризму заходи посилення конкурентоспроможності транскордонного туризму та удосконалення туристичної інфраструктури не можуть подолати окремі труднощі та проблеми, які належать до компетенції національних міністерств та відомств. Зокрема, нагального вирішення потребують проблеми дорожньо-транспортного господарства, вирішення яких можливе за умови залучення до ремонту та будівництва доріг на концесійних умовах іноземних компаній. Проблема транспортного сполучення вимагає будівництва та капітального ремонту основних міжнародних аеропортів, залізничних гілок, а також оновлення парку всіх видів транспорту, підготовки кваліфікованих кадрів. Іншою комплексною проблемою є надання Францією Шенгенської візи для громадян України.

Необхідність розбудови готельних мереж в Україні потребує науково обґрунтованого підходу щодо диференціації категорійності готелів, їх кількості, номерного фонду, розміщення та сегментної орієнтації. На сьогоднішньому етапі стан готельного господарства Франції є набагато кращий, рівень обслуговування у готелях вищий, ринок диференційований та сегментноорієнтований, діють всесвітньовідомі готельні оператори та корпорації. В Україні готельних місць бракує, якість послуг низька, співвідношення «ціна-якість» не відповідає європейським стандартам, значні трансакційні та бюрократичні бар'єри стримують вихід на український готельний ринок відомих готельних корпорацій.

Водночас, Спільна стратегія дозволить комплексно розвивати туристичну індустрію України з урахуванням досвіду Франції як одного з туристичних лідерів в світі.

3. 2. Пріоритети підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств і туристичної галузі України.

За умов становлення ринкової економіки в Україні, формування різних форм власності, розвитку конкурентного середовища важливе значення має проблема забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів економічних відносин. Особливої ваги набуває ця проблема у сфері туризму, де високими темпами формуються умови конкурентної боротьби, що призводять до необхідності пошуку нових форм і методів забезпечення і посилення позицій туристичних підприємств на ринку, розробки відповідної стратегії їх розвитку.

Разом з тим, підприємства туристичної галузі України ще не мають достатнього досвіду в оцінці своїх конкурентних позицій, аналізі ринкового середовища, взаємовідносинах з партнерами, вивченні попиту, особливо за умов різкої диференціації населення за рівнем доходів. Не набула належного висвітлення проблема забезпечення конкурентоспроможності підприємств туризму і в економічній літературі.

У зв'язку з цим істотно збільшився попит з боку економічної практики на наукові дослідження і розробки засобів підвищення конкурентоспроможності туристичних комплексів України. Це вимагає теоретичного обґрунтування і розробки методів оцінки конкурентоспроможності з боку туристичних підприємств та інших суб'єктів туристичного ринку, пошуку стратегічних напрямів, шляхів та перспектив забезпечення їх конкурентних позицій.

Незважаючи на визнання туризму пріоритетною сферою діяльності, яка повинна підтримуватися державою, фінансуватися і розвиватися, щоб відповідати міжнародним стандартам та підвищувати конкурентоспроможність на міжнародному рівні, існує ряд проблем, які в першу чергу пов'язані з неефективним використанням туристичних ресурсів та реалізацією конкурентних переваг.

Слід відмітити, що Україна належить до числа країн, які займають провідні позиції за наявністю цінних природних та інших туристичних ресурсів, на базі яких країна має потенціал для створення та задоволення

інтересу вітчизняних та іноземних туристів. За останні роки розвитку туристичної галузі України спостерігається позитивна динаміка у зростанні кількісних та якісних показників в'їзного та виїзного туризму.

На сучасному етапі існує тенденція до загострення конкуренції на міжнародному туристичному ринку, а також до посилення ролі держав у забезпеченні розвитку туристичної галузі. На фоні таких змін національний туристичний продукт стає все менш привабливим, і як наслідок знижується його конкурентоспроможність. Це призводить до того, що туристична сфера неспроможна повноцінно виконувати економічні та соціальні функції: не сприяє збереженню навколишнього середовища та культурної спадщини, не забезпечує поповнення бюджету країни, створенню робочих місць та зниження рівня безробіття, збільшення частки сфери послуг у структурі ВВП країни тощо.

Пріоритетними для забезпечення конкурентоспроможності туристських підприємств є наявність, використання та утримання протягом тривалого періоду чистих постійних конкурентних переваг, які мають характерні риси: цінність для споживачів, особливість чи унікальність, складність для дублювання конкурентами. Складовими конкурентних переваг туристського підприємства є переваги туристичного продукту, які можуть бути пов'язані або з вищою якістю туристичних послуг (аксіологічні), або з нижчими цінами на них (економічні), що узгоджується з прийнятою ринковою стратегією в підприємстві.

Ситуація, яка склалася у сфері туризму України, характеризується такими ознаками:

- низьким рівнем усвідомлення населенням країни та органами, що здійснюють регулювання у сфері туризму і діяльності курортів, ролі та значення туризму для соціально-економічного розвитку держави;

- відсутністю сформованих туристичних ресурсів та цілісної системи їх раціонального використання, невизначеністю напрямів їх освоєння та розвитку,

неефективним та позазаконним використанням унікальних природних та історико-культурних ресурсів;

– відсутністю ефективної системи захисту прав та інтересів туристів, забезпеченням безпечних умов на об'єктах туристичних відвідувань та за напрямками туристичних маршрутів, своєчасного надання всіх видів невідкладної допомоги особам, які постраждали під час подорожі;

– відсутністю сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, державної інвестиційної політики у сфері туризму і діяльності курортів та належної підтримки розвитку пріоритетних видів туризму, зокрема в'їзного та внутрішнього, сільського, екологічного;

– руйнацією системи соціального туризму, практичною недоступністю туризму для малозабезпечених верств населення, дітей, молоді, осіб похилого віку та з особливими потребами;

– відсутністю належного прогнозування та планування розвитку туризму, параметрів туристичного потоку у відповідності до наявних ресурсних можливостей, потреб населення та економіки держави, поверхневим і фрагментарним підходом до розроблення та реалізації державної і місцевих програм розвитку туризму;

– недосконалістю організаційно-правових та економічних механізмів реалізації державної політики у сфері туризму і діяльності курортів, слабкою міжвідомчою координацією та взаємодією між органами державної влади та місцевого самоврядування;

– відсутністю цілісної та комплексної системи управління туристичними ресурсами країни, різним відомчим підпорядкуванням туристичних ресурсів, відсутністю спеціального уповноваженого центрального органу виконавчої влади з питань діяльності курортів;

– недостатнім нормативним, методичним та інформаційним забезпеченням діяльності органів місцевого самоврядування, громадських організацій та суб'єктів підприємницької діяльності у сфері туризму і діяльності курортів;

– недостатнім за кількісними, якісними параметрами та за структурою і рівнем наукового, методичного та кадрового забезпечення, зокрема у сфері управління на державному та місцевих рівнях [78].

Рівень забезпеченості туристичних підприємств України ресурсами для виходу на зовнішні ринки є високим. Курортні та рекреаційні території в Україні складають близько 9,1 млн. га (15% території). В Україні сконцентрована велика кількість культурно-історичних ресурсів. В Центральній Україні зосереджені історичні пам'ятки, пов'язані із запровадженням і розвитком української державності та культури, в Південній Україні виявлено чимало пам'яток античної культури, Західна Україна виділяється етнічними особливостями, пам'ятками фольклору, народної архітектури тощо. В Україні нараховується понад 200 тис. об'єктів пізнавального туризму, понад 300 музеїв. Всесвітньо відомими є історико-культурні заповідники: Києво-Печерський, Луцький, Острозький, Бердичівський, Переяслав-Хмельницький, Хортиця, історико-архітектурні заповідники: Львівський, Кам'янець-Подільський, Чернігівський, Новгород-Сіверський, Софіївський. Важливим ресурсом є місця паломництва: православних (Печерська, Почаївська Лаври), греко-католиків (Зарваниця на Тернопільщині, Крехів на Івано-Франківщині), хасидів (Умань) [21, 12].

На державному обліку в Україні перебуває понад 130 тис. пам'яток, з яких 57 206 – пам'ятки археології (418 з яких мають національне значення), 51 364 – пам'ятки історії (142 – національного значення), 5 926 – пам'ятки монументального мистецтва (44 – національного значення), 16 293 – пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні (3 541 – національного значення) [32, 38].

Але водночас туристична інфраструктура є недосконалою. Це є головною причиною, з якої туристичні підприємства не реалізують конкурентні переваги. До 70% історико-культурних ресурсів перебувають у аварійному стані, потребують проведення робіт з реставрації та реконструкції. Це необхідно для

забезпечення умов, необхідних для здійснення туризму та забезпечення конкурентоспроможності туристичної сфери України на міжнародному рівні.

На сучасному етапі туристичної індустрії процесу прийняття рішень належить провідне місце в управлінні туристичними підприємствами, тому що рішення, прийняті керівником, визначають не лише рівень ефективності його діяльності, але й забезпечують стійкий розвиток об'єкта управління та утримання ним позицій на світовому ринку. При цьому керівникам доводиться приймати обґрунтовано-об'єктивні рішення в ситуаціях виключної складності й непередбачуваності. Компетентність керівника визначається рівнем ефективності прийнятих ним рішень, вмінням їх реалізувати й контролювати процес виконання. Колективна раціональна діяльність на основі професійного управлінського рішення є запорукою досягнення високої організаційної культури суб'єктів сучасного туристичного бізнесу.

Отже, ефективне використання туристичних ресурсів можна забезпечити через створення дієвої системи комплексного управління. Воно передбачає встановлення системи пріоритетів, здійснення туристичного районування для розвитку туризму в межах територій, які характеризуються певними особливостями їхньої несучої ємності, гранично припустимих навантажень на об'єкти туристичних відвідувань та впливу туристичної діяльності на навколишнє середовище.

Одним із основних шляхів підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств і туристичної галузі у цілому є удосконалення процесу відтворення якісного туристичного продукту.

В основі будь-якого туристичного продукту лежить необхідність задоволення певних потреб. Тому серцевину продукту, його суттєву сторону представляє так званий задум, тобто його направленість на розв'язання певної проблеми, задоволення конкретної потреби.

Купляючи певний продукт, як такий, що має певний набір властивостей, покупець по-суті купляє його здатність задовольняти деякі свої потреби. Отже, для туристичного підприємства велике значення має надання і поширення не

властивостей свого продукту, а реальної користі і вигідності від нього для свого клієнта.

Якщо задум туристичного продукту виступає як його змістовна сторона, то за формою туристичний продукт у реальному виконанні представляє собою саме визначений набір властивостей, які дозволяють реалізувати цей задум, тобто задовольнити певні потреби клієнта. Тому на другому рівні туристичного продукту розглядаються його властивості і характеристики: рівень якості, комфорт, престиж, економічність, безпечність, враження і та ін.

Процес формування високоякісного туристичного продукту та його просування на ринку ускладнюється відсутністю повної та актуальної інформації стосовно наявних ресурсів, конкурентних переваг національного туристичного потенціалу і цільових туристичних ринків. Рівень фінансування з розвитку та просування національного туристичного продукту не забезпечує позитивних змін в характеристиках туристичного потоку. Суттєвих капіталовкладень вимагають не окремі туристичні підприємства, а туристична інфраструктура в цілому. Рівень фінансування заходів із просування на зовнішній ринок національного туристичного продукту є недостатнім і не забезпечує формування високої конкурентоспроможності галузі.

Конкурентоспроможність національного туристичного продукту необхідно забезпечувати шляхом запровадження нормативних вимог до основних параметрів якості. Сукупність цих параметрів забезпечує захист прав споживача в отриманні таких основних споживчих властивостей як безпечність, доступність, прозорість тощо [10, 192].

Забезпечення сталого розвитку туризму та підвищення якісної конкурентоспроможності туристичних підприємств України необхідно спрямовувати на:

- подолання негативних тенденцій у сфері туризму та діяльності курортів;

- покращення якості життя населення, забезпечення доступності туристичних ресурсів для всіх верств населення;

- збереження унікальних природних та історико-культурних ресурсів;
- посилення позитивного туристичного іміджу країни на міжнародному туристичному ринку,
- збільшення в'їзного туристичного потоку;
- прискорення темпів розвитку, збільшення частки очікуваних доходів від сфери туризму та діяльності курортів у бюджетах усіх рівнів;
- зменшення наявних регіональних соціально-економічних диспаритетів, посилення «прозорості» туристичної діяльності.

В країнах Європейського Союзу (ЄС) туризм є одним з прибуткових секторів економіки. Близько 2 млн. організацій (переважно малих та середніх підприємств) країн ЄС займаються туристичною діяльністю і генерують 12% ВВП (прямо чи опосередковано), 6% робочих місць і 30% зовнішніх продажів. [70]. В подальшому з розвитком туристичного бізнесу очікується збільшення цих показників. Обсяги використання та споживання ресурсів дуже високі. Всі зусилля урядів країн-членів ЄС спрямовані на активне впровадження принципів сталого розвитку, усунення або зменшення соціально-економічної напруги в країнах. Найбільша увага приділяється туризму як одній з найбільш ефективних сфер діяльності в області економіки, а на сучасному етапі й екологічного розвитку.

Тісні економічні, культурні і етнічні зв'язки, географічна близькість, розвинена мережа транспортних комунікацій, унікальні туристські ресурси, високорозвинена туристська індустрія — все це сприяє розвитку міжнародного туризму в Європі.

Доречно розробляти концепцію рефлексивного управління конкурентоспроможністю туристичних підприємств, яка на відміну від існуючої дозволяє повніше враховувати поведінку інших гравців ринку. Основу концепції становить комплекс процедур інформаційного впливу на прийняття рішень конкурентами і потенційними споживачами на користь туристичного підприємства, яке здійснює рефлексивне управління. Запропонована концепція дозволяє підвищити конкурентоспроможність

туристичного підприємства за рахунок визначення напряму подальшого поведження сторін та прийняття обґрунтованих управлінських рішень [11].

Необхідно сприяти подальшому використанню таких інструментів, як геоінформаційні системи (ГІС – сучасні комп'ютерні технології, що дають можливість поєднати модельне зображення території (електронне відображення карт, схем, космозображень, аерозображень земної поверхні) з інформацією табличного типу (різноманітні статистичні дані, списки, економічні показники тощо); інформаційна система, що забезпечує збирання, оброблення, аналіз, моделювання та розповсюдження геопросторових даних) і системи оцінки впливу на навколишнє середовище. В туристичній сфері необхідно використовувати системи екологічного менеджменту. Така діяльність включає розробку та застосування механізмів підтримки зусиль по зменшенню забруднення, вдосконаленню сертифікації та маркування.

У сучасних умовах неможливо забезпечити якісне ведення туристичного бізнесу без впровадження і застосування новітніх інформаційних технологій. Саме їх використання на практиці забезпечує зростання якості туристичних послуг відповідно і ріст конкурентоспроможності туристичних фірм. Ось чому, одним із основних елементів національних туристичних стратегій – ефективна організація роботи інформаційних туристичних центрів, адже такі структури можуть в короткі терміни надати туристам практично будь-яку тревел-інформацію, включаючи наявність місць на найбільш популярні екскурсії, розклад руху транспорту тощо. Дуже грамотно організована робота туристичних інформаційних центрів у Відні (оснащений сучасними комп'ютерами, співробітники розмовляють декількома мовами, у тому числі російською), Ніцці (пропонується не лише надання інформації, але й послуги екскурсовода), Барселоні («інфобудки», в яких зібрана інформаційна продукція: буклети, книги, карти тощо), Парижі. В таких інформаційних центрах фахівці з відповідною підготовкою і знаннями можуть відповісти на всі питання, вони зорієнтовані на результат, а не на процес, тому навіть ті туристи, хто мало володіє іноземною мовою отримає необхідну інформацію.

В Україні туристичних інформаційних центрів в тому розумінні, до якого звикли західноєвропейські туристи, не існує, оскільки на державному рівні немає відповідної програми та фінансування. У ситуації недостатньої уваги держави до питань розвитку сучасної туристичної інфраструктури для вирішення проблеми розвитку центрів туристичної інформації необхідно залучати місцеві бюджети. В деяких містах України вже відкриті такі центри.

Нами описано, які чинники впливають на формування конкурентних переваг туристичного підприємства, яке здійснює свою діяльність в умовах ринку, а також висвітлені основні проблеми та перспективи формування конкурентоспроможності туристичної галузі України.

Серед найпоширеніших проблем формування конкурентоспроможності туристичних підприємств України є незадовільний стан матеріальної бази, низька якість надання послуг, невміння ефективно створювати та використовувати конкурентні переваги відповідно до умов міжнародного ринку туристичних послуг, недосконалість методів ведення конкурентної боротьби тощо. Суттєво впливає на формування конкурентоспроможності туристичної галузі державна політика, яка не здійснює необхідну фінансову та інформаційну підтримку туристичних підприємств, які виходять на зовнішні ринки. На даному етапі виникає необхідність інвестування в курортну галузь.

Тому, з цією метою необхідно в подальшому здійснювати дослідження проблем створення та впровадження національної мережі центрів туристичної інформації. До основних напрямків підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств і туристичної галузі України можна віднести:

- пріоритетними повинні бути використання та утримання протягом тривалого періоду чистих постійних конкурентних переваг, які характеризуються певними рисами: цінність для споживачів, особливість чи унікальність, складність для дублювання конкурентами, тощо;

- вдосконалення туристичної інфраструктури держави шляхом проведення робіт з реставрації та реконструкції;

– створенні дієвої системи комплексного управління туристичною індустрією, встановлення системи пріоритетів, здійснення туристичного районування для розвитку туризму в межах територій тощо;

– удосконалення процесу відтворення якісного туристичного продукту, його просування на ринку туристичних послуг, забезпечення нормативних вимог до основних параметрів якості і т. д.;

– розробка концепції рефлексивного управління конкурентоспроможністю туристичних підприємств, створення та використання геоінформаційних систем, що дають можливість поєднати модельне зображення території з інформацією табличного типу.

Висновки до розділу

1. Спільна стратегія розвитку туризму на нашу думку будується на поєднанні проблемно- та програмно-цільового підходу до посилення конкурентоспроможності туристичної сфери України та Франції. Спільна стратегія розвитку туризму дозволяє комплексно підійти до розв'язання найгостріших проблем соціально-економічного розвитку України та підвищення ефективності функціонування туристично-рекреаційної сфери, створення сприятливих умов для посилення її конкурентоспроможності на регіональному, міжнародному та національному рівнях ієрархії управління.

2. Українсько-французьке співробітництво в сфері туризму охоплює широкий спектр напрямів, проте потребує поглиблення в частині співробітництва в сфері підготовки кваліфікованих кадрів для туристичної сфери, з врахуванням успішного французького досвіду та можливостей системи освіти Франції у напрямі підготовки спеціалістів вузького профілю, також використання наявних баз навчально-виробничої практики та стажування.

3. До головних і першочергових програмно-цільових заходів реалізації Спільної стратегії розвитку туризму віднесемо створення спільних українсько-французьких туристичних проєктів (сільського зеленого та екологічного туризму; лікувально-оздоровчого туризму на базі локальних курортних комплексів; пізнавального туризму; спортивного туризму (екстремальні, водні, повітряні, гірські види спорту, велоспорт); релігійного туризму; туризму малих міст; освітнього туризму).

4. Сформульовано пріоритети підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств та туристичної галузі України в цілому. Це потребує вирішення ряду проблем на найвищому керівному рівні країни, насамперед: дослідження проблем туристичної галузі; збільшення фінансування туризму; впровадження новітніх інформаційних технологій; підвищення якості туристичних послуг, міжнародна співпраця в сфері туризму і т. д.

ВИСНОВКИ

У нашому дослідженні запропоноване нове розв'язання задачі інтенсифікації взаємовигідного українсько-французького співробітництва у туристичній сфері на основі теоретичного обґрунтування пріоритетів та розробки системи засобів посилення конкурентоспроможності. Отримані науково-теоретичні, методичні та практичні результати дозволяють зробити такі висновки:

1. Характерною тенденцією розвитку міжнародного туризму в умовах глобальної сервісизації та мегарегіоналізації світогосподарських зв'язків стала інтенсифікація багатостороннього та двостороннього обміну туристичними послугами. Туристичний потенціал і географічне розміщення, напрями та обсяги міжнародних туристичних потоків, безпосереднє сусідство України з країнами-членами ЄС, зміцнення конкурентних переваг на міжнародному та європейському ринках туристичних послуг вимагає концентрації організаційних зусиль та фінансових ресурсів на поглибленні двостороннього співробітництва у сфері туризму з Францією як країною взірцем для наслідування в розвитку туристичної сфери. Важливою підставою ефективної співпраці, спрямованої на підвищення конкурентоспроможності співробітництва у туристичній сфері регіонів, є обґрунтування пріоритетних напрямів та стратегічне програмування спільної діяльності.

2. Концептуальні положення теорій міжнародної торгівлі товарами та послугами системно не охоплюють всі чинники та домінуючі мотиви міжнародного обміну туристичними послугами, а лише відображають особливості формування географічного вектору туристичних потоків за критеріями абсолютних чи порівняльних переваг, ступеня інноваційності розвитку туризму, обсягів внутрішнього попиту на туристичні послуги, їх різноманітності, рівня міжнародної конкурентоспроможності. Узагальнення теоретичних положень міжнародної торгівлі послугами дозволило застосувати їх для теоретичного доведення доцільності двостороннього обміну туристичним досвідом по організації туристичної діяльності як напряму

зміцнення національних конкурентних переваг на міжнародному та європейському туристичних ринках.

3. На сучасному етапі реалізації євроінтеграційної стратегії України міжнародне туристичне співробітництво розглядається як доповнююча структурно-секторальна форма євроінтеграції, імплементації європейських стандартів якості туристичних послуг та досвіду регулювання туризму. В двосторонньому туристичному співробітництві особливої вагомості набуває формування туристичного ринку — інституціонально взаємопов'язаної системи економічних агентів, споживачів, об'єктів інфраструктури, органів управління, а також інтенсифікація співробітництва, з відмінними ознаками не лише економічної, але й історико-культурної, духовно-ментальної мотивації та просторової і часової локалізації надання послуг.

4. Системний аналіз теоретико-методичних основ конкурентоспроможності туризму дозволив окреслити як визначальні ієрархічний, просторово-секторальний і функціональний принципи її оцінки, поєднання яких передбачає: порівняльну географічну оцінку конкурентоспроможності та конкурентних переваг туристичного співробітництва у зовнішній торгівлі; регіональний вимір обсягів, ефективності і ступеня впливу туристичного потенціалу та інфраструктури на соціально-економічний розвиток, що в сукупності забезпечує прогнозне обґрунтування пріоритетів та цільових програмних засобів зміцнення конкурентних переваг.

5. Проведено паралелі щодо організації туристичної діяльності в регіонах Франції (Рона-Альпи) та регіонах України (Карпатський регіон). Окреслено необхідні заходи, які, як ми вважаємо, можуть посприяти активізації співробітництва обох країн на різних рівнях та позитивно вплинути на подальший розвиток туристичної галузі України як такої, що значно поступається туристичній галузі Франції.

6. Регіоналізація як напрям активізації співробітництва регіонів країн, подібних за ключовими характеристиками потенціалу туризму, створює належний базис для ефективного туристичного співробітництва. За

критеріальними ознаками доведено, що регіон Франції (Рона-Альпи) та (Карпатський регіон (Івано-Франківська, Львівська та Закарпатська області) володіють схожими і взаємопов'язаними конкурентними перевагами, що є вагомим підставою активізації туристичної діяльності в межах туристичної співпраці та втілення цієї співпраці в життя.

7. Формування та реалізація державної політики регулювання міжнародного туристичного обміну та її інституціональний базис в Україні та Франції істотно відрізняються цільовими пріоритетами, обсягами фінансового забезпечення, ефективністю використання туристичного потенціалу, обґрунтованістю цілей та завдань стратегій розвитку міжнародного туризму та міжнародного співробітництва. Саме тому ключовими пріоритетами зміцнення конкурентних переваг туризму визначено удосконалення інституціонального забезпечення, його організаційної компоненти та обґрунтування концептуальних рішень українсько-французької стратегії розвитку туризму як напряму системної інтеграції ресурсного потенціалу туристичної сфери та використання французького досвіду в Україні.

Додаток А

Сім чудес України [77; 83]

1. Національний історико-архітектурний заповідник «Кам'янець».
2. Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник.
3. Національний дендрологічний парк «Софіївка».
4. Національний заповідник «Софія Київська».
5. Національний заповідник «Херсонес Таврійський».
6. Національний заповідник «Хортиця».
7. Державний історико-архітектурний заповідник «Хотинська фортеця».

Сім природних чудес України [77; 83]

1. Біосферний заповідник Асканія-Нова.
2. Дністровський каньйон.
3. Регіонально-ландшафтний парк «Гранітно-степове Побужжя».
4. Мармурова печера.
5. Національний природний парк «Подільські Товтри».
6. Озеро Свитязь.
7. Озеро Синевир.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева Ю. В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції: автореф. канд. наук з держ. упр. // Ю. В. Алексеева. — Одеса, 2005. — 23 с.
2. Ананьев М. А. Международный туризм и его развитие после II мировой войны / М. А. Ананьев. — М.: Внешторгиздат, 1966. — 52 с.
3. Андрійчук В.Г., Вериженко І.О. Двосторонні відносини з країнами-членами Євросоюзу як каталізатор євроінтеграції // Моделі та стратегії євроінтеграції України: економічний і правовий аспекти: Збірник матеріалів ІХ Міжнародної науково-практичної конференції, 30 травня 2006 року. — К.: УАЗТ, 2006. — С. 242—245.
4. Безносок В. Д. Туризм і його місце в соціально-економічному розвитку України / В. Д. Безносок // Регіональна економіка. — 2001. — №1. — С. 232—236.
5. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреології та рекреаційної географії / О. О.Бейдик. — К.: Палітра, 1997. — 130 с.
6. Богалдин-Малых В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы / В. В. Богалдин-Малых — М.: Издательство Московского психолого-социального института; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2004. — 560 с.
7. Болотина Е. В. Организационные основы французского муниципального управления: монография / Е. В. Болотина. — СПб., 2006. — С. 6.
8. Большой глоссарий терминов международного туризма. / The Great Glossary of Terms for the International Tourism / Под ред. М. Б. Биржакова, В. И. Никифорова. — СПб: «изд. Дом Герда, «Невский фонд», 2002. — 704 с.
9. Браймер Р. Введение в гостиничный и ресторанный менеджмент / Р. Браймер. — М. 1994. — 345 с.

10. Гаврилюк С. П. Конкуренентоспроможність підприємств на ринку туристичних послуг: дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.02 / Гаврилюк Світлана Павлівна; КНТЕУ. — Київ, 2001. — 285 с. — Бібліограф.: С. 187—199.
11. Градінарова О.О. Рефлексивне управління конкурентоспроможністю туристичних підприємств: дис. на здобуття наук. Ступеня канд. наук: спец. 08.00.04 / Градінарова Орина Олександрівна; Донецьк. Нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. — Донецьк, 2009. — 20 с.
12. Європейський Союз: політика, економіка, право: Навчальний посібник / За ред. Н. В. Антонюк, М. М. Микієвича. — Львів, 2005. — 532 с.
13. Закон України «Про туризм» від 18.11.03 р. // Відомості Верховної Ради (ВВР). — 2004. — №13.
14. Землянська М. Природні чудеса України зайняли своє місце у переможній сімці [Текст] / Марія Землянська // Новості турбизнеса. — 2008. — №16(114). — с. 36—37.
15. Зінченко В. А. Молодіжний туризм в Українській РСР у 70–80–х рр. ХХ ст. (на основі діяльності «Супутника»): автореф. Дис... на здобуття наук. ступеня канд. іст. наук: спец. 07.00.0 «Історія України» / В.А. Зінченко. — Донецьк, 2004. — 20 с.
16. Зленко А. та ін. Україна і Франція: нариси багатовікової історії відносин. — Львів, 2001. — С. 161.
17. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма: Н. И. Кабушкин — 2-е изд., перераб. — Мн.: Новое знание, 2001. — 432 с.
18. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма: В. А. Квартальнов. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 672 с.
19. Квартальнов В. О. Туризм / В. О. Квартальнов. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 320 с.
20. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф. Кифяк. — Чернівці: Зелена Буковина, 2003. — 312 с.

21. Коваленко Ю. О. Формування конкурентоспроможного ринку міжнародних туристичних послуг в Україні: дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.05.01 / Коваленко Юлія Олександрівна; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. — Київ, 2006. — 20 с.
22. Конкуренция наций в туризме // Гостиничный и ресторанный бизнес. — 2007. — №1. — С. 8
23. Криховецький І. З. Стан і перспективи розвитку туризму в Україні / І. З. Криховецький // Інвестиції: практика та досвід. — 2008. — №3. — С. 37—38.
24. Крючков А. А. История международного и отечественного туризма / А. А. Крючков. — М.: НОУ «Луч», 1999. — 94 с.
25. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) — 2-ге видання перероблене та доповнене — К.: «Альтапрес», 2003. — 436 с.
26. Мальська М. П. Основи туристичного бізнесу: М. П. Мальська, В. В. Худо, В. І. Цибух. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 272 с.
27. Манільська Декларація зі світового туризму. WTO: — Madrid. — 1980
28. Маршруты, которые мы выбираем // Обзор Украинского рынка. — 2007. — №5. — С. 54—60
29. Міщенко А. Г. Міжнародне співробітництво в сфері туризму / А. Г. Міщенко // Науковий вісник Київського гуманітарного інституту. Серія: економічні науки. — 2008. — № 1. — С.18—24.
30. Немоляева М. А. Международный туризм: вчера, сегодня, завтра / М. А. Немоляева, Л. Ф. Ходорков. — М.: Междунар. отношения, 1985. — 176 с.
31. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: збірник нормативно-правових актів / під заг. ред. проф. В.К.Федорченка. — Київ, ун-т туризму, економіки і права. — К.: Хрінком Інтер, 2002. — 640 с.

32. Прейгер Д. К. Міжнародний туризм в Україні як форма інтеграційних комунікацій / Д. К. Прейгер, І. А. Малярчук // Стратегічна панорама. — 2005. — №3. — С. 37-40.

33. Прейгер Д., Малярчук І. Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів // Економіка України. — 2001. — №6. — С.20-28.

34. Про внесення змін до Закону України «Про туризм»: Закон України від 18 листопада 2003 р. № 1282-IV (розділ VII, ст. 35) // Голос України. — 26 грудня. — 2003. — № 247.

35. Про внесення змін і доповнень до постанови Кабінету Міністрів України від 20 лютого 1999 р. № 228 «Про порядок оформлення дозволів для в'їзду в Україну»: Постанова Кабінету Міністрів України від 13.07.2004 р. № 909 // Офіційний вісник України. — 2004. — 30.07. — № 28. — Т. 1, С. 171, ст. 1890.

36. Про встановлення безвізового режиму для громадян держав-членів Європейського Союзу, Швейцарської Конфедерації та Князівства Ліхтенштейн: Указ Президента України від 26 липня 2005 р. № 1131/2005 // Офіційний вісник України. — 2005. — 12.08. — № 30. — С. 44, ст. 1787.

37. Про додаткові заходи щодо реалізації права людини на свободу пересування і вільний вибір місця проживання: Указ Президента України від 15.06.2001 р. № 435/2001 // Офіційний вісник України. — 2001. — 06.07. — № 25. — С. 20, ст. 1107.

38. Про забезпечення дотримання законодавства під час надання послуг іноземцям та особам без громадянства: Постанова Кабінету Міністрів України № 1136-2002-п від 17.08.2002 р. // Офіційний вісник України. — 2002. — 06.09. — № 34. — С. 47, ст. 1576.

39. Про запровадження нового порядку оформлення візових документів для в'їзду в Україну: Постанова Кабінету Міністрів України від 20.02.1999 р. № 227 // Офіційний вісник України. — 1999. — 12.03. — № 8. — С. 34.

40. Про затвердження Стратегії інтеграції України до Європейського Союзу: Указ Президента України № 615/98 від 11.06.1999 р. // Офіційний вісник України. — 1998 р. 02.07. — № 24. — С. 3.

41. Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у галузі туризму: Указ Президента України № 1213/2001 від 14 грудня 2001 р. // Офіційний вісник України. 2002. — 04.01. — № 51. — С. 68, ст. 2266.

42. Про Програму інтеграції України до Європейського союзу: Указ Президента України № 1072/2000 від 14.09.2000 р. // Офіційний вісник України. — 2000. — 13.10. — № 39. — С. 2, ст. 1648.

43. Про тимчасове запровадження безвізового режиму для громадян країн-членів ЄС та Швейцарської Конфедерації: Указ Президента України від 31.03.2005 р. № 569/2005 // Офіційний вісник України. — 2005. — 15.04. — № 13. — С. 275, ст. 664.

44. Рекомендации по статистике туризма. — Нью-Йорк: ООН. ST / ESA / STAT / SER. M. / 83. — 1994. — 103 с.

45. Розбудова міжнародних транспортних коридорів // Економіка України, 2001. — №6. — С. 20—28.

46. Сенин В. С. Организация международного туризма: М.: Финансы и статистика, 2004. — 400 с.

47. Сім чудес України. Україна, якою ми мандруємо / Мін-во. культ. та туризму України; уклад.: Л. Бадешко, Ю. Цисаренко, Л. Макеєва, В. Гребельник. — К. : Геопринт, 2007. — 32 с.

48. Смолій В. А., Федорченко В. К., Цибух В. І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / Передмова В.М.Литвина. — Видавничий Дім «Слово», 2006. — 372с.

49. Угода про партнерство і співробітництво між Європейськими Співтовариствами і Україною // Європейський Союз: політика, економіка, право: Навчальний посібник / За ред. Н.В.Антонюк, М. М. Микієвича. — Львів, 2005. — С. 447—498.

50. Фастовець О. О. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів: Навч. Посіб — К.: Вид-во ФПУ, 2007 — С. 17—34.
51. Федорченко В. К., Дьорова Т. А. Історія туризму в Україні / В. К. Федорченко, Т. А. Дьорова. — К.: Вища школа, 2002. — 195 с.
52. Французька республіка: Інформаційно-аналітичні матеріали. — К.: Міністерство економіки України, 2005. — 18 с.
53. Холлоуей Дж. К., Тейлор Н. Туристический бизнес: Пер. с 7-го англ. изд. — К.: Знання, 2007. — 798 с.
54. Школа І. М. Стратегія розвитку підприємств невиробничої сфери регіону: монографія: за ред. І.М.Школи, А. А. Вдовічена / І. М. Школа, А. А. Вдовічен, Т. М. Ореховська та ін. — Чернівці: Книги — XXI, 2008. — 288 с.
55. Balassa B. Comparative Advantage, Trade policy and Economic Development. — New York: Harvester Wheatsheaf, 1989. — P. 41—79.
56. Evrard Y., Pras B., Roux E. Market. Etude et recherches en marketing: Fondement methodes. — Paris: FOUCHER, 1994. — 432 с.
57. Liesner H. The European common market and British industry // Economic Journal. — 1958. — Vol. 4, № 68. — P. 302—306.
58. Mathieson A., Wall G. Tourism: Economic, Physical and Social Impacts / A.Mathieson, G.Wall — Singapore: Longman Scientific and Technical, 1982, — 208 p.
59. Waters S. R. Travel Industry Word Yearbook: [The Big Picture] — New York: Child and Waters Inc., 1985. — 136 p.
60. Zaniewski I., Zaniewska L. Active and healthy tourism in the Carpathian recreation region // Health Strengthening. Factors, mechanisms and health strategies. Radom: PR, 2003. — S. 398—401.
61. Гірський туризм без кордонів. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ua-reporter.com/novosti/2712>

62. «Дорожня карта» українсько-французьких відносин. Набула чинності 11.11.2005 р. // Закони України. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/250_052
63. European Travel Commission. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.etc-corporate.org>
64. ERAI Ukraine. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ua.era1.org/front/index.php?lvlid=1>
65. Faits saillants OMT du tourisme. Édition 2011. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11f1r_3.pdf
66. Державне агентство України з туризму та курортів. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/>
67. The 10 best new European city breaks. // Офіційна інтернет-сторінка британської щоденної газети The Times. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.timesonline.co.uk>.
68. Tourisme en France. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://fr.wikipedia.org/wiki/Tourisme_en_France
69. Tourisme.gouv.fr. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.tourisme.gouv.fr/>
70. World Tourism Organization UNWTO. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://unwto.org/en>
71. Бессонова В. Б. Государственная политика в сфере туризма: правовой аспект / В. Б. Бессонова. — [Електронний ресурс]. — Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/bessonova.htm
72. Євроінтеграційний поступ України. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.sta.gov.ua/doccatalog/document?id=246946>
73. Інформація про діяльність щодо реалізації державної туристичної політики у сфері міжнародних відносин. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.kmv.gov.ua/divinfo.asp?Id=200477>

74. Концепція державної політики України щодо розвитку молодіжного та дитячого туризму: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 12.05.2004 р. № 298-р. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>

75. Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії. Франція. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Франція>

76. Мігущенко Ю. В. Напрями регулювання структурних диспропорцій в туристичній сфері країн центрально-східної та південної Європи: досвід для України в контексті розширеної зони вільної торгівлі/ Ю. В. Мігущенко. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/august08/13.htm>

77. Офіційна інтернет-сторінка проекту «Сім чудес України». — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.7chudes.in.ua>.

78. Офіційний сайт Державного агентства України з туризму і курортів. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://tourizm.gov.ua>

79. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

80. Програма транскордонного співробітництва Польща-Білорусь-Україна на 2007 – 2013 роки. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.pl-by-ua.eu/ua

81. Протокол до Угоди про партнерство і співробітництво між Україною і Європейськими Співтовариствами та їх державами-членами (УПС) про приєднання Чеської Республіки, Естонської Республіки, Республіки Кіпр, Латвійської Республіки, Литовської Республіки, Угорської Республіки, Республіки Мальта, Республіки Польща, Республіки Словенія та Словацької Республіки до УПС та внесення змін до УПС від 29.04.2004 р. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_521

82. Саміт – Україна ЄС 27 жовтня 2006 року, м. Гельсінкі. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.mfa.gov.ua/mfa/ua/2031.htm>

83. Список об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО в Україні. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Список_об'єктів_Світової_спадщини_ЮНЕСКО_в_Україні

84. Туризм в Україні. — [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Туризм_в_Україні

85. Про Положення про Державне агентство України з туризму та курортів. – Президент України; Указ, Положення від 08.04.2011 № 444/2011. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/444/2011>

86. Україна вступила до Європейської туристичної комісії. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.mincult.gov.ua/?id=2326&templ=0>

87. Українсько-польський туристичний портал. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.tourism-carpathian.com.ua/>