

УДК

ІНДУСТРІЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО РОЗВИТОК ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

Соломія Попович

*Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Університетська 1, м. Львів 79000, Україна, тел. (032) 239-46-03*

Проаналізовано індустрію міжнародного туризму та його розвиток за сучасних умов. Охарактеризовано чинники, що впливають на розвиток міжнародного туризму.

Ключові слова: туризм.

У багатьох державах світу туризм розвивається як система, що створює можливості для ознайомлення з історією, культурою, звичаями, духовними і релігійними цінностями країни та її народу і водночас дає прибуток у державну скарбницю. Туристична діяльність у розвинених країнах є важливим джерелом добробуту держави. В Україні з її багатою історичною спадщиною і безцінними рекреаційними ресурсами туристичний бізнес розвивається з переважною орієнтацією на виїзд. Багато туристичних фірм надають перевагу перевезенням українців за кордон на курорти Болгарії чи до старовинних пам'яток історії Франції, Греції, і лише невелика їх частина працює на запрошення гостей в Україну. Хоча саме туризм для України з її економічними проблемами може стати стабільним джерелом прибутку.

Дедалі більше галузей економіки прямо чи опосередковано починають працювати в сфері туризму, отримуючи завдяки цьому чималі прибутки. Гроші, які одержуються в сфері туризму, можна порівнювати хіба що з торгівлею нафтою.

Сучасна індустрія туризму розвивається надзвичайно динамічно. В останні 20 років середньорічні темпи зростання кількості приїжджих іноземних туристів у світі становили 5,1%, валютних надходжень 14%. За даними Всесвітньої туристичної організації 1995 року у світі було зареєстровано 576 млн приїжджих туристів, а надходження від міжнародного туризму досягли 372 млрд доларів (без урахування надходжень від міжнародного транспорту). Загалом обсяги валютних надходжень від туризму із 1950 по 1995 р. зросли в 144 рази.

За прогнозами експертів, міжнародний туризм бурхливо розвиватиметься і далі. Очікується, що за збереження таких темпів зростання у міжнародних подорожах до 2010 р. візьмуть участь близько 937 млн осіб.

На думку різних аналітиків, основу розвитку міжнародного туризму формують такі чинники:

1. економічне зростання і соціальний прогрес (сприяють поживленню ділових поїздок і поїздок з пізнавальними цілями);
2. удосконалювання усіх видів транспорту та здешевлення транспортних послуг;
3. збільшення кількості робітників і службовців у розвинених країнах, підвищення їх матеріального і культурного рівня;

4. інтенсифікація праці й подовження тривалості відпусток;
5. розвиток міждержавних зв'язків і культурних обмінів між країнами;
6. розвиток сфери послуг, що стимулює розвиток сфери перевезень, і технологічний прогрес у сфері телекомунікацій;
7. послаблення обмежень на вивезення валюти в багатьох країнах і спрощення процесу перетину кордону;

Значення туризму у світі постійно зростає і це пов'язано із зростанням впливу туризму на економіку. В економіці окремої країни міжнародний туризм виконує низку важливих функцій:

1. міжнародний туризм – джерело валютних надходжень для країни і засіб забезпечення зайнятості;
2. міжнародний туризм збільшує внески в платіжний баланс країни;
3. міжнародний туризм сприяє диверсифікації економіки, створюючи галузі, що обслуговують сфери туризму;
4. із зростанням зайнятості в сфері туризму зростають прибутки населення і підвищується добробут нації.

Розвиток міжнародного туризму сприяє розвитку економічної інфраструктури країни. Отже, міжнародний туризм варто розглядати у співвідношенні з економічними відносинами.

Міжнародний туризм належить до трьох найбільших галузей, поступаючись нафтовидобувній промисловості й автомобілебудуванню, частки яких у світовому експорті 11% і 8,6% відповідно.

Значення туризму як джерела валютних надходжень, забезпечення зайнятості населення, розширення міжособистісних контактів зростає. Міжнародний туризм у світі розвинений нерівномірно, що пояснюється передусім різницею у соціально-економічному розвитку країн і регіонів. Найбільшого розвитку міжнародний туризм набув у західноєвропейських країнах. На них припадає понад 70% світового туристичного ринку і битько 60% валютних надходжень. Приблизно 20% припадає на Америку, менше 10% – на Азію, Африку й Австралію разом узяті.

Всесвітня туристична організація у своїй класифікації виокремлює країни, що є переважно постачальниками туристів (США, Бельгія, Данія, Німеччина, Нідерланди, Нова Зеландія, Швеція, Канада, Великобританія) і країни, що приймають туристів (Австралія, Греція, Кіпр, Італія, Іспанія, Мексика, Туреччина, Португалія, Франція, Швейцарія, Болгарія, Україна, Єгипет, країни Кавказького регіон).

Бурхливий розвиток міжнародних туристичних зв'язків спричинило створення численних міжнародних організацій – серед яких: спеціалізовані інститути системи ООН, організації, в яких питання розвитку міжнародного туризму обговорюються епізодично і не є головними в сфері діяльності; неурядові спеціалізовані, міжнародні, комерційні, національні і регіональні організації з туризму.

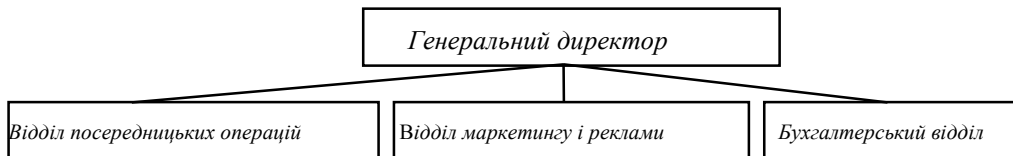
Відповідно до Статуту, завданням Всесвітньої туристичної організації (ВТО) є заохочення туризму як засобу економічного розвитку і міжнародного взаєморозуміння для забезпечення миру, добробуту, поваги і дотримання прав людини незалежно від раси, статі, мови і релігії, а також дотримання інтересів країн, що розвиваються, в області туризму.

ВТО прийняла низку декларацій в сфері міжнародного туризму, серед яких:

- Манільська декларація про туризм у світі (1980);
- Документи Акапулько (1982);
- Хартія про туризм і Кодекс поведінки туриста (Софія, 1985);

- Гаагська декларація по туризм (1989).

Організаційну структуру та управління туристичної фірми визначають її завдання і стратегія. Як правило, така фірма має керівника, що здійснює загальне керівництво і розробляє загальну стратегію, а також відділи посередницьких операцій, маркетингу і реклами, бухгалтерію. (Див. схему)



Організаційна структура турфірми

Відділ організації посередницьких операцій міжнародного туризму планує і організовує туристичні поїздки на підставі дилерських договорів із туроператорами. На початку кожного сезону на підставі інформації про попит і стан ринку, наданої відділом маркетингу, складається план набору груп за напрямками, туроператору пересилається запит на надання окремих турів на визначений період. Усю роботу із виконання умов договору: формування груп, добір керівників і гідів-перекладачів, надання необхідної інформації, списків груп при візовому оформленні і страхуванні – здійснює також цей відділ.

Контролює роботу фірми бухгалтерський відділ, куди надходить інформація про кошти та здійснення різних господарських операцій.

Маркетингова і рекламна стратегія, а також розробка туристичного продукту покладаються на відділ маркетингу.

У туристичному бізнесі, як і в будь-якому іншому виді діяльності, необхідно вивчати попит і пропозицію на ринках, тобто провадити маркетингові дослідження.

Надаючи послуги, фірма повинна орієнтуватися на потреби туристів, інформацію про які отримує за допомогою опитування потенційних клієнтів. Важливим джерелом інформації є також аналіз рекламних проспектів і листівок, що доставляються українськими і закордонними фірмами-партнерами і конкурентами.

Варто враховувати, що за метою поїздки туризм порділяється на:

- курортний туризм з метою відпочинку і лікування;
- екскурсійний туризм - знайомство з природними, історичними і культурними визначними пам'ятками;
- діловий туризм - для проведення ділових переговорів;
- науковий туризм - знайомство з досягненнями науки і техніки, участь у конгресах, конференціях і т.п.

Отже, за умови вдосконалення (а саме – підвищення рівня обслуговування до світових стандартів, налагодження довгострокових закордонних зв'язків, перегляд законодавчої бази тощо) і належного функціонування туристична діяльність може прискорити вихід України з важкого економічного становища.

2. Нормативно-правові акти України з питань туризму: Збірник законодавчих та нормативних актів / Упоряд. *М.І. Камлик*. – К.: Атака, 2004. - 464 с.
3. *Сівчаєнко І.Ю., Кухарська Н.О., Левицький М.А.* Вільні економічні зони: Навч. посібник. – К.: Дакор; Алеута, 2001. - 480 с.
4. Туризм в Україні має перспективи // Урядовий кур'єр. – 2003. – №43 с. 6-9.
5. *Квартальнов В.А., Колесник Н. В.* Введение в специализацию. Ч. 1. Менеджмент иностранного туризма: Учебное пособие. – М.: Советский спорт, 2000. – 112 с.

INDUSTRY OF INTERNATIONAL TOURISM AND ITS DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS

Solomiya Popovych

*Ivan Franko National University of Lviv
vul. Universytetska 1, Lviv 79000, Ukraine, ntk. (032) 239-46-03*

Industry of international tourism and development in modern conditions. Industry of international tourism and development is analysed in modern conditions. Factors which influence on development of international tourism are characterized.

Key words: tourism.

Стаття надійшла до редколегії 21.02.2008

Прийнята до друку 22.06.2008