ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

На правах рукопису

НЕГОДЧЕНКО ВАДИМ ОЛЕКСАНДРОВИЧ

МІЖНАРОДНІ ОРГАНІЗАЦІЇ В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Спеціальність **242** (код) **Туризм** (назва спеціальності)

Освітня програма **Туризм** (назва)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня **бакалавра**

Науковий керівник:
Сазонець Ігор Леонідович,
доктор економічних наук, професор

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ
Протокол засідання кафедри
№ 5 від 05.02.2024р
Завідувач кафедри

(підпис) Тетяна ТЕСЛЕНКО (ім'я, прізвище)

Нормоконтроль

(підпис) Наталія СЕРГІЄНКО (Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Дніпро, 2024

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Освітній ступінь бакалавр
Спеціальність 242 Туризм
Освітня програма Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу
_____**Тетяна ТЕСЛЕНКО**
«_02_» _____11_____2024_____року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
НЕГОДЧЕНКА Вадима Олександровича

1. Тема роботи: **«Міжнародні організації в розвитку туристичної індустрії».**

2. Науковий керівник: **доктор економічних наук, професор Сазонець Ігор Леонідович.** Затверджені наказом вищого навчального закладу від «_01_» __11____2023__ року № __127-02_____

3. Строк подання роботи на кафедру: __01.02.2024__ р.

4. Мета кваліфікаційної роботи полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних положень та розробка практичних рекомендацій щодо аналізу ролі міжнародних організацій в розвитку туристичної індустрії у вітчизняній та світовій практиці, а також розробка рекомендацій щодо впровадження позитивного світового досвіду в сферу туристичної індустрії України.

5. Завдання кваліфікаційної роботи:

1. провести теоретичний аналіз та розкрити практичну значимість впливу міжнародних організацій на сферу туризму;

2. проаналізувати прикладні аспекти функціонування міжнародних туристичних організацій на глобальному рівні в контексті сфери надання туристичних послуг;
3. визначити перспективні напрями розвитку туристичної галузу в межах взаємодії із системою міжнародних організацій та розвитку інфраструктури туристичного бізнесу.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з\п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вступ	07.11.2023 р.	виконано
2.	І Розділ	29.11.2023 р.	виконано
3.	ІІ Розділ	29.12.2023 р.	виконано
4.	ІІІ Розділ	29.01.2024 р.	виконано
5.	Робота в цілому	01.02.2024 р.	виконано

Науковий керівник _____ Ігор САЗОНЕЦЬ

Здобувач вищої освіти _____ Вадим НЕГОДЧЕНКО

Дата видачі завдання 01.11.2023 р.

UNICHECK
by Turnitin

Имя пользователя:
Альбіна Ткаченко

Дата проверки:
19.02.2024 09:43:59 EET

Дата отчета:
19.02.2024 09:45:51 EET

ID проверки:
1016112758

Тип проверки:
Doc vs Internet + Library

ID пользователя:
100005559

Название файла: **Негодченко В.О. дипломна робота**

Количество страниц: 126 Количество слов: 29400 Количество символов: 231309 Размер файла: [illegible] ID файла: [illegible]

24.4% Совпадения

Наибольшее совпадение: 2.64% с Интернет-источником [illegible]

22.3% Источники из Интернета [illegible] Страница [illegible]

4.79% Источники из Библиотеки 24 Страница [illegible]

0% Цитат

Исключение цитат выключено

Исключение списка библиографических ссылок выключено

0% Исключений

Нет исключенных источников

Модификации

Обнаружены модификации текста. Подробная информация доступна в онлайн-отчете.

Замененные символы 23

АНОТАЦІЯ

Негодченко В. О. Міжнародні організації в розвитку туристичної індустрії. 135 с., 4 табл., 1 рис., 79 джерел.

Кваліфікаційна робота на здобуття рівня вищої освіти «бакалавр з туризму». ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», Дніпро, 2024.

У першому розділі роботи висвітлено значення системи міжнародних організацій в сучасному світі, визначено сутність та надано класифікацію міжнародних організацій, визначено міжнародні організації, що регулюють сферу туристичного бізнесу.

У другому розділі роботи проведено аналіз міжнародних організацій глобального управління в розвитку туристичної індустрії. Для цього в розділі визначено пріоритетність ролі UNWTO в регулюванні процесів туристичної індустрії. Для цього систематизовано основні засади діяльності сфери лікувально-оздоровчого туризму в контексті світового досвіду; наявний вплив WHO на стабілізацію процесів в туристичній індустрії, а також значення UNESCO у формуванні історико-культурної складової туристичних дестинацій.

Третій розділ кваліфікаційної роботи присвячено визначенню значення міжнародних організацій в забезпеченні інфраструктури туристичного бізнесу.

З цією метою проведено аналіз актуальних проблем діяльності міжнародних страхових організацій в системі туристичного бізнесу.

Розкрито значення міжнародних транспортних організацій в туристичній індустрії опираючись на проаналізований досвід туристичної галузі в Україні та світі. З'ясовано та обґрунтовано вплив міжнародних спортивних організацій на розвиток івент-туризму на основі чого представлено перспективні напрями вдосконалення системи туристичних послуг в Україні.

Ключові слова: туризм, туристична індустрія, міжнародна організація, глобалізація, дестинація, івент-туризм.

Список публікацій здобувача:

Негодченко В.О., Сазонець І.Л. Формування тенденцій та напрямків розвитку туристичної діяльності під впливом міжнародних організацій: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «*Теоретико-прикладні проблеми розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі»,* 29 листопада 2023 р. Дніпро : ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2023. С. 99 -101.

ABSTRACT

Negodchenko V. O. International organizations in the development of the tourist industry. 135 pp., 4 tables, 1 fig., 79 sources.

Qualification work for obtaining the level of higher education "bachelor in tourism". Dnipro Humanities University, Dnipro, 2024.

In the first chapter of the work, the importance of the system of international organizations in the modern world is highlighted, the essence and classification of international organizations is defined, international organizations that regulate the field of tourism business are defined.

In the second part of the work, an analysis of international organizations of global management in the development of the tourism industry is carried out. For this purpose, the section prioritizes the role of the UNWTO in regulating the processes of the tourism industry. For this purpose, the main principles of activity in the field of health tourism in the context of world experience have been systematized; the existing influence of the WHO on the stabilization of processes in the tourism industry, as well as the importance of UNESCO in the formation of the historical and cultural component of tourist destinations.

The third section of the qualification work is devoted to determining the importance of international organizations in providing the infrastructure of the tourist business.

For this purpose, an analysis of current problems of international insurance organizations in the system of tourism business was carried out.

The importance of international transport organizations in the tourism industry is revealed based on the analyzed experience of the tourism industry in Ukraine and the world. The influence of international sports organizations on the development of event tourism is clarified and substantiated, on the basis of which promising directions for improving the system of tourist services in Ukraine are presented.

Keywords: tourism, tourism industry, international organization, globalization, destination, event tourism.

Negodchenko V.O., Sazonets I.L. The formation of trends and directions of the development of tourism activity under the influence of international organizations: materials of the All-Ukrainian scientific and practical conference *"Theoretical and applied problems of the development of the tourism and hospitality industry in a competitive environment"*, November 29, 2023. Dnipro: VNPZ "Dnipro Humanitarian University", 2023. 94-97.

ЗМІСТ

ВСТУП 7
РОЗДІЛ 1. МІЖНАРОДНІ ОРГАНІЗАЦІЇ В СУЧАСНОМУ СВІТІ ТА ЇХ РОЛЬ В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ..... 11
1.1. Значення системи міжнародних організацій в сучасному світі…… ……...11
1.2. Сутність та класифікація міжнародних організацій. 18
1.3. Міжнародні організації, що регулюють сферу туристичного бізнесу..... 32
РОЗДІЛ 2. МІЖНАРОДНІ ОРГАНІЗАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ. 44
2.1. Пріоритетна роль UNWTO в регулюванні процесів туристичної індустрії 44
2.2. Вплив WHO на стабілізацію процесів в туристичній індустрії..60
2.3. Значення UNESCO у формуванні історико-культурної складової туристичних дестинацій ..... ….67
РОЗДІЛ 3. ЗНАЧЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ 74
3.1. Діяльність міжнародних страхових організацій в системі туристичного бізнесу 74
3.2 Значення міжнародних транспортних організацій в туристичній індустрії 101
3.3. Вплив міжнародних спортивних організацій на розвиток івент-туризму 111
ВИСНОВКИ..... 123
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ……127

ВСТУП

Актуальність досліджуваної теми. Ринок міжнародного туризму є складноорганізованою системою з тенденцією до стрімкого поступального розвитку. В період, що передував пандемії COVID-19, відбувалось освоєння нових туристичних регіонів й зростання міжнародного туристичного обміну. Сьогодні міжнародний туризм є потужною світовою індустрією, що утворює близько 10 % світового валового продукту. Крім цього, міжнародний туризм є найважливішою експортною індустрією та сферою для великих інвестиційних потоків. Світову економіку неможливо уявити без міжнародного туризму, в якому задіяні мільйони працівників самих різних професій, досвіду, кваліфікації. Все це вимагає розробки «загального» законодавства, а також створення спеціалізованих міжнародних організацій, що займаються розробкою та вдосконаленням міжнародних правових регламентів, вивчають проблеми туризму та способи їх вирішення, встановлюють міжнародні норми та стандарти, сприяють співпраці країн в означеній галузі, розробляють рекомендації щодо її сталого розвитку. Також міжнародні туристичні організації, яких на сьогодні налічується понад 200, контролюють дотримання заходів щодо захисту навколишнього середовища та пам’яток культурної спадщини.

Водночас, попри сформованість системи міжнародних туристичних організацій, у науковій традиції їх діяльність і перспективи її розвитку розкриті недостатньо, в окремих аспектах або ж у контексті ширших питань. Подальшого наукового вивчення потребує практика реалізації міжнародної співпраці в галузі туризму в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Здійснений в межах дослідження аналіз наявної наукової літератури дає підстави стверджувати, що основні напрями досліджень у сфері туризму це правовий, економічний, соціальний, історичний та міжнародний. Питання історії розвитку туризму досліджували

вітчизняні та закордонні вчені, зокрема Н. Алєшугіна, А. Андреєва, І. Безуглий, Х. Крипендорф, О. Зеленська, В. Квартальнов, В. Кемонс, Ф. Котлер, Р. Ланкар, В. Мідлтон, І. Набок, Н. Ольє, М. Онисько, Л. Побоченко, К. Рігер, М. Мальська, В.І Мацола, О. Савченко, Г. Шаповал, І. Школа та інші.

Теоретичною основою представленого дослідження є праці авторитетних науковців, що досліджують питання впливу міжнародних організацій на розвиток національного туризму, зокрема О. Баб'як, О. Вівсянника, В. Воронкової, М. Гакової, В. Джинджояна, І. Зими, О. Любіцевої, М. Мальської, І. Сазонця, О. Сазонець, С. Сардака, Т. Тесленко., В. Торянника, О. Ханіної.

Вивчення міжнародного аспекту діяльності галузі в пропонованій роботі опирається на дослідження питань співпраці міжнародних організацій з іншими інституціями, що регулюють туристичну діяльність спираються на дослідження таких науковців як О. Амоша, Л. Безтелесна, Т. Гринько, О. Дацій, О. Джусов, В. Кожушко, Л. Ліпич, М. Мальчик, М. Мельникова, Н. Мешко, О. Покатаєва, В. Саричев, С. Хамініч та інших.

Мета роботи полягає в розкритті структурних і функціональних особливостей міжнародних організацій в аспекті їх впливу на розвиток туристичної галузі та формування системи практичних рекомендацій щодо оптимізації їх функціонування на основі узагальнення світового та українського досвіду.

Досягнення мети дослідження передбачає розв'язання наступних **завдань**:

– охарактеризувати значення системи міжнародних організацій в сучасному світі;

– розкрити сутність та обґрунтувати класифікацію міжнародних організацій;

– виявити структурно-функціональні особливості міжнародних організацій, що регулюють сферу туристичного бізнесу;

– охарактеризувати діяльність міжнародних організацій глобального управління в розвитку туристичної індустрії (UNWTO, WHO, UNESCO);

– розкрити значення міжнародних страхових, транспортних, спортивних організацій в забезпеченні інфраструктури туристичного бізнесу.

Об'єктом дослідження є міжнародні організації, що впливають на сферу туризму.

Предмет дослідження – діяльність та функції міжнародних організацій в розвитку туристичної сфери.

Методологія дослідження. Дослідження засноване на загальних положеннях економічної теорії та менеджменту щодо реалізації процесу функціонування міжнародних організацій в розвитку туристичної індустрії із застосуванням методів статистичного дослідження для визначення основних проблем та виявлення основних шляхів впливу міжнародну організацій на туристичну галузь.

У роботі застосовані такі загальнонаукові та конкретні методи досліджень як структурно-логічний аналіз для визначення методик створення та функціонування міжнародних організацій в глобальному світі; історичний – для дослідження ретроспективи розвитку міжнародних туристичних організацій; теоретичного аналізу – для формування концепціх впливу міжнародних організацій на туристичну галузь, математичної статистики – для формування цифрового матеріалу в процесі статистичного дослідження; графічний – для використання в процесі дослідження.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх використання у процесі розробки програм удосконалення діяльності туристичної галузі у контексті співпраці із міжнародними організаціями, визначення основних напрямів діяльності організацій глобального управління в розвитку туристичної

індустрії, обґрунтуванні актуальності подальших наукових досліджень значення міжнародних організацій в забезпеченні інфраструктури туристичного бізнесу.

Інформаційну базу дослідження утворюють наукові доробки науковців кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», наукова література та інформаційні матеріали, звіти органів державної статистики України та результати досліджень, виконаних автором.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку використаних джерел та додатків. У роботі розміщено 4 таблиці. Перелік використаних джерел включає 76 найменувань. Загальний обсяг роботи становить 139 сторінок.

РОЗДІЛ 1.
МІЖНАРОДНІ ОРГАНІЗАЦІЇ В СУЧАСНОМУ СВІТІ ТА ЇХ РОЛЬ В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

1.1. Значення системи міжнародних організацій в сучасному світі

Міжнародні організації відіграють в сучасному світі все більшу роль. В минулому столітті кількість міжнародних організацій (МО) зросла експоненціально, і виникли різноманітні потужні наукові теорії, щоб пояснити, чому вони були створені. Більшість із цих теорій пояснюють створення МО як відповідь на проблеми неповноти інформації, транзакційні витрати та інші перешкоди для зростання ефективності глобального управління. Проте дослідження, що ґрунтуються на цих теоріях, приділяли недостатньо уваги тому, як МО насправді поводяться після їх створення. Ближче дослідження показало б, що багато МО відхиляються від цілей цих теорій і те, що багато МО здійснюють владу автономно, виконуючи функції, що не були непередбачені державою при їх створенні. Розуміння цих процесів вимагає перегляду їх діяльності.

Базуючись на конструктивістському підході, що ґрунтується на соціологічному інституціоналізмі, необхідно пояснити як силу МО, так і їхню схильність до дисфункціональної, навіть деструктивної поведінки. Спираючись на давні аргументи про бюрократію та соціологічні інституціоналістські підходи до організаційної поведінки, ми стверджуємо, що раціонально-правова влада, яку втілюють МО, дає їм владу, незалежну від держав, які їх створили, і спрямовує цю владу в певних напрямках.

МО, за визначенням, створюють правила, але при цьому вони також створюють соціальні знання. Вони визначають спільні міжнародні завдання (наприклад, «розвиток»), створюють і визначають нові категорії учасників глобальних процесів (наприклад, «біженець»), створюють нові інтереси для

акторів (наприклад, «сприяння правам людини») та передачу моделей політичної організації світу (наприклад, такі ринки та демократія.) Проте однакова нормативна оцінка на безособові, узагальнені правила, які визначають межі діяльності МО та роблять їх могутніми в сучасному житті, також можуть зробити їх несприйнятливими до середовища. МО керуються своїми власними правилами щодо основних місій, що зрештою призводить до неефективності та , самопрограшної поведінки. Припускаємо, що МО – це щось більше, аніж відображення державних уподобань і що вони можуть бути автономними та потужними акторами у глобальній політиці. Зауважимо, що міжнародні організації, як і всі інші організації, можуть бути нефункціональні та неефективні. Однак акцент робиться на тому, як характеристики МО в контексті загальної культурної форми поведінки глобального суспільства забезпечують різну і дуже широку основу для формування напрямів розвитку світової економіки та світової політики.

Розробка альтернативного підходу до думок про МО має значення, лише якщо це дає значну інформацію та відкриває нові можливості для дослідження основних питань щодо їх функціонування. Наш підхід дозволяє нам дослідити принаймні три з нових точок зору таких досліджень. По-перше, він пропонує інше бачення потужності МО і того, яке вони мають значення у світовій політиці. Це питання було в центрі дебатів між неоліберадами та неореалістами в пролітиці протягом багатьох років. Ми доводимо, як неолібералі-інституціоналісти фактично завдають собі шкоди у суперечці з реалістами, розглядаючи лише один аспект влади МО. Глобальні організації роблять більше, ніж просто сприяють співпраці, допомагаючи державам подолати провали ринку, організувати колективні дії, пов'язані з взаємозалежним соціальним вибором. Вони також створили акторів, що визначили обов’язки та повноваження всередині МО, а також визначили нормативні умови діяльності для глобальних управлінських

структур. Навіть коли їх бракує матеріальних ресурсів, МО здійснюють владу, оскільки вони утворюють і конструюють соціальний світ [16, с. 24].

По-друге, наше дослідження забезпечує теоретичну основу для розгляду МО як автономних учасників процесу глобалізації і, таким чином, кидає виклик онтології, яка панує в теоріях міжнародних відносин. Незважаючи на всю їхню увагу до міжнародних інституцій, одним із результатів теоретичної орієнтації неоліберальних інституціоналістів і теоретиків є те, що вони ставляться до МО так, як плюралісти ставляться до держави. МО є механізмами, за допомогою яких діють інші (як правило, держави); вони не цілеспрямовані учасниками процесу глобального управління. Режими – це «принципи, норми, правила та процедури прийняття рішень»; вони не є акторами [12, с. 17].

По-третє, наш погляд пропонує іншу точку зору для оцінки діяльності МО. Хоча реалісти та деякі політики зайнялися цим питанням, небагато хто критично ставилися до успішності діяльності МО. Частково цей оптимізм випливає з основних принципів класичного лібералізму, який вже давно розглядає міжнародні організації як мирний спосіб управління швидкими технологічними змінами і глобалізацією, що є набагато кращими за очевидну альтернативу – війну. Також позитивній оцінуі діяльності МО сприяє позиція щодо МО, яка існує в теоретичних припущеннях більшості вчених неоліберaлів щодофункціонування на основі впливу МО режимів та національних економік, які вони спираються на регулювання з боку МО. З цієї точки зору МО існують лише тому, що вони вдосконалюють ефективність глобального управління та вирішують проблеми для урядів держав [6, с. 98]. Отже, якщо МО існує, вона повинна бути більш корисно, ніж інші альтернативи, оскільки, за теоретичною аксіомою, держави відключать від процесів регулювання своєї діяльності будь-який інструмент МО, який не працює. Ми знаходимо це припущення незадовільним. Діяльність МО часто призводить до небажаних і навіть згубних наслідків і ми, як теоретики, хочемо зрозуміти чому. Фахівці з міжнародних відносин знайомі з принципалом-агентом

проблеми та шляхами, якими бюрократична політика може скомпрометувати організаційну ефективність.

У соціальній науці існує два широких напрямки теоретичного дослідження діяльності організацій. Один є економічним і ґрунтується на припущеннях економічної раціональності та ефективності; інший — соціологічний і зосереджений на питаннях легітимності та впливу. Різні припущення, закладені в кожному типі теорії, зосереджують увагу на різних типах питань про організації та дають зрозуміти різні види проблем.

Економічний підхід, як не дивно, походить від економічних досліджень та бізнес-школ. У рамках стандартної мікроекономічної логіки має бути набагато ефективнішим проводити всі транзакції проводити через ринки, а не через «ієрархії» чи організації [34]. Вірним це твердження є і для туристичних ринків. Отже, той факт, що в економічному житті домінують величезні організації, є аномалією. Наявність великих міжнародних організацій в сфері туризму зумовлено глобальними масштабами туристичної індустрії та наявними тенденціями до збільшення цих масштабів (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

Динаміка кількості туристів у різних мега регіонах світу, млн осіб.

Мегарегіон	Рік						2020 р відносно 2019 р, %
	1995	2010	2015	2018	2019	2020	
Європа	304,5	489,4	608	711	762	221	29
Азія та Тихоокеанський регіон	82,1	205,4	279	343	361	58	16
Америка	109,1	150,1	193	219	234	73	31
Африка	18,7	49,5	65	66	68	20	30
Близький Схід	12,6	22,4	63	61	62	18	29
РАЗОМ	527	916,8	1208	1400	1487	390	26

Показники наведені у таблиці 1.1 підтверджують, що до 2019 року у світовій економіці ринок туристичних послуг досить інтенсивно розвивався. Регіональна динаміка зростання в різних частинах світу не була рівномірною, але за незначним винятком був щорічний приріст туристичного потоку. Найбільш суттєва частка туристів припадала на Європу, майже кожен другий турист був до цієї частини світу. Такі тенденції підтверджують об'єктивність глобального управління цим ринком на основі його регулювання міжнародними організаціями.

Таким чином, економісти розглядають організації як рішення, що покращують проблему неповної інформації та високих трансакційних витрат. Неоліберали та реалісти не погоджуються щодо ступеню обмежень анархії в світовій економіці за рахунок діяльності МО. Державна влада може здійснюватися в політичних діях всередині МО. МО організації допомагають регулювати фінансові потоки та зростання добробуту країн. Туризм є одним з головних чинників розвитку економіки для багатьох країни (таблиця 1.2.). Це об'єктивно зумовлює участь МО в управлінні цими країнами.

Таблиця 1.2

Динаміка внеску туристичної індустрії у ВВП країн з найбільш розвиненим туризмом, млрд дол. США

Країна	Рік							2019 р до 2007 р., %
	2007	2009	2011	2013	2015	2017	2019	
Гонконг	27,6	31,2	46,5	58,2	57,2	56,7	65,4	237,0
Малайзія	32,8	27,8	38	44,4	39,8	41,9	49,4	150,6
ОАЕ	17,4	21,6	27,8	34,5	37,1	42	43,1	247,7
Південна Корея	62,8	57,9	58,2	67,7	69,7	71,4	70,8	112,7
Сінгапур	16,4	17	27,1	29,3	28,6	31,5	36,5	222,6
Тайвань	17,1	16,1	23,9	25,7	25,8	24,4	25,2	147,4
Чилі	13,5	15,6	21,4	26,2	24,5	28,4	31,8	235,6

Дотримуючись економічної логіки, теорії інституціоналізму вчені, які працюють у цьому напрямі, загалом розглядають МО як утворення держав,

спрямованих на підтримку державних інтересів. Аналіз подальшої поведінки МО зосереджується на процесах агрегування переваг держав-членів через стратегічну взаємодію в структурі МО. Таким чином, МО є просто феноменами взаємодії держав. Держави можуть жорстко вести політику в рамках інституційного механізму, переслідуючи свої політичні цілі. Норми та правила механізму можуть обмежувати можливості держав. Міжнародні організації не є цілеспрямованими політичними акторами самі по собі і не мають онтологічна незалежність. У тій мірі, в якій МО насправді живуть своїм життям вони порушують «межі реалізму», а також неолібералізму, порушуючи онтологічні структури цих теорій.

Концепція режимів породила велику кількість досліджень в сфері міждержавної співпраці. Багато неоліберальної інституціональної літератури було присвячено дослідженню шляхів в яких режими та МО можуть діяти як посередники між державами але при цьому переслідувати власні інтереси і досягати політичних результатів шляхом зміни структури можливостей і обмежень, з якими стикаються держави, зокрема через контроль над інформацією. Хоча ця лінія наукових досліджень надає МО певний причинно-наслідковий статус (оскільки вони явно змінюють результати), це не надає їм автономії та мети, незалежної від держав, які їх складають. Ще одна наукова гілка лібералізму з'явилася останнім часом та відокремилася від державницької онтології та зосередилася натомість на вподобаннях соціальних групи як причинно-наслідкових двигунів світової політики. Цей погляд просто аргументує увагу до іншої групи агентів, які залучені до створення МО і конкурують за доступ до механізмів введення-виведення капіталів в світові економіці. Він не пропонує принципово іншої концепції МО.

Релевантне питання щодо цієї концептуалізації полягає в тому, чи є вона розумним наближенням емпіричних умов створення та діяльності більшості МО. Наше дослідження конкретних емпіричних приклади діяльності МО свідчать, що ні. Так, МО обмежені державами, але уявлення про те, що вони є пасивними

механізмами без своїх незалежних завдань не підтверджується жодним детальним емпіричним дослідженням МО, яке наводять сучасні науковці.

Сучасні дослідження Європейського Союзу свідчать про незалежну роль «єврократії». Дослідження Світового банку послідовно визначають незалежну культуру та плани дій цієї організації. Дослідження останніх миротворчих і реконструкційних операцій ООН так само документують порядок денний ООН, який часто призводить до конфлікту з державами-членами. Звіти Верховної комісії ООН у справах біженців (УВКБ ООН) регулярно підтверджують його автономію та авторитет. Міжнародна туристична організація (UNWTO), співпрацює з іншими МО у відповідності до власних планів та бачення. ВООЗ встановлює процедурні обмеження длоя всіх країн світу, всіх перевізників світу та всіх туроператорів. Не тільки МО є незалежними гравцями зі своїми власними планами. Вони можуть втілювати кілька завдань і містити кілька смислів від груп впливу в цих організаціях.

Спираючись на теорії раціонального вибору та представництва аналітики розуміють МО як «агентів». Науковий аналіз в цьому контексті стосується того, чи є агенти відповідальними за наслідки дій, чи агенти проникають та переслідують свої власні переваги, і як вони можуть створити різні механізми, щоб утримувати свій вплив. Проблема із застосуванням принципал-агентного аналізу до вивчення МО полягає в тому, що він вимагає апріорної теоретичної специфікації того, чого хочуть МО. В економіці цей тип аналізу зазвичай застосовується до існуючих агентів і стейкхолдерів процесу (клієнти, які наймають адвокатів, пацієнти, які відвідують лікарів), чиє поточне незалежне існування робить специфікація незалежних інтересів відносно проста. Дослідники американської політики досягли певного прогресу у виробленні суттєвих теоретичні положень про те, чого хочуть бюрократичні органи США. Вчені висунули теорію про те, що бюрократія мала інтереси, що визначаються

абсолютним або відносним розміром їхнього бюджету та розширенням або захистом своєї зони впливу.

1.2. Сутність та класифікація міжнародних організацій

Наявність великої кількості міжнародних організацій та можливості у кожної держави ініціювати їх збільшення збагачує спектр стратегій та тактик забезпечення інтересів держав шляхом участі у міжнародних організаціях. Основним завданням держав у цій сфері стає чітке розуміння специфіки міжнародної організації, її можливостей, потенціалу та закономірностей розвитку, значення та місця у структурі зовнішньополітичного курсу.

Існуючі класифікації міжнародних організацій різняться на основі критеріїв. Деякі вчені вважають, що доцільніше вести мову не про класифікацію, а про типізацію міжнародних організацій [20]. На їхню думку, міжнародні організації можна розрізняти як мінімум за трьома базовими критеріями: членство держав, географічне охоплення, компетенція. Крім того, характеристику можна доповнити ознаками правового статусу, характеру діяльності, періоду функціонування та порядку вступу до організації. Від показників (ознак) організації залежить її роль і у системі міжнародних відносин.

Головним критерієм типізації міжнародних організацій визнано членство держав: організації поділяються на міждержавні та неурядові. Залежно від розподілу повноважень між організацією та її державами-членами виділяють такі типи організацій:

1) міжурядові організації, які виконують координуючі функції;

2) міжнародні організації, які виконують окремі наднаціональні функції;

3) повністю наднаціональні організації.

В організаціях першого типу компетенції розподіляються між ними та державою. В організаціях другого типу конкретні питання передаються виключно

у відання міжнародної організації. До таких питань належать глобальні проблеми сучасності, які потребують особливих механізмів регулювання. В установчих документах організацій цього типу визначається компетенція, яка зачіпає певні сфери діяльності та обмежує функції держави в них. Члени організації повинні підкорятися її рішенням навіть усупереч своїм інтересам.

До організацій, що виконують окремі наднаціональні функції, відносяться Європейський союз, Світова організація торгівлі, Міжнародний валютний фонд, Європейська асоціація вільної торгівлі та ін. Їх наднаціональність поширюється на сферу економічних, політичних, валютно-фінансових проблем, які входять, відповідно до установчого договору, компетенцію [22, с. 156].

Елементи наднаціональності притаманні діяльності Ради Безпеки ООН. Вони стосуються виключного права ухвалення рішення про примусове використання збройних сил за відсутності подібного права у держав (виняток – право на самооборону). Тенденції розвитку наднаціональних елементів сьогодні притаманні багатьом міжнародним організаціям.

На наш погляд, інтерес представляє класифікація за характером повноважень, що дозволяє виділити міждержавні та наддержавні або, точніше, наднаціональні організації. Ця класифікація дозволяє краще зрозуміти юридичну природу правових актів, які приймаються органами міжнародної організації, та їх впливом руйнує внутрішні правопорядки держав-членів. У зв’язку з цим заслуговує на увагу аналіз елемента наднацінальності міжнародних організацій.

Правова природа наднаціональності. Наднаціональність як правова категорія є предметом жвавих дискусій. Відсутність єдності наукових поглядів зумовлено, з одного боку, неоднозначністю трактувань терміну «наднаціональність» у тих небагатьох документах, де він застосовується, з іншого – різницею методологічних прийомів, що використовуються під час вивчення [13].

Наднаціональність, з одного боку, розглядають як принцип міжнародного права, з іншого боку – як правове явище. Найпоширенішою є думка, що

наднаціональність постійно еволюціонує, сприяючи подальшому розвитку інтеграційних процесів.

Вперше термін «наднаціональність» був згаданий у підручнику Дж. Шоу «Вступ до права Європейського союзу», який посилається на працю М. Вольфа «Світовий уряд» 1916 р., в якому зазначено, що існування наднаціональних організацій не обмежує пріоритетну та принципову роль держав у світової політичної системи [24].

В даний час сформувалися основні наукові підходи, що обґрунтовують наднаціональність:

– як ідеальну систему проведення переговорів між націями: переговори здійснюються в межах відповідних органів, завдяки яким держави отримують контроль над процесами прийняття рішень (Ф. Шарпф);

– як систему перекладання відповідальності та ризиків з національних органів на наднаціональні органи (Дж. Маджоне, М. Макларен, К.-Х. Ладор);

– як спрямованість національної політики на формування міждержавної єдності, а не як обмеження національної держави (І. Вейлер, А. Сомек);

– як верховенство над правовою системою держави, яке є винятком із загального стану національно-правового регулювання відносин, оскільки виступає лише засобом подолання криз, з якими стикаються держави (К. Шмітт, М. Хардт, А. Негрі);

– як наднаціональну інтеграцію, яка за своєю природою є міжнародною і за якої кожна держава за рахунок зовнішньої політики прагне досягти якомога більшої вигоди та влади (Ю. Тихомиров, І. Вейлер, Ф. Майєр) [6].

Поняття «наднаціональність» виникло у зарубіжній літературі після створення Європейського об’єднання вугілля та сталі (ЄОВС). Договір про заснування ЄОВС було підписано Парижі 1951 р. Його учасниками стали шість розвинених країн Західної Європи: Франція, ФРН, Італія, Бельгія, Голландія, Люксембург. В основу побудови та функціонування правового механізму ЄОВС

була покладена ідея, згідно з якою ризик розв’язання нової війни між країнами Західної Європи буде істотно знижений, якщо інститутам економічної спільноти передати значні повноваження щодо управління вугільною та сталеливарною промисловістю.

У Договорі про заснування ЄОВС було детально прописано повноваження щодо регулювання сфер, які він охоплював. У ньому поєднувалися два протилежні підходи до їх регулювання. З одного боку, закріплені у Договорі про заснування ЄОВС положення дозволяли централізовано контролювати ціни на вугілля та вироби із сталі, рівень державної допомоги цим галузям, заходи щодо заохочення інвестицій, рівень виробництва, транспортні тарифи, дискримінаційну та обмежувальну торговельну практику, структуру виробництва тощо. п. З іншого боку, положення Договору передбачали створення зони вільної торгівлі вугіллям та сталлю з дуже обмеженим втручанням у функціонування організації з боку державних структур учасників.

Закріпленням цих підходів на інституційному рівні стала передача значних регулюючих повноважень інститутам співтовариства, головним чином Верховному органу, що складався з незалежних від держав-членів міжнародних чиновників, за рахунок втрати відповідної частки таких повноважень з боку національних органів. Враховуючи широкі повноваження інститутів ЄОВС таких як: Верховний орган, Рада міністрів, Асамблея, та Суд, цю організацію почали називати наднаціональними, на відміну від міждержавних органів традиційних міжнародних організацій. Більше того, термін «наднаціональний» отримав юридичне закріплення у Паризькому договорі: «Члени Верховного органу є повністю незалежними при здійсненні своїх функцій у спільних інтересах об'єднання. Виконуючи свої обов’язки, вони не звертаються за інструкціями і не керуються вказівками будь-якого уряду чи органу. Вони утримуються від будь-яких дій, несумісних із наднаціональним характером їхніх функцій. Кожна держава-член зобов’язується поважати наднаціональний характер діяльності

членів Верховного органу і не намагатиметься впливати на них при виконанні ними завдань» [12].

Таким чином, у Договорі про заснування ЄОВС під наднаціональністю розумілася незалежність членів Верховного органу від вказівок чи впливів держав-членів. Водночас Договір не містив юридичного визначення даного поняття. Дещо пізніше, після набуття чинності 1967 р. змін до Договору про заснування ЄОВД, ст. 9 було скасовано, внаслідок чого термін «наднаціональний» було вилучено із права європейських спільнот.

Подальші доповнення та зміни, які вносилися до установчих документів ЄОВС, практично не торкнулися підходів, що спочатку закладені у правовий механізм регулювання вугільної та сталеливарної промисловості. Однак успішне функціонування ЄОВС зумовило створення ще двох співтовариств: Європейського економічного співтовариства (ЄЕС) та Європейського співтовариства з атомної енергії. Відповідні установчі договори було підписано у Римі 1957 р.

На думку В. Василенка, європейським спільнотам властива наднаціональність. Серед ознак наднаціональності В. Василенко виділяє такі:

1) володіння органами співтовариств виключною компетенцією в сферах, визначених в установчих актах, які раніше належали до суверенної прерогативи держав-членів;

2) правоздатність головного представницького органу співтовариств, в якому держави-члени мають нерівну кількість голосів, розширювати їхню компетенцію;

3) право органів спільнот, які діють у межах своєї компетенції, зобов’язувати своїх членів без їхньої згоди та проти їхньої згоди шляхом прийняття обов’язкових постанов більшістю голосів;

4) право органів співтовариств, які діють у межах своєї компетенції, укладати від імені співтовариств договори з третіми державами, які є обов’язковими для держав-членів;

5) право органів спільнот, що діють у межах своєї компетенції, зобов’язувати та уповноважувати своїми постановами та міжнародними договорами фізичних та юридичних осіб або органи держав-членів безпосередньо без трансформації цих постанов та міжнародних договорів у національні правопорядки;

6) наділення непредставницьких органів угруповань, тобто. органів, що складаються з міжнародних чиновників, повноваженнями приймати обов’язкові для держав-членів постанови стосовно питань та дій, подібно до згаданих у п. 5 Постанови представницьких органів [11].

На наш погляд, не можна погодитися з твердженням про розширення або зміну компетенції представницькими органами ЄС, оскільки нині у зв’язку з набранням чинності Лісабонським договором про функціонування Європейського Союзу чітко визначено компетенцію органів даного об'єднання, а її зміну або розширення заборонено.

М. Бірюков зазначає, що наднаціональність характеризує якість міжнародних організацій, зумовлену їх цілями, функціями та повноваженнями, переданими їм державами-членами. При цьому основними рисами наднаціональності для Європейського Союзу є:

– певна незалежність організації або її органів від держав-членів;

– Наявність повноважень приймати рішення більшістю голосів;

– обов’язкова дія цих рішень;

– автономність влади організації;

– пряма дія рішень для фізичних та юридичних осіб держав-членів;

– відсутність права виходу з наднаціональної організації;

– позбавлення права на її розпуск [1].

Звісно ж, що набрання чинності Лісабонським договором про функціонування Європейського Союзу, який передбачає право виходу з Європейського Союзу, змушує переглянути значення такого критерію, як відсутність права виходу з наднаціональної організації для визначення наднаціональності.

На початку 1950-х років І. Кунц визначальною рисою наднаціональності вважав передачу державами-членами частини своїх суверенних повноважень міжнародної організації та наділення її відповідною компетенцією щодо їх реалізації. На думку І. Кунца, міжнародне право загалом має бути наднаціональним. Воно може бути правом між, лише над державами [17].

П. Хей головним критерієм визначення наднацМОнальності називає автономний характер міжнародної організації. Він думав, що з Європейського економічного співтовариства незалежність Комісії ЄС є головною характеристикою наднаціональної природи співтовариства [17].

Серед російських дослідників також немає єдиного розуміння терміну «наднаціональність».

А. Фещенко розуміє наднаціональність як сукупність повноважень, якими держави наділяють певний міжнародний орган для цілеспрямованого регулювання їхніх взаємин, причому ці повноваження мають пріоритетний характер стосовно відповідної компетенції держав-членів, включаючи можливість прийняття обов’язкових для них рішень [19].

М. Корольов визнає лише «можливість існування функціональної наднаціональності, яка є способом єдиного регулювання певної сфери життя держав, які уклали між собою з цією метою відповідну угоду». Він також зазначає, що «у чистому, сутнісному вигляді наднаціональність взагалі неможлива, оскільки доти, доки держави наднаціонального творення зберігають суверенітет, вони мають здатність у будь-який час припинити своє членство в ньому, і позбавити суверенні держави цього права неможливо» [5].

Отже, важливо наголосити на тому, що введення в структуру тієї чи іншої міжнародної організації окремих наднаціональних елементів зовсім не обов'язково веде до обмеження суверенітету держав-членів цих організацій, забезпечуючи певне підвищення ефективності функціонування організації. Як зазначає М. Ушаков, навіть тоді, коли створюється наднаціональна організація, яка може бути визначена як конфедеративний союз держав і яка виступає на міжнародній арені не лише від свого імені, а й від імені держав, що входять до цього союзу, «не йдеться не про втрати державами-членами свого суверенітету, а лише про передачу ними деяких повноважень спільно створеному об'єднанню» [18].

Л. Фалалєєва вважає, що наднаціональність – це фундаментальна ознака інтеграційного об'єднання держав, що має власну автономну правову систему, створену шляхом передачі державами-членами низки своїх суверенних прав на користь об’єднання. Ці права здійснюються інституційними органами, які приймають обов’язкові для держав-членів рішення, переважна більшість яких має пряму дію на їхній внутрішній правопорядок.

Більш чітке тлумачення поняття наднаціональності у зарубіжній юридичній літературі представлено Г. Шермерсом та І. Кунцом, які визначальною в ньому вважають передачу державами-членами частини своїх суверенних повноважень міжнародної організації та наділення її відповідною компетенцією щодо їх реалізації [17]. На думку Г. Шермерса та І. Кунца, такими є деякі міжнародні організації системи ООН: Міжнародна організація цивільної авіації, Міжнародна метеорологічна організація, Всесвітня поштова спілка та ін.

Нам видається, що не можна говорити про елементи наднаціональності лише в рамках Європейського Союзу – слід розглядати наднаціональність самої організації. Так, під час укладання міжнародного договору, який є обов’язковим для держав-членів, участь бере не окремий наднаціональний орган, як, наприклад, в ООН Рада Безпеки, а майже всі інституції, зокрема, у Європейському Союзі Рада, Комісія, Парламент.

Л. Грицаєнко вважає, що доцільніше говорити про наявність у міжурядових організаціях наднаціонального елементу, а не про наднаціональність самих міжурядових організацій. Причому у випадку з Європейським Союзом наднаціональність полягає у відмові держав-членів у певних сферах частини своїх суверенних прав на користь інститутів цього інтеграційного об’єднання. Відповідно, наднаціональний рівень влади вищий за державний, наднаціональне об'єднання не залежить від держав-учасниць, його волевиявлення має пряму дію на їх території [3].

Французькі юристи П. Ретер та І. Комбако вважають, що головним елементом наднаціональності є спосіб ухвалення рішень саме в органах міжнародних організацій. Ухвалення рішень більшістю голосів, стверджують вони, дозволяє говорити про наднаціональний характер міжнародного органу [14].

П. Пескаторе визначення наднаціональності пропонує кілька критеріїв: визнання спільності інтересів, існування ефективної влади, її автономний характер [14]. К. Фон зазначає, що наднаціональна організація повинна мати такі ознаки:

– інститути організації мають формуватись із міжнародних чиновників, які не мають імперативних мандатів від своїх урядів;

– рішення в них приймаються більшістю голосів;

– акти, які приймає організація, мають пряму дію біля держав-членів [14].

Визначення наднаціональності, представлене О. Фещенком, сформульовано як проблему співвідношення державного суверенітету та повноважень органів організацій. «Наднаціональність, з погляду міжнародного права, – вважає А. Фещенко, – можна визначити як сукупність повноважень (юридично закріплених чи інших), якими держави наділяють певний міжнародний орган для цілеспрямованого регулювання їхніх взаємин, причому ці повноваження мають пріоритетний характер за відповідної компетенції держав-членів, включаючи можливість прийняття обов'язкових їм рішень» [19].

На наш погляд, у даному визначенні необхідно виділити три важливі моменти, що характеризують обсяг можливих повноважень органу наднаціональних міжнародних організацій:

– можливість мати наднаціональні повноваження;

– цілеспрямованість регулювання міжнародним органом відносин держав-членів;

– пріоритетний характер компетенції міжнародного органу. Дослідник В. Василенко доповнює зазначені вище визначення наднаціональності важливим уточненням про умови правомірності цього правового явища: «Виникає питання, чи узгоджується явище наднаціональності з основними принципами загального міжнародного права та якими політико-правовими наслідками воно загрожує. Як зазначалося вище, для феномена наднаціональності характерні відмова держав-членів від якоїсь частини своїх суверенних прерогатив та наділення аналогічними прерогативами органів міжнародної організації. Якщо така відмова є наслідком дійсно вільного волевиявлення сторін, якщо кожна з них відмовляється від своїх суверенних прерогатив рівною мірою з іншими, і до того ж реально забезпечуються їхні національні потреби, інтереси та цілі, то навряд чи може виникнути обґрунтований сумнів щодо правомірності явища наднаціональності з погляду міжнародного права» [2].

Отже, у західній, а й у вітчизняній літературі простежується неоднозначність трактувань поняття «наднаціональність».

Сьогодні у світі не існує міжурядової організації, яку можна було б охарактеризувати як абсолютно наднаціональну організацію. У зв’язку з цим Є. Шибаєва зазначає: «правильніше було б говорити, що в установчих актах міжнародних організацій, діяльність яких має експлуатаційно-господарський та промисловий характер, закладено тенденції здобуття ними елементів наднаціональності» [23].

Питання про те, чи веде передача державної компетенції міжнародної організації до обмеження суверенітету чи, навпаки, є одним із проявів суверенітету держави в епоху глобалізації – один із найбільш дискутованих. У Європі питання про суверенітет стало каменем спотикання у розвитку інтеграційних процесів. Безперечно, інтеграційні процеси, характерні для сучасного світу, впливають і на концепцію суверенітету. Однак як міжнародне право є «єдиною можливою формою відносин суверенних держав», так і право Європейського союзу створюється державами для досягнення тих цілей, які вони ставлять перед собою, беручи участь в інтеграційних процесах. З огляду на це ні міжнародне право, ні право Європейського союзу в жодному разі «не скасовують» суверенітет.

О. Мещерякова у роботі «Наднаціональність у праві Європейського союзу та проблема суверенітету» стверджує, що питання визначення меж державного суверенітету є найбільш дискусійним в епоху глобалізації, тим більше що в науці існує погляд, згідно з яким передача компетенції міжнародній організації – це не обмеження суверенітету, а навпаки – один із його проявів. Будучи за природою державно-правової категорії, суверенітет одночасно є основною політико-юридичною властивістю держави як суб’єкта міжнародного права [8].

У цьому справедливою є думка О. Мещерякової про те, що передачу компетенції міжнародної організації не можна трактувати як її остаточну втрату. До того ж, компетенцію у певних сферах зазвичай передають не повністю, а лише з окремих питань. Тому, безперечно, держави продовжують володіти своєю компетенцією, як і раніше. Передача компетенції наднаціональним органам міжнародної організації не суперечить державному суверенітету, оскільки держави добровільно є членами відповідної міжнародної організації, яка створюється на основі договору [8].

Важливо наголосити, що введення у структуру тієї чи іншої міжнародної організації окремих наднаціональних елементів зовсім не обов’язково веде до

обмеження суверенітету держав-членів цих організацій, забезпечуючи певне зростання ефективності функціонування організації.

Ми вважаємо, що наявність наднаціональних елементів у структурі організації не веде до обмеження суверенітету держав-членів. Наднаціональний характер організації означає втрату державами-членами свого суверенітету, лише передачу своїх повноважень спільно створеної міжнародної організації.

Припускаємо, що найважливішими рисами наднаціональності є, по-перше, передача державою частини повноважень організації; по-друге, право організації втручатися у питання, які стосуються внутрішньої компетенції держав; по-третє, право організації створювати норми прямої дії не тільки для держав-членів та органів організації, але й для фізичних та юридичних осіб держав-членів.

Передача державою своїх повноважень (прав) міжнародної організації є наріжним питанням теорії наднаціональності. Відповідь нього залежить лише від цього, який філософії дотримується дослідник чи інший суб'єкт тлумачення. Страх перед позитивною відповіддю на це питання на початку XXI ст. обумовлений побоюванням обґрунтувати в такий спосіб правомірність втрати державою суверенітету. Однак, як зазначає І. Лукашук, передача повноважень державою є реалізацією її суверенітету та міжнародної правосуб'єктності, а не відмовою від них.

Можна також погодитися з І. Вейлером, який вважає, що навіть у разі передачі суверенних повноважень «верховна влада все одно перебуває у національних конституційних правопорядках, які санкціонують верховенство, визначають його параметри та, як правило, встановлюють його обмеження» [19].

Цілком правильним є і формулювання про договірну основу передачі повноважень. Адже, як припускає В. Василенко, «держава, укладаючи договір, не обмежує свого суверенітету чи свободи, а навпаки, реалізує їх, оскільки діє у власних інтересах» [2].

Досвід набуття державами членства, зокрема у Європейському союзі, демонструє факти внесення змін до конституції тієї чи іншої країни напередодні ратифікації міжнародного договору, що передбачає передачу повноважень держави на користь організації. Такі зміни вносять не для закріплення можливості передачі, а задля участі в міжнародній організації або усунення протиріч між конституцією та відповідним міжнародним договором.

У вищезазначених випадках йдеться про інституційну модель наднаціональності. Водночас існують також неінституційна та національна моделі. Остання полягає у верховенстві юрисдикції однієї держави над іншою і є головним історичним явищем, яке формально не зустрічається у сучасній практиці.

Неінституційна модель наднаціональності полягає у прийнятті сторонами зобов’язань для здійснення ними своєї компетенції в рамках міжнародного договору без створення органів з наднаціональними повноваженнями. Європейська асоціація вільної торгівлі (ЄАВТ) є прикладом цієї моделі. Досвід функціонування ЄАВТ показує, що успішна інтеграція необов'язково пов'язана із формуванням наднаціональних органів [7].

Іншою особливістю є право міжнародної організації втручатися у внутрішню компетенцію держави. У зв’язку з цим слід згадати, що принцип невтручання у внутрішні справи тісно пов’язаний із принципом суверенної рівності держав. Зміст принципу невтручання у внутрішні справи означає заборону державам та міжнародним організаціям втручатися у внутрішні справи держав та народів у будь-яких формах: збройним, економічним, дипломатичним шляхом, через шпигунську або диверсантську діяльність, відкрито чи опосередковано з боку однієї держави, кількох держав або під прикриттям міжнародної організації. Так, згідно з п. 7 ст. 2 Статуту ООН, Організація немає права «на втручання у справи, які насправді ставляться до внутрішньої компетенції будь-якої держави» [15].

Проте слід мати на увазі, що деякі події, що відбуваються в межах тієї чи іншої держави, можуть кваліфікуватися, наприклад, Радою Безпеки ООН, як такі, що не стосуються виключно внутрішньої компетенції держави. Так, наприклад, якщо Рада Безпеки ООН констатує, що вони загрожують міжнародному миру та безпеці, то такі події перестають бути внутрішньою справою цієї держави, і дії ООН щодо цих подій не будуть втручанням у внутрішні справи держави. Таким чином, концепція невтручання не означає, що держави можуть довільно відносити до своєї внутрішньої компетенції будь-які питання. Міжнародні зобов'язання держави, зокрема й зобов'язання за Статутом ООН, є критерієм, що дозволяє правильно підходити до вирішення цього питання.

С. Черниченко вважає, що наднаціональність «означає надання міжурядової організації її засновниками права обговорювати питання, які держави зазвичай вважають питаннями, що належать до їхньої внутрішньої компетенції» [21]. Проте, на нашу думку, наднаціональність передбачає як обговорення питання, а й прийняття правових актів обов'язкового характеру.

І нарешті, третя ознака – право організації створювати норми прямої дії не лише для держав-членів та органів організації, а й для фізичних та юридичних осіб держав-членів. Право організації створювати норми прямої дії для всіх суб'єктів міжнародного права має важливе значення, оскільки пряма дія норм, прийнятих на наднаціональному рівні, означає безпосереднє регулювання відносин усіх суб'єктів права, отже, вплив на структуру правової системи держави, яка починає визначати зміст та форму національної правової політики.

Можна вважати, що наднаціональність є засобом регулювання певної сфери життя держав, які з цією метою уклали між собою відповідну угоду. Отже, наднаціональність, з одного боку, має функціональний характер, з іншого – самостійний, незалежно від волі держав.

Наднаціональність – це властивість, властива сучасним міжнародним організаціям. Суть наднаціональності як юридичного феномену полягає в тому,

що міжнародні організації здатні створювати норми права прямої дії не лише для своїх держав-членів, інститутів чи органів, але також для юридичних та фізичних осіб держав-членів. Проте не можна зводити наднаціональність лише до діяльності Європейського Союзу. Цей елемент притаманний й іншим міжнародним організаціям. І лише з тлумачення окремих статей установчого документа організації ми можемо визначити наднаціональний характер тієї чи іншої міжнародної організації.

Принципи наднаціонального регулювання, здавалося б, суперечать основним принципам міжнародного права, але насправді протиріччя ні, якщо установчі документи передбачають можливість виходу з міжнародної організації, тобто. діє базовий принцип – свобода волі суб'єктів міжнародного права. Держави, вступаючи до міжнародної організації з наднаціональними елементами регулювання, швидше, реалізують свої суверенні права, аніж їх втрачають. В установчих актах міжнародної організації обмежується не суверенітет (механізм влади, режим, компетенція), лише один інститут – компетенція. Міжнародно-правове обмеження компетенції держави – це нормальна практика, яка не порушує державної цілісності та незалежності.

1.3. Міжнародні організації, що регулюють сферу туристичного бізнесу

Різноманітність питань політики, які впливають на туризм, є свідченням унікальної структури галузі, яка охоплює багато різних секторів економіки та має різні соціальні наслідки. Туризм, таким чином, вимагає великої комунікації та співпраці між урядом, бізнесом та приймаючими громадами. Через цю потребу в спілкуванні та співпраціяі багато видів організацій на основі добровільного членства, були створені для видів діяльності, що пов’язані з подорожами та туризмом. Ці організації задовольняють багато різних цілей, але всі вони забезпечують засоби, за допомогою яких різноманітні сектори туристичної

індустрії можуть формулювати та переслідувати спільні цілі. Цей розділ присвячений міжнародним туристичним організаціям. Зокрема обговорюються їхні ролі та функцій, а також розглядаються проблеми, цілі та діяльність цих організацій і те, як вони відіграють життєво важливу роль у сприянні міжнародному туризму. Нарешті, він розглядає деякі виклики, з якими вони стикаються організації, оскільки туризм переходить у нове століття.

Існує кілька способів класифікації туризму та пов’язаних з ним організацій. Мабуть, найкорисніша типологія заснована на членстві в організації. Членство в організації забезпечує найбільш чітку вказівку на його цілі та завдання, оскільки це інтереси членів, які відстоює організація.

Як вказувалося раніше, туризм функціонує в контексті урядових структур, які включають закони, нормативні акти, угоди та інші дії. Проблеми, які виникають у цьому контексті, вимагають спілкування та співпраці серед урядів. Організації державного сектору забезпечують форум для нації для вирішення таких проблем. Організації державного сектору, як правило складається з представників уряду (таких як міністри, департаменти керівників і директорів) і агентств, пов'язаних з туризмом.

Загалом організації приватного сектору складаються з підприємств, компаній та асоціацій зі спільними цілями чи інтересами. Такі організації надають своїм членам форум для ідентифікації та обговорюють питання, важливі для них і для їхніх галузей. Часто організація буде вирішувати ці проблеми шляхом створення стандартів і настанов, підвищення обізнаності громадськості, лобіювання урядів та інші подібні заходи. У багатьох випадках це роблять організації приватного сектора і такі зміни присвячено зміні або скасуванню законів, постанов та інших правових обмежень щодо своїх галузей.

Регіональні організації. Оскільки туризм тісно пов'язаний з географією, багато туристичних організацій сформувалися на основі регіональної близькості чи приналежності. Такі організації часто створюються спочатку з метою

маркетингу та підвищення обізнаності туристичного ринку про відповідні регіони. Регіональний маркетинг полягає в тому, що потенційних відвідувачів стане більше приваблювати колективна привабливість регіону, а не один індивідуальний напрямок, особливо якщо регіон недостатньо відомий відвідувачу. Регіональні організації також дозволяють країнам об'єднувати свої ресурси та проводити більш ефективні маркетингові кампанії. В процесі розвитку організацій, вони часто розширюють свої цілі за межі маркетингу включають такі сфери, як полегшення подорожей і координація політики.

Туристичні підприємства, напрямки та їхні уряди стикаються з багатьма викликами. Оскільки туризм стає все більш витонченим, державний і приватний сектори цього бізнесу повинні бути конкурентоспроможними та глобальними в умовах швидко мінливого ринку. Міжнародні організації надають один із засобів для тих, хто займається туризмом досягти цього. Через організації члени можуть створити мережі, об'єднати ресурси та отримати вигоду від ефекту масштабу та розміру які інакше могли б бути недосяжними для них окремо. В додаток, організації дозволяють підприємствам і урядам вирішувати проблеми з більшим рівнем довіри, які походять від колективних дій. Таким чином, туристичні організації мають багато різних планів і цілей. У наведеному нижче розділі розглядаються основні сфери, що викликають занепокоєння міжнародної спільноти туристичні організації. Згодом ці зони занепокоєння будуть проілюстровано обговореннями кількох відомих діячів, пов'язаних із туристичним бізнесом. Важливою також є тема торговельних угод їх значення для майбутнього міжнародного туризму.

Мабуть найпростішим типом організації є асоціація членів які представляють ту саму професію чи сегмент галузі. Ці організації в першу чергу орієнтовані на вирішення проблем, що впливають їхні конкретні інтереси. Діяльність таких організацій включає:

– моніторинг законів, правил та інших подібних правових рішень, які можуть впливати на галузь;

– лобіювання за або проти таких законів і правил, виходячи з потенціалу їх впливу;

– встановлення стандартів для різних аспектів галузі в таких сферах, як операції фінансової звітності та статистика;

– призначення та регулювання продажу турагентами міжнародних авіаквитків.

Професійні та галузеві організації є важливою частиною індустрії туризму. Приклади професійних організацій, пов'язаних з туризмом включають Асоціацію незалежних туроператорів, Міжнародну асоціацію конференц-бюро та туристичних бюро, а також Всесвітню асоціацію туристичних агентів.

Регіональний маркетинг і співробітництво. Для такої галузі як туризм, що базується на русі споживачів до конкретних географічних місць, регіональна співпраця може забезпечити конкурентні переваги, особливо з точки зору маркетингу регіону та пунктів його призначення. Як стає зрозумілим, підвищення обізнаності - це перший і вирішальний крок до відвідування будь-якого пункту призначення. Регіональні організації є важливим інструментом для підвищення обізнаності про місце призначення оскільки, вони дозволяють країнам брати участь у маркетингових кампаніях, які є більшими, ніж вони могли собі дозволити окремо, і створювати регіональну ідентичність, що може зацікавити ширше коло відвідувачів.

Надання цих порад є одним із шляхів підвищення якості міжнародного туризму і дозволяє використовувати нові напрямки та отримати користь від використання досвіду більш визнаних професіоналів галузі. Це особливо важливо для місць призначення в екологічно або культурно вразливих районах, де помилки можуть коштувати дорого завдати шкоді репутації галузі в цілому. Надання даних

і консультації щодо суспільних і приватних інтересів є цінними ресурсом багатьох організацій. До таких сфер діяльності можна віднеси:

- надання даних для підтримки раціонального планування нової забудови;
- проведення досліджень для планувальників, урядів та інших сторін;
- надання консультантів для допомоги органам місцевого самоврядування в плануванні та впровадженні;
- надання консалтингових та дорадчих послуг, що опосередковано пов'язані з необхідністю планування туризму.

Комплексне та скоординоване інституційне забезпечення будь-якої сфери чи виду економічної діяльності визначає ефективність їх функціонування, конкурентоспроможність як на національному, так і на регіональному, транскордонному та міжнародному рівнях. Туристична сфера не є винятком, а скоріше навпаки, саме комплексність заходів державної туристичної політики, підкріплена належним фінансуванням та узгодженістю програм розвитку туризму з програмами інших відомств та міністерств, міжнародними нормативно-правовими актами регулювання туристичної діяльності, створюють передумови успішного та перспективного процвітання сфери туризму, збільшення обсягів реалізації туристичних послуг на внутрішньому та міжнародному ринки.

Останні десятиліття актуалізується необхідність розвитку та обліку нової ресурсної групи – інституційних ресурсів, виражених у системі інститутів, у тому мірою впливають на формування світового ринку туристичних послуг. Інституційний ресурс пов'язаний зі створенням додаткових умов метою більш різноманітного та повного використання потенціалу державних організацій, формальних та неформальних інститутів для активізації всього ресурсного забезпечення сфери туризму на всіх рівнях. Сама поява та функціонування інституту туризму має об’єктивну каузальну обумовленість, а саме: наявність потреби в об’єднанні соціально-орієнтованої діяльності туристичних установ у

впорядковану єдину функціональну систему; ймовірність та можливість реалізації цієї потреби; організаційні та комунікативні умови інтеграційного процесу [6, с. 23–24]. При цьому туризм має всі необхідні інституційні якості: відрізняється стійкою внутрішньою структурою, інтегративністю елементів, різноманіттям та динамічністю функцій, наявністю мети у своїй діяльності, досягнення якої призводить до дотримання специфічних норм, що регулюють поведінку співробітників цієї галузі у межах цього інституту. Інституційні функції туризму можна у вигляді двох основних функціональних груп [5, с. 7]: 1) суспільно-детерміновані функції, що диктуються потребами у системному розподілі соціальних завдань туризму по різних сфер життєдіяльності суспільства з урахуванням їхньої специфіки.

Це насамперед: функція систематизації та концентрації туристичних потреб, інтересів та ціннісних установок; функція забезпечення міжінституційних взаємодій з метою організації туристичної діяльності; функція забезпечення туристичних комунікацій як невід'ємну складову туристичного процесу; 2) внутрішньоінституціональні функції, зумовлені власними потребами сфери туризму у відтворенні та розвитку. Насамперед, це функція соціальної нормотворчості, реалізована у межах туристичної діяльності; функція регуляції та контролю у сфері туристичних взаємодій; функція організації та управління туристичним процесом Загальна стратегія управління міжнародним туризмом у контексті імперативів сталого розвитку спрямовано визначення напрямів його державного та міжнародного регулювання, інституціоналізму у цій галузі.

Головна регулятивна роль розвитку міжнародного туризму належить національним інституційним структурам, які розробляють відповідні стратегії та тактику участі країн та їх підприємств на міжнародних туристичних ринках Однак суттєві відмінності в рівнях соціально-економічного розвитку країн визначають специфіку розвитку на них міжнародного туризму. Відповідно і національні органи управління та регулювання міжнародної туристичної діяльності суттєво

відрізняються за обсягом прав та повноважень. Як наслідок, неоднорідність національних інституційних структур та різноманітність їх організаційних форм значно ускладнюють гармонійність реалізації загальної наднаціональної регулятивної політики у галузі міжнародного туризму. У зв'язку з розширенням масштабів туристичної діяльності та переходом до впровадження організованих форм масового туризму виникла потреба узгодження національних туристичних інтересів та розробки загальносвітових стратегій розвитку міжнародного туризму.

Міжнародне регулювання туристичної галузі в інституційному відношенні є багаторівневою і багатоаспектну систему взаємодіючих міжнародних організацій, ядром якої виступає Всесвітня туристична організація. При загальному напрямі їхньої діяльності на забезпечення функціонування міжнародного туризму відповідно до завдань сталого розвитку реалізуються конкретні програми та проєкти стандартизації якості туристичних послуг, лібералізації міжнародних туристичних ринків, а також всебічної підтримки розвитку міжнародного туризму у менш розвинених країнах. У сфері туристичної діяльності сьогодні існує понад 100 міжнародних організацій, які тією чи іншою мірою займаються проблемами розвитку. Серед них можна виділити міжнародні неурядові організації (Всесвітня федерація Асоціацій туристичних агенцій, Міжнародний туристичний альянс, Міжнародна організація цивільної авіації, Міжнародна асоціація повітряного транспорту); міжнародні регіональні організації (Азіатсько-тихоокеанська туристична асоціація, Конференція туристичних організацій Латинської Америки). Крім названих, на розвиток туризму великий вплив надають й інші міжнародні комерційні та некомерційні організації, що беруть участь в обслуговуванні різних видів туристичної діяльності. Пріоритетними напрямками наступної регулятивної діяльності міжнародних організацій є допомога країн, що розвиваються, у становленні міжнародного туризму, забезпечення широкого доступу населення до міжнародного туризму, соціально-демографічний моніторинг зайнятості у міжнародному туризмі, екологізація міжнародного

туризму, розробка відповідних галузевих екологічних стандартів [3, с. 218]. Всесвітня туристична організація є найбільш впливовою. Протягом багатьох років ця організація була відома як Міжнародна спілка офіційних туристичних організацій, яка не входив до системи спеціалізованих органів Організації об'єднаних націй (ООН), але з ініціативи Економічного та Соціальної Ради ООН 2 січня 1975 р. вона отримала офіційний статус спеціалізованого органу ООН та своє нинішнє найменування. Некомерційні туристичні організації зазвичай створюються з метою сприяння розвитку міждержавного туризму. Їх можна розділити на кілька груп. Перша – міжнародні регулятивні організації, покликані координувати туристичну діяльність на загальноосвітній рівень. Насамперед це Міжнародна федерація туроператорів, Міжнародна асоціація організаторів екскурсій та туристичних програм, Всесвітня асоціація тур агентів, Міжнародна асоціація наукових експертів у галузі туризму, Міжнародна асоціація повітряного транспорту, Міжнародна мережа турагентств авіаліній тощо. Друга група – урядові організації, які зазвичай входять до складу або є підконтрольними міністерствам, відомствам економіки, іноземних справ, торгівлі, транспорту тощо. Вони здійснюють координацію туристичної діяльності в межах країни, що регулюють валютні надходження, що розробляють законодавчі акти з питань туризму, забезпечують підготовку кадрів, наукові дослідження та ін. Третя група – національні асоціації туристичних підприємств, діяльність яких спрямована на захист інтересів суб’єктів туристичного ринку, розробку нормативів та рекомендацій, рекламного та інформаційного забезпечення, поширення інформації про країну, встановлення міждержавних відносин. Кожна країна самостійно приймає рішення щодо органів, що будуть реалізувати туристичну політику та моделі державного регулювання туристичної діяльності. У 180 країнах світу існує центральний орган виконавчої влади, що займається розвитком туризму, у тому числі у 120 із них – це чи міністерство туризму, держкомітет, держдепартамент, або державна або національна туристична адміністрація [2, с. 8]. Сучасне ринкове

господарство обов'язково передбачає наявність регулюючих та координуючих структур. Враховуючи актуальні завдання розвитку індустрії туризму, велику користь має принести вивчення закордонного досвіду, ознайомлення з координаційним принципом побудови структурної ієрархії системи регулювання економіки, двостороннього зв'язку по вертикалі, підтримання паритетних відносин між державними органами управління, громадськими організаціями та галузевими об'єднаннями виробників. Поряд із національними програмами регіонального розвитку велику роль в останні роки відіграє територіальна політика регулювання на наднаціональному рівні, що особливо актуально для країн Європейського Союзу (ЄС). Основними структурами, які координують цю політику, є Комітет з питань регіональної політики при Раді міністрів ЄС та Європейський фонд регіонального розвитку, чинна в рамках бюджету ЄС. Світовий досвід господарювання розвинених країн світу, і переважно країн ЄС, свідчить, що регіональна економіка залишається найскладнішим об'єктом управління. Ефективний розвиток міжрегіонального співробітництва у сфері туризму потребує відповідного інституційно-економічного забезпечення. Міжрегіональна співпраця у сфері туризму – це складна система зовнішньоекономічних зв'язків суб'єктів підприємницької діяльності та органів управління всіх ієрархічних рівнів між територіями різних країн, спрямованих на загальне рішення питань розвитку ринку туристичних послуг

Важливим завданням функціонування міжрегіонального співробітництва є створення передумов для поступового поширення співробітництва на економіку навколишніх територій і всієї країни, використовуючи найбільш ефективні елементи ринкового механізму, які необхідні для стимулювання та прискорення процесу економічного розвитку країни та активізації її зовнішньоекономічної діяльності, у тому числі у сфері туризму. Характерною рисою еволюції інституційного забезпечення міжрегіонального співробітництва є приклад регіональної політики у країнах ЄС, яка є багаторівневою. Однак ЄС, активно

координуючи туристичну діяльність, не втручається у політику кожної з країн-учасниць, адаптовану до відповідним специфічним умовам, що важливо для постсоціалістичних країн, які мають знайти своє місце в європейське співтовариство. Виходячи з основних принципів інституційного забезпечення міжрегіонального співробітництва, система інституцій має взаємодії та скоординовано забезпечувати підвищення конкурентоспроможності регіонів як основи їх динамічного розвитку та усунення значних міжрегіональних диспропорцій; формування мережі регіональних фондів підтримки туризму; розвитку людських ресурсів на регіональному рівні та ін. Європейський Союз інвестує туризм за допомогою Європейського фонду регіонального розвитку (EFRD), який був заснований у 1975 р. та надає фінансову допомогу слаборозвинених регіонів ЄС Перевага при присудженні грантів EFRD віддає проєктам, що сприяють розвитку екологічного туризму та активно пропагують історичну та культурну спадщину регіону. Серед інших організацій, що фінансують розвиток туризму в Європі, можна виділити Європейський інвестиційний банк, який субсидує різницю відсоткових ставок за рахунок ресурсів, одержуваних на міжнародних кредитних ринках за преференційними ставками, виконуючи таким чином посередницькі послуги [4, с. 22]. Іноземні інвестиції в туристичний сектор забезпечуються як із боку приватного бізнесу, і з боку міжнародних організацій. Основним зарубіжним кредитором є Світовий банк. Його діяльність спрямована на забезпечення нормального життєвого рівня в країнах, що розвиваються, за допомогою довгострокового фінансування розвитку інфраструктури даних країн та окремих туристичних проєктів. Оскільки сектор послуг став одним із ключових сегментів сучасного глобального ринку, у структурі якого чільне місце займають туристичні послуги, колосальним є розмах міжнародних туристичних операцій, у яких бере участь більшість країн світу, що і зумовлює посилену увагу до проблемам регулювання світової сфери туристичних послуг на всіх рівнях – національному, наднаціональному та глобальному. Як

свідчить міжнародний досвід, на національному рівні питаннями міжнародного туристичного ринку займаються, як правило, міністерства внутрішніх та закордонних справ або спеціалізовані туристичні організації, до компетенції яких входить організація обміну туристами, їх правовий захист та соціальне страхування, візова підтримка тощо. В умовах посилення інтенсивності туристичних потоків виникла потреба у створенні наднаціональних структур у рамках міждержавних комісій, якими ведеться регулювання переважно в рамках двосторонніх та багатосторонніх угод про захист мігрантів, територіального розміщення, умов депортації, продовження терміну перебування, забезпечення мінімальних соціальних стандартів тощо. На глобальному рівні регулювання здійснюється у рамках ООН Всесвітньою туристичною організацією, практична допомога якої надається у вигляді місій, консультацій та проєктів з питань стратегій розвитку туризму, маркетингу чи розробки проєктів матеріально-технічного та кадрового забезпечення, статистики [1].

На основі аналізу багаторівневої системи регулювання міжнародного туристичного ринку можна зробити висновок, що в сучасному світі поряд із значним нарощенням туристичних потоків спостерігається катастрофічне зростання чисельності незаконної трудової міграції Для вирішення цієї проблеми, з якою не може впоратися нинішня інституційна система, необхідно спільно з туристичними інституціями всіх рівнів та провідними організаціями, регулюючими міграційні потоки, розробити нові норми, правила та стандарти пересування людей та перетину ними митних кордонів. Підсумовуючи, доцільно зазначити, що інституційне забезпечення у сфері туризму є ефективним, якщо: є значна кількість організацій, які займаються розвитком та просуванням туризму на внутрішньому та зарубіжному ринках; має місце раціональне географічне розміщення мережі представництв організацій країни та за кордоном; збалансований розподіл обов’язків між різними організаціями; скоординовано співробітництво між організаціями, державними органами влади та

представниками ділових кіл; ведеться належне фінансування діяльності інституцій. І відповідно можна говорити про низький інституційний рівні, коли кількість інституцій незначна, фінансування їх діяльності не завжди, регіональна мережа інституцій відсутня, ефективність роботи існуючих організацій не забезпечує достатньою мірою реалізацію заходів, необхідних для популяризації туризму в країні та за кордоном. Розвиток міжнародного ринку туристичних послуг вимагає сприяння інституційних структур та реалізації ними ефективної політики та заходів у галузі рекреації та туризму [45, с. 76].

В основу розвитку міжнародної туристичної політики інституційних структур доцільно покласти такі пріоритети як підвищення якості та розширення асортименту туристичних послуг, покращення умов обслуговування; будівництво нових рекреаційно-туристичних об'єктів, реконструкція та модернізація діючих; концентрація коштів та ресурсів на об’єктах інфраструктури – здійснення інвестицій в об'єкти, які безпосередньо не пов’язані з діяльністю туристичних підприємств; у перспективі ці інвестиції працюватимуть на туристський ринок; організація виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції для задоволення потреб туристів у високоякісних продуктах харчування: світовий досвід свідчить, що налагодження такої справи за міжнародної сертифікації продуктів та відповідній рекламі може послужити серйозним привабливим фактором та розширити ринок збуту туристичних послуг; активне залучення приватного сектора до туристичного бізнесу та розвитку агротуризму; створення сучасної інформаційно-маркетингової служби у сфері туристичного бізнесу, основні завдання якої полягають у вивченні та прогнозуванні попиту на туристичні послуги, та внесення відповідних ініціатив органами управління щодо забезпечення балансу між попитом та пропозиціями; підготовка висококваліфікованого кадрового потенціалу у сфері туристичного бізнесу; налагодження потужної реклами, випуск високоякісного інформаційно-довідкового матеріалу.

РОЗДІЛ 2.
МІЖНАРОДНІ ОРГАНІЗАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

2.1. Пріоритетна роль UNWTO в регулюванні процесів туристичної індустрії

Наприкінці XX століття міжнародний туризм перетворився на один із провідних елементів геополітичної та економічної стратегії багатьох держав. З 7 млрд. людей, що проживають на планеті, щорічно близько 1 млрд. відвідують зарубіжні країни з туристичною метою.

Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) є спеціалізованим підрозділом Організації Об'єднаних Націй з туризму. Як частина системи Організації Об'єднаних Націй ЮНВТО бере участь у роботі Статистичної комісії Організації Об'єднаних Націй, яка є функціональною комісією Економічної та Соціальної Ради та вищим директивною органом у сфері міжнародної статистичної діяльності. Комісія займається встановленням статистичних стандартів, розробкою концепцій та методів та їх впровадженням на національному та міжнародному рівнях [54].

Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) – міжнародна міжурядова організація, створена з метою сприяння розвитку туризму. Як спеціалізована установа ООН у сфері туризму ЮНВТО виконує подвійну функцію: з одного боку, на Організацію покладено завдання щодо налагодження міжнародного співробітництва у сфері туризму, формування правової бази міжнародного туризму, орієнтованих на тісну координацію дій, що здійснюються з програмними установками ООН (щодо забезпечення сталого розвитку в економічній, соціальній, культурній та гуманітарній сферах); з іншого боку, ЮНВТО вирішує цілу низку специфічних туристичних завдань, у тому числі забезпечення доступності

туризму, уніфікації якості туристичних послуг, захисту прав та забезпечення безпеки туристів, забезпечення екологічного благополуччя тощо.

Фактично з моменту свого входження до системи ООН та позиціонування себе як офіційного міжурядового органу Всесвітня туристська організація зробила ставку на політичний характер взаємодії держав у сфері туризму, справедливо поставивши питання про зумовленість розвитку міжнародного туризму політикою та водночас про його значний внесок у справу миру та стабілізацію міжнародних відносин. Ця організація регулює міжнародні туристичні потоки, які набувають все більших обсягів (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

Міжнародні туристичні потоки у 2018–2020 рр. за країнами, що туристи відвідують найчастіше

Країна	Міжнародні прибуття туристів, млн осіб		Частка окремої країни у загальній кількості, %		Абсолютне відхилення частки країни, %	Відносне відхилення міжнародного прибуття туристів, %		
	2018 р.	2019 р.	2018 р.	2019 р.	2019 р./ 2018 р.	2018 р./ 2017 р	2019 р./ 2018 р.	2020 р./ 2019 р
Франція	89,4	90,0	6,73	6,43	-0,30	+2,9	+0,7	-82
Іспанія	82,8	83,7	6,23	5,98	-0,25	+1,1	+1,1	-76
США	79,7	79,3	6,00	5,66	-0,34	+3,3	-0,5	-72
Китай	61,6	65,7	4,64	4,69	+0,05	+3,6	+6,7 -	-84
Італія	62,1	64,5	4,68	4,61	-0,07	+5,7	+3,9	-57
Туреччина	48,8	51,2	3,45	3,66	+0,21	+21,7	+11,8	-72
Таїланд	38,2	39,8	2,88	2,84	-0,04	+7,3	+4,2	-79
Німеччина	38,9	39,6	2,93	2,83	-0,10	+3,8	+1,8	-63

Враховуючи економічне та соціальне значення туризму, держави прагнуть узгоджувати та приймати міжнародні норми, що регулюють відносини у сфері туристичної діяльності. Наріжний камінь було закладено у заключному акті Наради з безпеки та співробітництва в Європі, підписаному в Гельсінкі

керівниками 33 європейських держав, США та Канади 1 серпня 1975 р. Держави-учасниці висловили намір заохочувати розвиток туризму як засобу ознайомлення з життям, культурою та історією зростання взаєморозуміння між народами, поліпшення контактів, у тому числі й у сфері дозвілля. Держави-учасниці висловили готовність сприяти покращенню матеріальної бази туризму, здійсненню спільних проєктів у цій галузі, включаючи технічне співробітництво, обмін інформацією тощо [23].

Важливим міжнародно-правовим аспектом міждержавних туристичних зв'язків є співробітництво, яке здійснюється в рамках укладеної у 1979 р. Угоди про відносини та зв'язки Всесвітньої туристської організації (ЮНВТО) з Програмою розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН). Угодою визначено напрями надання багатосторонньої допомоги у кожному економічному та соціальному секторі, пов'язаному з розвитком туризму, заходи щодо зміцнення матеріально-технічної бази туризму держав – членів Всесвітньої туристичної організації. Більшість проєктів, що фінансуються ПРООН, здійснюється самою ООН або однією з 26 пов'язаних з нею та асоційованих установ на основі типової угоди між ЮНВТО як виконавчою агенцією та ПРООН.

Якщо говорити про ЮНВТО, спеціалізовану установу ООН, то одним з основних завдань її діяльності є співробітництво з метою розвитку, яке полягає у поширенні та впровадженні нововведень, а також накопиченого досвіду в галузі туризму серед усіх країн світу.

Восени 1980 р. у Манілі (Філіппіни) відбулася Всесвітня конференція з туризму. Вона прийняла Манільську декларацію зі світового туризму, в якій визнається, що світовий туризм може розвиватися лише на основі справедливості, суверенної рівності, невтручання у внутрішні справи та співробітництва всіх держав незалежно від їх економічних та соціальних систем, а його кінцевою метою є покращення якості життя всім народів [30].

Декларація Всесвітньої конференції з туризму в Акапулько (Мексика, 1982 р.) рекомендувала державам при здійсненні вибору технологій у галузі туризму гармонійно пов'язувати місцеві та іноземні технології, пристосовувати їх до конкретних умов та використовувати перевірені прикладні методи.

Міжпарламентська конференція з туризму, що відбулася в квітні 1989 р. в Гаазі, прийняла Гаазьку декларацію з туризму. У ній зазначалося, що туризм може бути ефективним засобом сприяння соціально-економічному зростанню для всіх країн, якщо одночасно вживаються необхідні заходи щодо вирішення найбільш термінових національних завдань та досягнення прийнятного рівня самозабезпечення, при якому країна не повинна витрачати більше, ніж вона сподівається отримати від туризму. Він має входити у комплексний розвиток країни поряд з іншими пріоритетними напрямками економіки, а внутрішній туризм необхідно стимулювати так само, як і міжнародний.

На XIV сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристської організації, що проходила у 2001 р. у Сеулі та Осаці, було прийнято Сеульську декларацію «Світ і туризм» та Осакську декларацію тисячоліття.

У Декларації тисячоліття, яку склали та схвалили лідери світового туризму з державного та приватного секторів, є розділ «Туризм та інформаційні технології». У ньому наголошується, що успішна діяльність туристських підприємств та туристичних центрів багато в чому залежить від використання можливостей інформаційних технологій та Інтернету. Державні відомства, національні туристичні адміністрації та організації маркетингу туристичних напрямків (ОМТН) повинні у тісній співпраці з приватним сектором та регіональною та місцевою владою активно створювати та збагачувати комплексні бази даних для забезпечення конкурентоспроможності туристичного електронного бізнесу. На належному рівні слід захищати права споживачів, впроваджувати системи оперативного вирішення конфліктів та передові технології для зручності та

комфорту мандрівників, спрощення та уніфікації документації, необхідної при перетині кордонів.

Загалом цю декларацію можна вважати програмою дій у галузі розвитку інноваційних процесів у туризмі.

У декларації «Світ і туризм» проголошувалося: «Ми прагнемо сприяти співпраці у сфері обміну знаннями, інформацією, технологією та людськими ресурсами в суміжних з туризмом областях між розвиненими країнами, що розвиваються; співпрацювати з метою перетворення туризму на наукомістку галузь і заповнювати економіки, соціокультурного середовища та технології, а також сприяти соціальному розвитку та процвітанню людства» [29, с. 83].

Наприкінці січня 2004 р. відбулася перша Всесвітня конференція з комунікацій у туризмі (TOURCOM), у якій брали участь 830 делегатів із 126 країн. Конференція проголосила нову інформаційну кампанію «Туризм збагачує особистість, сім'ю, суспільство та все людство». Конференція закликала всі уряди збільшити інвестиції у розвиток туризму.

Тільки ЮНВТО має Ділову раду, що об'єднує близько 350 різних організацій – членів ЮНВТО, що приєдналися. Для отримання статусу члена, що приєднався, потрібна офіційна підтримка тієї країни, на території якої знаходиться штаб-квартира кандидата. Членами, що приєдналися, є організації та компанії, що безпосередньо працюють у сфері туризму та подорожей або у суміжних галузях (транспортні компанії, банківські та страхові установи, видавничі будинки, навчальні заклади).

Велика заслуга Всесвітньої туристичної організації в тому, що вона стала ініціатором та розробником двох базових інновацій – принципу сталого розвитку та системи оцінки економічного значення туризму.

Науково-технічний та соціально-економічний прогрес призвів до прискореного розвитку туризму. Через це в місцях, які масово відвідують туристи, з'явилися серйозні проблеми в галузі екології, культури та соціального розвитку.

Неконтрольоване зростання туризму, зумовлене бажанням швидко отримати прибуток, найчастіше призводить до негативних наслідків – шкоди навколишньому середовищу та місцевим громадам. Це змушує людство піклуватися про збереження природних, історичних і культурних цінностей. Принципи охорони біосфери в глобальному масштабі були закріплені в 1992 р. конференцією ООН з навколишнього середовища та розвитку в Ріо-де-Жанейро, де взяли участь делегації урядів 179 країн світу, численні міжнародні та неурядові організації. На конференції було схвалено програмний документ «Порядок денний на XXI століття» («Agenda 21») та прийнято Декларацію з навколишнього середовища та розвитку [61, с. 19].

Прийняття цього документа стало початком запровадження радикального нововведення у сферу туризму – принципу сталого розвитку туризму, запропонованого ЮНВТО. Ця радикальна інновація змушує працівників туристичної сфери та туристів змінювати свої погляди на туризм, на взаємини його учасників.

У 1995 р. спільними зусиллями Всесвітньої туристської організації, Всесвітньої ради з подорожей та туризму та Ради Землі було розроблено документ «Порядок денний на XXI століття для галузі подорожей та туризму» (Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry).

У цьому документі аналізується стратегічна та економічна важливість туризму, наводяться численні повідомлення про надмірний наплив туристів, про втрату деякими курортами їхньої колишньої слави, знищення місцевої культури, транспортні проблеми та зростаючий опір місцевого населення напливу туристів.

Документ намітив конкретну програму дій державних відомств, національних туристичних адміністрацій (НТА), галузевих організацій та туристичних компаній зі сталого розвитку туризму. Для урядових відомств визначено такі пріоритетні сфери діяльності:

– оцінка існуючої нормативної, економічної та добровільної структури з погляду сталого туризму;

– оцінка економічної, соціальної, культурної та екологічної діяльності національної організації;

– навчання, освіта та просвітництво громадськості; планування сталого туризму;

– сприяння обміну інформацією, досвідом та технологіями; забезпечення участі всіх громадських секторів у розвитку сталого туризму;

– розробка нової туристичної продукції; співробітництво з метою розвитку сталого туризму.

Завданнями туристських компаній є вироблення та визначення напрямів діяльності щодо розвитку сталого туризму. Пріоритетними сферами діяльності мають стати збереження та відновлення довкілля: зведення відходів до мінімуму; залучення персоналу, клієнтів та громадськості до вирішення екологічних питань. Розгляд економічних, соціальних, культурних критеріїв та охорони навколишнього середовища має бути складовою всіх управлінських рішень, у тому числі при включенні нових елементів до існуючих програм [28, с. 39].

У 2004 р. Всесвітня туристична організація сформулювала концепцію сталого розвитку туризму (цитуємо):

«Норми та практику управління стійким розвитком туризму можна застосовувати до всіх видів туризму та до всіх типів напрямків, включаючи масовий туризм та різні ніші туристських сегментів. Принципи стійкості відносяться до охорони навколишнього середовища, економічних та соціально-культурних аспектів розвитку туризму та між цими трьома аспектами повинен бути встановлений відповідний баланс, щоб гарантувати довготривалу стійкість туризму:

1) забезпечити оптимальне використання ресурсів навколишнього середовища, що становлять ключовий елемент розвитку туризму, підтримуючи

основні екологічні процеси та допомагаючи зберігати природну спадщину та біологічну різноманітність;

2) поважати своєрідні соціально-культурні особливості приймаючих спільнот, зберігаючи притаманну їм створену і сформовану культурну спадщину та традиційні звичаї, та робити внесок у взаєморозуміння різних культур та терпимість до їх сприйняття;

3) забезпечувати життєздатність довгострокових економічних процесів, враховуючи їхню вигоду для всіх зацікавлених кіл, які їх неупереджено поширюють, включаючи постійну зайнятість та можливості доходів, що надходять, та соціальних послуг для приймаючих співтовариств та внесок у скорочення масштабів злиднів.

Стійкий розвиток туризму потребує компетентної участі всіх зацікавлених кіл, що мають відношення до цієї справи, і так само рішучого політичного керівництва для того, щоб забезпечити широку участь і досягнення консенсусу. Досягнення сталого туризму є безперервним процесом, що вимагає постійного моніторингу впливу на навколишнє середовище, вводячи, якщо це необхідно, відповідні запобіжні та/або коригувальні заходи.

Стійкий туризм повинен також підтримувати високий рівень задоволення потреб туристів, використовуючи багатопланові запити туристів, підвищуючи їхню поінформованість (інформованість) про стійкість результатів та просуваючи практичну діяльність із сталого туризму серед них».

Основна відмінність моделей масового (традиційного) та сталого туризму (табл. 2.2) у тому, що частина одержуваних вигод у разі сталого розвитку туризму спрямовується на відновлення ресурсної бази та вдосконалення технологій виробництва послуг.

У 2000 р. відомі туроператори спільно з ЮНЕП (програма ООН із захисту навколишнього середовища), Комісією ООН з освіти, науки та культури (ЮНЕСКО) та Всесвітньою туристичною організацією створили добровільне

некомерційне партнерство «Ініціатива туроператорів для сталого розвитку туризму», відкрите для всіх нових членів. Учасники цього партнерства визначають стійкий розвиток як основу своєї підприємницької діяльності та спільно працюють для просування практики та методів, сумісних із стійким розвитком.

Таблиця 2.2

Основні відмінності сталого туризму від масового (традиційного)

Фактори порівняння	Стійкий туризм	Масовий (традиційний) туризм
Залучення туристів	Обсяги надання туристичних послуг узгоджуються із соціально-економічними, екологічними можливостями території, які визначають характер туристичної діяльності	Туристська діяльність орієнтована на постійне збільшення туристських потоків. Обсяги надання туристичних послуг обмежуються лише ємністю матеріально-технічної бази
Поведінка туристів	Відвідувачі під час свого перебування слідують певній моделі поведінки відповідно до культури відвідуваної території. Поведінка відвідувачів не завдає шкоди природним ресурсам, традиціям та звичаям місцевого населення.	Відвідувачі приносять свій спосіб життя та поведінки на територію відпочинку
Ставлення до природи	Для відвідувачів важлива сама цінність існування природних об'єктів, а не їхня споживча цінність	Домінує споживче ставлення відвідувачів до природних об'єктів. Природні об'єкти оцінюються виходячи з їхньої корисності для людини
Відносини відвідувачів та місцевого населення	Доброзичливі, поважні стосунки, метою яких є пізнання нової культури	Формальні стосунки. Відвідувачі вважають себе господарями, яких мають обслуговувати

Вони прагнуть запобігати забрудненню навколишнього середовища; зберігати рослини, тварини, екологічні системи, біологічну різноманітність;

охороняти та зберігати ландшафт, культурну та природну спадщину, поважати цілісність місцевих культур та уникати негативного впливу на соціальні структури; співпрацювати з місцевою спільнотою та народами; використовувати місцеві продукти та вміння місцевих працівників. У 2002 р. ЮНВТО разом із ЮНКТАД розробила програму «Стійкий туризм – запорука викорінення злиднів» (ST-EP).

Нині здійснюється низка міжнародних програм із запровадження стійкого туризму. Однією із них є Програма комплексного управління прибережними зонами (Integrated Coastal Zone Management), яка має статус кодексу та прийнята більшістю країн Європи, що інтенсивно розвивається в Америці. Мета цієї програми: облік специфічних соціально-природних умов морських узбережжів при організації життєдіяльності та управління прибережними зонами. Європейська програма навчання комплексного управління прибережними зонами фінансується Європейським Союзом [18].

Останнім часом стали розвиватися звані нетрадиційні види туризму – екологічний, сільський, екстремальний, пригодницький, соціально відповідальний.

Філософія соціально відповідального туризму полягає в тому, щоб обмінюватися культурними традиціями, консолідуватися на основі національної самобутності, знайомлячись із побутом місцевих жителів, їх звичаями та звичаями. Тут важливо, щоб туристи поводилися як гості, яким люб'язно дозволили пожити в будинку, а не як господарі, яким всі довкола мають прислуговувати. У той же час місцевим жителям не слід ставитися до туристів як настирливих непроханих гостей, чию присутність треба перетерпіти, вони повинні розуміти, що приїжджі сприяють поліпшенню економічної та соціальної ситуації на їхній батьківщині.

Наше теоретичне спрямування, що стосується нашого представленого розуміння відповідальності, ми звернемося до мобілізації концепції ЮНВТО в контексті пандемії COVID-19 у зв’язку з туризмом. Використання терміну

«відповідальний» UNWTO почало з її першої заяви про вірус 31 січня 2020 року. І сектор, і турист представлені як такі, що мають відповідальність за збереження під час цього спалаху: «Під час кризи туризм має відповідати своїй відповідальності як невід'ємна частина більшого суспільства. Туристи також зобов'язані проінформувати себе перед поїздкою, щоб обмежити загрозу передачі, і вони повинні дотримуватися рекомендацій ВОЗ та національних органів охорони здоров'я» [20, с. 167]. У своїй заяві від 28 лютого 2020 року йдеться про те, що «ЮНВТО продовжуватиме тісно співпрацювати зі своїми партнерами, включаючи Всесвітню організацію охорони здоров'я (ВОЗ), щоб забезпечити зважену та відповідальну реакцію туристичного сектора на ситуацію, що змінюється». Це стосується рекомендацій агентств ООН щодо уникнення «непотрібного втручання в міжнародний рух і торгівлю». Звичайно, те, що є непотрібним заходом, знаходиться в полі зору глядача.

Більш явний поворот до «відповідального» як санітарного посилання стався 17 березня. У заяві Генерального секретаря йдеться про «обов'язок піклуватися про себе та інших» для людей, які все ще подорожують, додаючи, що «не може бути виправдань і винятків, оскільки люди в усьому світі виконують свої обов'язки». 15 травня 2020 року пан Пололікашвілі знову представляє відновлення туризму, використовуючи лексикон відповідальності, наголошуючи на тому, що UNTWO «була надихнута планом дій, розробленим Європейським Союзом, щоб відновити туризм у своєчасний, відповідальний та скоординований спосіб». У заяві йдеться про «нові протоколи охорони здоров'я та безпеки для кожної частини туристичного ланцюжка вартості», а не про будь-які екологічні чи соціальні заходи, хоча це буде розглянуто пізніше в дискурсі міжнародної організації. Іншим прикладом є заява Генерального секретаря від 1 липня 2020 року про те, що «навіть там, де найгірше, здається, минуло, загроза повернення пандемії означає, що ми повинні діяти відповідально та зробити громадське здоров'я своїм пріоритетом». Вважається, що такі заклики пролунали вже в

серпні, коли пан Пололікашвілі стверджував, що «загалом люди навчилися поводитися відповідально» [28, с. 36]. Підприємства та служби запровадили протоколи та адаптували свої операції». Таким чином, організація спостерігає зміну поведінки в бік суворої відповідності санітарним правилам.

Під час пандемії ми спостерігали зміну дискурсу від «відповідального» та «безпечного та відповідального» до «безпечної подорожі», хоча й у непослідовний спосіб. Дискурс про відповідальність тепер знову посилається на екологічні та соціальні елементи, як, наприклад, у листопаді, коли UNTWO оголосила, що «Глобальна ініціатива щодо пластикових виробів у туризмі може призвести до зменшення забруднення та відходів у всіх частинах туристичного сектора і підтримувати відповідальне відновлення після COVID-19, яке веде до більшої сталості та стійкості», або коли він оголосив керівництво для більш інклюзивного сектору туризму, що стосується людей з обмеженими можливостями. Непослідовність у тому, що стосується «відповідального», саме висувається наступним використанням таких тверджень, як це: «безпечна подорож можлива, і тому туризм може відновитися відповідально» [71, с. 94].

Головними опорами дискурсу ЮНВТО були споживач і неолібералізм, які зберіглися в епоху пандемії COVID-19. Орієнтований на споживача підхід до туриста, прийнятий ЮНВТО, був консолідований, зокрема, «правом на туризм», закріпленим як у Глобальному етичному кодексі туризму (1999), так і в обов’язковій Рамковій конвенції з етики туризму (2017). Дійсно, оформлення індивідуального акту туристичного дозвілля як права через легалізацію, будучи чітким тлумаченням права людини на відпочинок і дозвілля, закріпленого в Міжнародному пакті про економічні, соціальні та культурні права (ICESC), представляє одну з найвищих форм соціального легітимізація та кульмінація нормативного дискурсу UNWTO щодо цієї ідеї [38, 39].

Ця орієнтація не змінилася у світлі пандемії та її згубного впливу на приймаючі громади в місцях, залежних від туризму. У прес-релізі UNWTO від 16

червня стверджується, що «відновлення нашого сектору має бути здійснено своєчасно та відповідально, уникаючи за будь-яку ціну справедливого та рівноправного ставлення до туристів». Крім того, пандемія надихнула UNWTO посилити підхід, орієнтований на споживача, «право на туризм», оголосивши про майбутній Міжнародний кодекс захисту туристів (такий новий правовий інструмент потребує окремого аналізу, спрямований на деконструкцію нового значення «відповідального туризму» в контексті домінуючого туристичного дискурсу). Крім того, у своїй преамбулі Тбіліської декларації від вересня 2020 року «дії щодо сталого відновлення туризму» зазначено, що «потрібно створити відповідні механізми, щоб туристи отримували якнайповнішу увагу в пункті призначення, таким чином перетворюючи подорожі на простір і час щастя».

Подібним чином пандемія не зупинила туризм з точки зору цілей, а скоріше лише з точки зору часу. Зростання зберегло свій статус пріоритетного явища. Незважаючи на те, що щорічно зростає кількість міжнародних туристів, ЮНВТО закликає повернутися до економічного зростання ще 17 березня. Це повторив і Генеральний секретар ООН Антоніу Гутерріш, який у червні назвав туризм «основою економічного зростання».

В неоліберальну епоху все економізується, включно з людьми [33]. Формулювання, прийняте ЮНВТО, багато в чому свідчить про цю орієнтацію. У вищезазначеній Тбіліській декларації 2020 року в розділі «Для людей» зазначено: «Сприяння освіті та розвитку навичок для підвищення гнучкості та цінності людського капіталу» (курсив наш). Коли ЮНВТО нещодавно представила свій інклюзивний посібник із відновлення на тему людей з обмеженими можливостями він обстоював перспективу «доступності як конкурентної переваги». Він підтвердив це, зокрема, навівши приклад, що туристи, які живуть з обмеженими можливостями, витрачають у середньому на 200 євро більше під час відпустки в Іспанії, на відміну від туристів, які не живуть з інвалідністю (там само). Ще один приклад цього можна почерпнути з прес-релізу від грудня 2020 року, в якому

говориться: «навіть якщо новина про вакцину підвищує впевненість мандрівників, до одужання ще довгий шлях». Тому нам потрібно активізувати наші зусилля для безпечного відкриття кордонів, одночасно підтримуючи робочі місця та бізнес у сфері туризму». Туристичні працівники зведені до внутрішньої цінності своєї роботи, а не до свого здоров'я, оскільки саме так їх характеризують у широкому тлумаченні цього твердження. Більш цинічним було б тлумачення, коли «робочі місця» стосуються суто економічної детермінанти. Подібним чином у прес-релізі, який завершує 2020 рік із так званою «рішучістю», повідомляється, що «Глобальний кризовий комітет з туризму ЮНВТО [33] координує міжнародні зусилля та довів свою ключову роль у скеруванні нашої відповіді на COVID-19 та інформуванні про заходи та інструменти. для пом'якшення його впливу на робочі місця та бізнес». Приймаючі громади зведені до роботи та бізнесу. Вимірювання успіху, що стосується відновлення туризму після пандемії, обмежується цими економічними показниками. У цьому дискурсі ігноруються здоров'я, безпека та свобода від обмежувальних санітарних заходів таких громад, не кажучи вже про внесок у покращення екологічної справедливості.

Чотири полюси сучасного аналізу застосовуються до нового визначення «відповідального туризму» в контексті відповіді ЮНВТО на пандемію COVID-19. По-перше, влада: що вражає в цьому домінантному дискурсі, так це те, наскільки безправним є споживач. Туристи вважаються дуже вразливими [38]; однак UNWTO наполягає на відновленні довіри туристів до подорожей, визнаючи їхню силу у відродженні цього сектора. Ранній заклик UNWTO утриматися від непотрібного втручання в міжнародні поїздки можна розглядати як ерозію повноважень UNWTO, оскільки серйозні обмеження були введені через місяць. Це свідчить про боротьбу за право визначати, що є необхідними подорожами, і непотрібне втручання в подорожі. Це призведе до злиття дискурсів про відповідальність між санітарними обов'язками та економічними обов'язками, причому санітарний дискурс буде на передньому краї з новою, а відтоді

оновленою, владою над суспільством і мобільністю. Саме через аргумент, зосереджений на економічній силі туризму, заклик ЮНВТО до відповідальності за швидке відновлення туризму поєднується з санітарними правилами для захисту туриста. Це відбулося, коли знання про поведінку вірусу та можливі мутації ще були не повністю зрозумілі.

По-друге, привілей: навіть думати про те, щоб бути відповідальним туристом, є привілеєм, не кажучи вже про те, щоб бути просто туристом-відпочивальником. У цій новій соціальній реальності, створеній COVID-19, до привілею бути частиною класу дозвілля додано біополітичний компонент [39]. Однак привілеї є відносними; Бути відповідальним туристом це можливість не для всіх.

По-третє, «жертви несправедливості повинні взяти на себе певну відповідальність за те, щоб кинути виклик структурам, які її породжують» [32, с. 145]. У цей момент у процесі відновлення туризму відкривається вікно можливостей. Сподіваємося, що «окрім жертв можуть бути агенти, чиї передбачувані особисті інтереси можуть збігатися з просуванням справедливості». У той час як деякі автори закликають до відновлення туризму на інших засадах, ніж до пандемії [40, 41], економічні інтереси гігантів сектора та основних західних напрямків знаходяться на першому місці на шляху до відновлення. Цей шлях перемежовується можливостями тестування, можливостями лікарень і нерівністю щодо вакцин на користь багатих країн цього світу, залишаючи мало можливостей для зниклих кинути виклик новому туризму, що з’являється. Дискурс ЮНВТО про відповідальність є досить ексклюзивним: хоча він і висловлює занепокоєння залежними від туризму державами, він не розглядає критично наслідки цієї залежності та інтереси тих країн, які шукають альтернативні шляхи розвитку.

По-четверте, колективна здатність: це вікно можливостей має бути досліджене за межами економічного управління, щоб повернути розвиток і планування туризму в політичну сферу та в рамках форумів, таких як міжнародні

організації, такі як UNWTO, а також в рамках національних рад з туризму та авіакомпаній і туристичних компаній. операторів. Дискурс відповідальності, який випливає з UNWTO, не в змозі вирішити проблему несправедливості в своїй ринковій орієнтації, не залишаючи місця для політичних колективних здібностей. Як стверджує В. Гуйя [22], включення цінностей для створення орієнтованих на справедливість форм туризму зазнало дещо невдачі, оскільки вони стали товаром, деполітизованим та захопленим неоліберальним капіталістичним проєктом. Узагальнення відповідальності як створення умов для повернення туристичного бізнесу та колективних здібностей як акт споживацтва є випорожненням можливості відповідальності за справедливість. Ця ситуація є символічною через надто спрощену та надзвичайно позитивну точку зору на туризм, яку просуває UNTWO, яка не змінилася разом із пандемією COVID-19 у дискурсі організації; залишається те, що туризм представляється як панацея від усіх, якщо слідувати вказівкам щодо сприяння постійному зростанню, цінуючи попит (споживача) понад усе, щоб досягти цього, вимоги, які неявно вважаються відповідальними. Крім того, надто легко відчувати себе позбавленим відповідальності перед приймаючою туристичною спільнотою, розташованою деінде, ніж ваша власна громада. Відповідальність агента за справедливість не обмежується тими, хто поруч, або тими, хто в тому ж самому місці». національну державу, як і себе, якщо людина бере участь у соціальних структурних процесах, які пов’язують її з іншими далеко й за межами цих юрисдикцій. З іншого боку, повторювана опора на ринок як на вектор відповідальності показує, як транснаціональній політичній системі бракує інших інституцій, щоб знову зібрати владу, привілеї та інтереси для боротьби з несправедливістю. Це особливо вірно для туризму, де туриста зображують як постполітичну фігуру, яка пересувається з місця на місце, не займаючись політичною діяльністю [42], створюючи політичний лімінальний простір між домом і пунктом призначення без чітких інститутів колективної спроможності, але ринку. Взаємодія між спільною відповідальністю за безпеку та

економічну безпеку приймаючих туристичних спільнот і запланованими біополітичними заходами (тобто тестування, вакцинація) вимагає більш ретельного аналізу, мобілізації внеску Фуко.

2.2. Вплив WHO на стабілізацію процесів в туристичній індустрії

Пандемія «COVID-19», що почалася на початку 2020 року, вплинула на стан і подальший розвиток практично всіх сфер світового господарства, зокрема і туризму. Такої тяжкої кризи в туристичному бізнесі не спостерігалося з початку XXI століття. У зв'язку з цим виникає необхідність наукового вивчення сучасного стану туризму за кризових часів. Науковий підхід та розробка рекомендацій та методологій є актуальним вирішенням багатьох завдань із боротьби за часів циклічного спаду економіки. Тому було проаналізовано вплив різноманітних кризових явищ, зокрема пов'язаних із коронавірусною пандемією, на сферу туризму.

Туризм глобалізується у велику світову галузь із середньорічним темпом зростання 4–5%, створює 8% світового ВВП та 10% зайнятості населення [11]. Туризм – це глобальний бізнес. До 2020 року кількість подорожуючих досягне близько 1,6 млрд. чол. А до 2030 року і взагалі може перевалити за 2 млрд. [28].

Туристична галузь має ряд особливостей, одна з головних його характеристик полягає в тому, що він є сполучною ланкою багатьох секторів економіки. У міру розвитку туристичної галузі в країні паралельно розвиваються транспортна інфраструктура, покращується телекомунікаційна система, дедалі більша увага з боку уряду приділятиметься на екологічний стан навколишнього середовища поблизу туристичних підприємств та рекреаційних зон, покращення міської та комунальної інфраструктури, містобудування тощо.

Проте ринок туризму також дуже вразливий для криз різного походження, таких як стихійні лиха, епідемії, соціально-економічні та політичні кризи,

терористичні акти, що супроводжують дестабілізацію обстановки всередині країни [38]. Такі кризові явища сприяють повному чи частковому руйнуванню економіки країни та багатьох секторів бізнесу. Одним із найуразливіших до кризи належить туристична галузь та підприємства сфери послуг, пов'язані з нею.

Основа туристичного бізнесу – це туристи (особи, що відвідують країну (місце) тимчасового перебування в лікувально-оздоровчих, рекреаційних, пізнавальних, фізкультурно-спортивних, професійно-ділових, релігійних та інших цілях без зайняття діяльністю, пов'язаної з отриманням доходу від джерел у країні (місці) тимчасового перебування, на період від 24 годин до 6 місяців поспіль або що здійснює не менше одного ночівлі в країні (місці) тимчасового перебування [4]) та туристичні товари (комплекс послуг, робіт, товарів, необхідні задоволення потреб туриста під час його туристичного подорожі) [5]. Оскільки туристичні продукти потребують постійної модернізації на відміну від матеріальних виробничих товарів (послуг), важливе значення для споживачів (туристам) у процесі споживання товарів та послуг туристського характеру має якості товарів та сервісних послуг, якісні показники здорового способу життя населення, дотримання медико-санітарних правил встановлених Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ) під час туру [6]. Тому важливо постійно залучати нових туристів для підтримки та розвитку ринку туризму та туристичних послуг.

Гуманітарна криза в глобальному масштабі, що продовжує розповсюдження по всьому світу, наражаючи на систему охорони здоров'я безпрецедентного стресу в битві за порятунок життя людей. Масштаби цієї трагедії погіршуватимуться в міру поширення вірусу в основному в країнах з більш відкритими кордонами та вільним переміщенням людей, не довіра до медицини тієї чи іншої країни, не дотримання медико-санітарних правил тощо [8].

Дані аналізу ВООЗ показує, що, незважаючи на соціально-економічну, політичну розвиненість країн, саме в цих країнах (США, Європа) спостерігається дедалі більше поширення. Це пов'язано з незгодою суспільства до ізоляції та

зміни вільного способу життя, ігнорування попередження урядів та організацій охорони здоров’я.

Очікується, що наслідки коронавірусу перевершать усі попередні світові кризи та призведуть до скорочення світового обсягу туризму на 39%. Прогнозується повернення індустрії туризму докризового стану (2019) не раніше, ніж до 2023 [9].

За даними Всесвітньої туристичної організації UNWT0, міжнародний туризм скоротився за перші 10 місяців 2020 року більш ніж на 70%, до рівня 1990 року. Це пов’язано з обмеженнями на поїздки, побоюваннями споживачів, зі зменшенням доходів населення через ізоляцію для запобігання масовим скупченням людей та глобальною боротьбою за стримування коронавірусної інфекції [10]. Все це призвело до того, що дане кризове явище стало найгіршим в історії сфери туризму та й у світовій економіці в цілому. Так, у 2020 році країни з розвиненою туристичною індустрією ухвалили майже на 1 млрд. менше туристів, ніж за аналогічний період 2019 року [11].

Всесвітня організація охорони здоров’я (далі – ВООЗ) оголосила «надзвичайну ситуацію в галузі охорони здоров’я, що має міжнародне значення». Ситуація розвивається дуже швидко, щохвилини зростає кількість хворих і загиблих. Медичні та наукові видання у всьому світі об'єдналися для проведення досліджень.

Цей вірус торкнувся всіх країн і сфер діяльності. У цій роботі буде розглянуто вплив вірусу на розвиток туризму в країнах: Іспанія, Італія та Туреччина.

Сектор туризму в цей час є одним із найбільш постраждалих від спалаху COVID-19, який впливає як на пропозицію, так і на попит на поїздки. Це створює додатковий ризик ослаблення світової економіки, геополітичної, соціальної та торгової напруги, а також нерівномірної роботи на основних ринках виїзного туризму.

Враховуючи еволюцію ситуації, ще зарано оцінювати повний вплив COVID-19 на міжнародний туризм. Для своєї початкової оцінки ЮНВТО використовує сценарій 2003 року як орієнтир, враховуючи розміри та динаміку глобальних подорожей та поточних збоїв, географічне поширення COVID-19 та його потенційний економічний вплив.

На сьогодні, за оцінками ЮНВТО, кількість міжнародних туристів у світі може знизитися на 20–30% порівняно з прогнозованим зростанням 3–4% на початку січня 2020 року.

Це може призвести до втрати від 30 до 50 млрд. дол. США (надходження від міжнародного туризму).

Оцінки для інших регіонів світу в даний час передчасні через ситуацію, що швидко змінюється.

ЮНВТО наголошує, що до будь-якої оцінки слід ставитися з обережністю через нестійку та невизначену еволюцію спалаху, що може призвести до подальших переглядів. Ці оцінки слід інтерпретувати з обережністю, враховуючи величину, волатильність та безпрецедентний характер явища.

Початком поширення хвороби можна вважати кінець грудня 2019 року, коли у Китаї (провінція Хубей місто Ухань) було зареєстровано перший випадок зараження на пневмонію невідомого походження. Першим хворим вважається місцевий житель, який працює на місцевому ринку морепродуктів та тварин.

Офіційну інформацію про спалах пневмонії невідомого характеру від влади Китаю було представлено 31 грудня 2019 р. Далі захворювання поширювалося дуже стрімко, ніж пояснюються такі події:

■ 22 січня 2020 р. – місто Ухань закрито на карантин;

■ 24 січня 2020 р. – міські округи, прилеглі до епіцентру епідемії, закриті на карантин.

За офіційною інформацією влади Китаю, поширення вірусу було зафіксовано у всіх адміністративних утвореннях Китаю провінційного рівня.

Вже 30 січня 2020 р. ВООЗ оголосила про надзвичайну ситуацію, а 11 лютого 2020 р. захворювання було присвоєно назву «коронавірусне захворювання».

Китайськими вченими було визначено збудник – коронавірус, який викликає важку форму гострого респіраторного синдрому, відомого як «атипова пневмонія».

Відмінною ознакою, що ускладнює боротьбу з вірусом, є тривалість інкубаційного періоду (від 2 до 14 днів). Попри це ще до виявлення симптомів носій є переносником. Також варто відзначити безліч безсимптомних пацієнтів. У цих осіб не виявлені клінічні прояви вірусу, але водночас можуть заражати оточуючих людей.

11 березня 2020 р. ВООЗ оприлюднила інформацію про те, що вірус переріс у категорію «пандемія», а через два дні центром цієї пандемії стала Європа (зокрема, такі країни: Італія та Іспанія).

За останніми офіційними даними (станом на 20 квітня 2020 р.) виявлено понад 2,4 млн. випадків зараження у 210 країнах світу. У тому числі понад 600 тис. чол. одужало, підтверджено понад 165 тис. смертей, що становить 21% від усіх випадків зараження.

Варто зазначити, що ці показники можуть значно відрізнятися від реальної ситуації, оскільки деякі держави (Італія, Швейцарія та ін.) відмовляються від тестування осіб, у яких виявлено незначні симптоми захворювання.

Президент Всесвітнього економічного форуму Булут Багчі заявив, що збитки індустрії туризму в усьому світі від пандемії на кінець 2020 року можуть становити трильйон доларів США. На початок березня ця величина становила 600 млн дол.

«Зараз економічні втрати у секторі туризму через спалах COVID-19 становлять 600 млн. $, до кінця року вони можуть досягти трильйона доларів.

Враховуючи швидкість, з якою поширюється вірус, та його вплив на туризм, роботу у цій сфері можуть втратити 50 млн. осіб».

За рік прибуток від галузі туризму становить приблизно 1,7 млрд. дол. У березні спад цього сектора становив 70%.

Близько 60 сфер економіки, прямо чи опосередковано пов'язані з туристичною діяльністю, за даними міжнародних експертів, зазнали колосального сумарного світового спаду.

Більшість країн, у тому числі Італія, Іспанія та Туреччина, ухвалили рішення про закриття кордонів та припинення авіасполучення з метою зниження темпів поширення вірусу. Ці заходи є основною причиною зупинення діяльності у сфері туризму.

Щоб визначити вплив коронавірусу на сферу туризму, необхідно визначити: з яких надходжень складається даний дохід.

Так, за даними сайту Knoema Corporation, до міжнародних надходжень від туризму відносяться витрати іноземних громадян, що прибувають в країну, які включають:

- платежі національним транспортним перевізникам;
- передоплати за товари та послуги;
- доходи готельного сектора тощо.

Можна припустити, що найбільше постраждає Іспанія, оскільки саме в цій країні частка доходів від туризму є найбільшою. Так, у 2018 році дана величина дорівнювала 14,6%. У той час як в Італії та Туреччині – 13,2% та 12,1% відповідно [37, с. 76].

У той самий час не можна враховувати те що, що поширення вірусу у цих країнах відбувалося по-різному. І кількість зареєстрованих випадків захворюваності, які одужали та загиблих відрізняється. Якщо в Іспанії зареєстровано 213 тис. підтверджених випадків зараження, в Італії – 187 тис., то в

Туреччині цей показник значно нижчий (98 тис. випадків за даними на 20 квітня 2020 р.).

Світовий ринок готельних послуг перебуває зараз у складній ситуації та зазнає колосальних збитків через пандемію. Постраждали не лише невеликі, а й великі готелі та готелі, які приймали основний потік іноземних постояльців.

Однією з великих витрат у цьому секторі бізнесу є заробітна плата працівника. Тому є велика загроза звільнення великої кількості людей.

В Італії, Іспанії та Туреччині закрито майже 95% готелів. За даними ЗМІ в Італії збитки становлять майже 400 млн. в день.

Надзвичайна ситуація в галузі охорони здоров'я призвела до паралічу всього ланцюжка поставок, що генерує близько 12% ВВП Італії. За експертними оцінками у першій половині 2020 року доходи від туризму знизяться на 73%.

Так, в Італії очікуваний оборот становить лише 16 млрд. євро порівняно з 57 млрд. за аналогічний період минулого року. Літній сезон також поставлений під загрозу, до якого щороку прибувають до країни 25 млн. осіб.

Заходи, спрямовані на стримування поширення вірусу COVID-19, призведе до того, що в 2020 році в Італії знизиться оборот у секторі ресторанного та готельного сектора (72 748 компаній з оборотом 37,8 млрд. євро у 2019 році) на 16,7 млрд. євро, що дорівнює зниженню, порівняно з 2019 роком, на 44,1%. Найбільше постраждали готелі: збитки становили 7,9 млрд., що становить 53,8%, тоді як підприємства громадського харчування скоротилися на 8,8 млрд. і склали 37,9% [15].

Це оцінки, кількісно оцінені Бюджетною обсерваторією Ради Srls на 2019 рік та Фондом національних бухгалтерів. Цей вплив пов'язаний як з падінням попиту, який торкнувся сектору ще до початку надзвичайної ситуації в Італії, так і з блоком дій, накладеним указом, щоб протистояти надзвичайній ситуації в галузі охорони здоров’я.

Але крім величезних економічних збитків виникає й інша проблема. Через пустельні вулиці та закриті магазини ризик злочинності зростає, а готелі, заповнені телевізорами, комп'ютерами та розкішними меблями, розграбують.

З початку глобального розповсюдження коронавірусу готельний сектор був одним із найбільш зачеплених через боротьбу з пандемією. Авіакомпанії тримають свої літаки на землі, країни закривають свої кордони для іноземців, що прибувають, обмеження поширюються, і готелі бачать, що їхній бізнес випаровується, настільки, що деякі готелі в Іспанії запропонували медичне обслуговування своїх кімнат, щоб підтримати систему охорони здоров'я.

Все це починає чітко відображатись у березневих даних про ситуацію з готельним туризмом, щойно опублікованих Національним статистичним інститутом (INE), які показують зниження кількості ночівель у готелях на 61,1% у березні порівняно з тим же місяцем попереднього року через припинення його діяльності після оголошення стан тривоги країни перед пандемії коронавірусу.

Після впливу коронавірусу готелі та туристичні агенції подорожей намагаються впоратися з коронавірусом за допомогою заходів, які приносять користь для своїх клієнтів. Зокрема, в Іспанії Меліа, Аворіс (Barceló) та Room Mate розпочали різні кампанії, щоб зупинити падіння резервів через побоювання зараження.

2.3. Значення UNESCO у формуванні історико-культурної складової туристичних дестинацій

Історико-культурні об'єкти є важливими для суспільства в цілому і для регіонів зокрема. По-перше, вони є невід'ємною органічною складовою міст, сіл та територій, які вже склалися та потребують постійного догляду. По-друге, ці об'єкти відіграють роль історико-культурної спадщини, яка формує імідж регіону,

його бренд та статус, а також є важливим компонентом формування культурної та національної ідентичності населення. По-третє, ці об'єкти дозволяють формувати духовні, культурні та рекреаційні центри тяжіння місцевого населення, мігрантів та туристів, що призводить до притоку капіталу за рахунок інвестицій, торгівлі та пожертвувань. Таким чином, історико-культурні об'єкти продовжують життєвий цикл поселень, країн та цивілізацій, що є помітним внеском у соціальний розвиток (Сардак та ін., 2019).

Окрім того, значна кількість історико-культурних туристичних об’єктів. Наприклад, на початок 2019 року ЮНЕСКО зареєстрував 1121 об’єкт Всесвітньої спадщини, з них 869 – культурні, 213 – природні та 39 – комбіновані (статистика Списку всесвітньої спадщини).

У США 417 паркових об’єктів, пам’яток історії та культури (60 з яких є національними парками) становлять 3,6% національної землі, бюджет Служби національних парків (NPS) у 2018 році становив 3,2 млрд. доларів США, при цьому щорічне відвідування понад 277 мільйонів людей. Крім того, у США понад 600 тематичних парків та 2100 водних розважальних комплексів.

До Світової спадщини ЮНЕСКО в Канаді включено 18 назв (станом на 2016 рік), що становило 1,6% від загальної кількості об'єктів. 8 об’єктів включено до списку за культурними критеріями, 1 з них визнано шедевром людства, 10 – за природними показниками, 7 з них визнано природними явищами виняткової краси та естетичного значення. Крім того, станом на 2016 рік до числа кандидатів на включення до Списку всесвітньої спадщини входять 6 об’єктів на території держави, з них 2 – за культурними та 4 – за змішаними критеріями (Статистика Списку всесвітньої спадщини) [24, с. 98].

У Мексиці знаходиться 34 об’єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО (станом на 2016 рік), що становить 3,0% від загальної кількості. До списку увійшли: 27 культурних об’єктів (13 доколумбової та 15 постколоніальної епохи), 6 природних об'єктів, 1 змішаний об'єкт. 10 із цих об'єктів було визнано шедеврами людського

генія, а 5 – природними явищами виняткової краси та естетичного значення. Крім того, станом на 2016 рік до кандидатів на включення до Списку всесвітньої спадщини входять 22 об'єкти в штаті, у тому числі 11 – за культурною, 5 – за природною та 6 – за природною спадщиною.

В Україні налічується понад 130 000 стаціонарних пам’яток історії та культури, діють 63 історико-культурні заповідники (з них національного значення), діє 401 історичне поселення, 437 державних та муніципальних музеїв. До списку всесвітньої спадщини входять 42 об’єкти на території держави. (рис. 2.1).

Рисунок 2.1 – Географічний розподіл об’єктів світової спадщини ЮНЕСКО в Україні

Список об’єктів всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в Індії включає 36 об’єктів (станом на 2020 рік), що становить 3,2% від загальної кількості. 28 об’єктів включено до списку за культурними критеріями, 7 об’єктів – за природними, 1 – за змішаним критерієм. 12 об’єктів було визнано шедеврами творчого генія людства,

3 – природними явищами чи просторами виняткової природної краси та естетичного значення.

Вивчення публікацій показує, що розвиток історико-культурних туристичних дестинацій активно досліджується вченими, міжнародними організаціями та національними службами.

Наприклад, «Глобальний етичний кодекс туризму» свідчить, що об’єкти спадщини повинні отримувати фінансування для їх підтримки, захисту, поліпшення та відновлення з метою збереження культурної самобутності націй та народностей Землі, а також для загального туристичного використання (Глобальний етичний кодекс туризму, 1999) [16].

Е. Флойд (2001) досліджував перспективи парків розвитку з погляду расових та етнічних підходів до їх відвідин. Він дійшов висновку, що розвиток туризму на певних територіях (історичних та культурних центрах) безпосередньо залежить від мультикультуралізму та багатонаціоналізму суспільства. Д. Путрик (2008) у своєму дослідженні розглядав туризм як фактор збереження історичної спадщини та розвитку традицій регіонів, зазначаючи, що близько 40% туристичних потоків зумовлені культурними мотивами. М. Тортора, С. Ранделлі та Т. Ромеї (2014) комплексно розглянули концептуальну основу дослідження туристичного потенціалу регіону та визначили його склад та компоненти.

У доповіді уряду Нового Південного Уельсу «Культурні ландшафти та управління парками: огляд літератури» розглядаються питання управління культурною спадщиною (Культурні ландшафти та управління парками, 2008). Доповідь «Культурні ландшафти. Практичний посібник з паркового господарства» містить спеціальний посібник для керуючих парками, який допоможе виявити, оцінити, керувати та інтерпретувати культурні цінності. Особлива увага приділяється виявленню та картографуванню культурних об'єктів та цінностей [57].

Е. Гонсалес у своїй роботі порушив проблему відсутності будь-якого теоретичного обґрунтування створення культурних парків з урахуванням необхідності їх гармонізації між культурною спадщиною та ландшафтом. Він запропонував нову теоретичну концептуалізацію функціонування культурних парків, яка стане основою методології емпіричних досліджень. У подальшій публікації Е. Гонсалес розглядав культурні парки як позитивні та конструктивні інструменти, ефективність яких пов'язана зі збереженням спадщини, подоланням розриву між природою та культурою, зміцненням ідентичності та пам’яті, а також посиленням соціальної згуртованості та економічного розвитку [19].

Полівач розглянув роль культурної спадщини та визначив її зв'язок із розвитком регіонів. В. Савранчук вивчив функціональну діяльність та визначив перспективи розвитку провідних тематичних парків світу. П. Дюзгюн та І. Демірель вивчили потенціал національних парків для проведення розважальних та туристичних заходів та зазначили, що внаслідок їх інтенсивного використання відвідувачами багато хто з них перебуває під загрозою руйнування. Х. Мельгарехо та П. Хіменес проаналізували цінність спадщини нерухомих та нематеріальних культурних цінностей. Проведено юридичний аналіз поняття «парк культури» і вирішено, чи можливе його застосування в регіоні, що розглядається. Вони дійшли висновку, що концепція культурного парку підходить для юридичних, культурних та екологічних цілей. Ян та Чен у своїй статті розглянули інтеграцію регіональної культури та міського парку для перетворення ландшафту та запропонували регіональні культурні функції, які покращують стратегії реконструкції ландшафту міських парків. А. Фарачі описав процес формування сталого дизайну, соціальних інновацій та інтеграції, який був ініційований реставрацією та повторним використанням занедбаного історичного центру, що забезпечило стійке ідентичне перетворення цього об'єкту на динамічний творчий парк [25, с. 18–20].

Л. Франч-Пардо, П. Канцер-Помар та Б. Наполетано у своїй статті оцінили видимість, якість та крихкість як ознаки для визначення захисної здатності на основі як біофізичних, так і візуальних елементів ландшафту. Отримані карти захисту можна використовувати для визначення пріоритетності захисту ландшафтів залежно від рівня їхньої якості та крихкості.

Так, С. Дорофєєва досліджувала вплив існування об'єктів культурної та історичної спадщини на туристичну привабливість регіону. Палінчак, Дяченко та Рошко розглянули склад природних територій, що охороняються, та об'єктів та зосередили увагу на необхідності їх збереження. Бішіоне, Данезе та Масіні продемонстрували необхідність чіткої фіксації пам'яток культури за допомогою геоінформаційної системи (ГІС). Така цифрова карта культурної спадщини лягла в основу розробки планів захисту, розвитку та підтримки історичних та культурних об'єктів. С. Шафік та Ель-Хусейні розглянули структуру та деякі рекомендації щодо покращення соціальної підтримки району, перефразувавши роль парку у відповідь на мінливі потреби спільноти.

Однак у публікаціях, що рецензуються, відзначаються наступні аспекти, що диктують необхідність подальших досліджень: нечітка ідентифікація історико-культурних об'єктів; невизначеність ефективних функцій управління та економічних функцій історико-культурних об'єктів; відсутність класифікації історико-культурних об'єктів з погляду активності їхнього відвідування туристами; відсутність аналізу наслідків відвідування туристами історико-культурних туристичних дестинацій; відсутність методологічної бази для діагностики стану та розвитку діяльності історико-культурних туристських дестинацій. Завдання дослідження. Завданням дослідження є розробка теоретико-методичних рекомендацій та практичних заходів щодо позитивного соціального, управлінського, організаційного та економічного розвитку історико-культурних туристичних дестинацій.

Розглянутий термін «історичний та культурний об'єкт» є загальною назвою для широкого кола категорій. Так, у науковій літературі правове поле держав та акти міжнародних організацій, історико-культурні об'єкти можуть мати на увазі:

– територія (територія, що екологічно охороняється, природний заказник, природно-заповідна територія, ділянка природно-заповідного фонду, історико-культурний заказник, заказник, територіальний комплекс, археологічна територія тощо);

– ландшафти та елементи ландшафтів (природні території: прибережна зона, коса, пляж, озеро, річка, острів та інші об’єкти, що мають історико-культурну цінність);

– історичні поселення (райони, міста, села, поселення, етнічні поселення тощо);

– парки (парк культури, історичний парк, історико-культурний парк, дендрологічний парк, об’єкти садово-паркового мистецтва, природний парк, меморіальний парк, національний парк, а також варіації тематичних парків: мегапарк, історичний парк, географічний парк, океанаріум, аквапарк, парк розваг, сафарі-парк, парк розваг, космічний парк);

– кіностудії (медіа-конгломерати, мейджори, міні-мейджори, The Studios, мейджор-студії Instant, інші значущі, у минулому незалежні організації);

– історико-культурна спадщина (об'єкти історичної та (або) культурної спадщини: будівлі, споруди, фортеці, палаци, замки, комплекси, ансамблі, пам'ятні місця тощо);

– пам’ятники історії та культури (бетонні елементи: будівлі, різні архітектурні форми, квартали, площі, вулиці, земельні ділянки, відкриті незабудовані простори, пам'ятні знаки тощо).

РОЗДІЛ 3.
ЗНАЧЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

3.1. Діяльність міжнародних страхових організацій в системі туристичного бізнесу

Останніми роками помітно збільшилася кількість страхових випадків, особливо тяжких і коштовних, включаючи смерть і необхідність репатріації тіла до місця постійного проживання. Страхове середовище в ряді традиційно туристичних країн також погіршилося. Також останнім часом все більше українських туристів виїжджає на відпочинок за кордон, але більшість із них недостатньо знайомі із системою страхування.

Під страхуванням узагальнено розуміють систему економічних відносин щодо захисту інтересів фізичних та юридичних осіб шляхом виплати для них страхового відшкодування у випадку настання певних подій (страхових випадків) за рахунок грошових коштів (страхових фондів), що утворюються з премій.

Страхування туризму постає гарантією того, що всі непередбачені випадки, які пов’язані із страховими випадками, несе страховик. Страховиком може бути лише страхова компанія, котра володіє відповідною ліцензію. Туристична фірма здійснює страхування туриста і, в свою чергу, укладає договір (агентську угоду) зі страховиком. Згідно договору страховик зобов'язаний виплатити страхові відшкодування застрахованим туристам від страхових випадків; надати туроператорові необхідні страхові бланки; надавати необхідну інформацію щодо умов та правила страхування, зміни тарифів; консультаційні послуги.

Страховик – це туристична компанія, що бере на себе зобов'язання рекламувати страхові послуги страховика; страхувати туристів згідно чинного законодавства правила, які встановлені страховиком; своєчасно повідомити

страховика про настання страхового випадку у визначений договором термін; невідкладно перераховувати страховику страхові виплати.

Страховик сплачує винагороду турагенту у відсотках від отриманих страхових платежів. Аби заохотити туристичні компанії до довгострокової співпраці, страхові організації надають пільгові чи безкоштовні поліси задля керівництва, співробітників та їх сімей, бонуси та ін. Система пільг та винагород поступово розширюється із подовженням періоду співпраці і доходів від страхування туристів туристичною агенцією [65].

Індустрія туризму завжди створювала та продовжує створювати загрозу для життя туристів та їхніх працівників. Стихійні лиха, аварії, прорахунки у виробництві та інші непередбачені події можуть порушити збалансовану діяльність туристичного комплексу. Водночас із розвитком науково-технічного прогресу стихійні та промислові катастрофи не припиняються. Інструменти управління ризиками, такі як страхування, доступні для забезпечення стійкості туристичних підприємств і якості туризму, в тому числі в зонах високого ризику. Страхування як складова системи безпеки в індустрії туризму сприяє стабільності забезпечення діяльності туристичних підприємств і туроператорів, а також забезпечення безпеки туризму як в Україні, так і за кордоном.

Туристична подорож приносить багато сюрпризів. Турист може стати жертвою катастрофи або пограбування, раптово захворіти, через зміну погоди та інших обставин, може не виправдати надії на спокійний відпочинок. У цих та багатьох інших випадках виникне необхідність заздалегідь захистити себе від їх шкідливого впливу або мінімізувати їх [71].

Деякі працівники індустрії туризму також піддаються високому ризику. Оформлюючи їх на роботу, відповідні органи та туристичне підприємство зобов'язані застрахувати їхнє життя та здоров'я.

В останні роки досить помітно зросла кількість страхових випадків, особливо серйозних на дорогах, включаючи смертельні випадки та необхідність

репатріації тіла. На даний момент страхове середовище в ряді традиційно туристичних країн ненадійне. Одна із причин це відсутність культури туризму за кордоном. Вирішити цю проблему міг би детальний інструктаж туроператорів перед вильотом. Звичайно, ніхто не застрахований від нещасних випадків. Проте деяким проблемам із клієнтами можна запобігти.

Закон України «Про страхування» регулює відносини у сфері страхування і спрямований на формування ринку страхових послуг, посилення страхового захисту майнових інтересів, зокрема туристів, а також туристичних підприємств та їх працівників [56].

Страхування – це вид цивільно-правових відносин щодо захисту майнових інтересів громадян і юридичних осіб у разі настання певних подій (страхових випадків), визначених договором страхування або чинним законодавством, за рахунок грошових коштів, страхування. платежі (страхові внески, страхові внески), що сплачуються громадянами та юридичними особами, та доходи від розміщення цих коштів.

Страхування є основною формою забезпечення безпеки туристів у країні (місці) тимчасового перебування. Безпека туристів означає не тільки їх особисту безпеку, а й збереження їхнього майна та відсутність шкоди навколишньому середовищу під час подорожі.

Природа страхування, як і будь-якої іншої економічної категорії, визначається його функціями. Страхування виконує чотири функції: ризикову, превентивну, ощадну, контрольну.

Ризикова функція страхування полягає у відшкодуванні ризику. В межах цієї функції відбувається перерозподіл грошової вартості між страховиками щодо наслідків від випадкових страхових подій. Ризикова функція страхування є основною, оскільки страховий ризик, як ймовірність збитку, безпосередньо пов'язаний з основною метою страхування відшкодування міжнародних збитків потерпілим.

Профілактична функція страхування полягає у фінансуванні зі страхового фонду заходів зі зниження ризику.

Ощадна функція страхування сприяє накопиченню грошей на все життя.

Контрольна функція страхування полягає у перевірці цільового призначення та використання коштів страхового фонду.

Відповідно до Закону України «Про туризм» страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) є обов'язковим і здійснюється туристами на підставі договорів зі страховиками [48]. Туристи мають право на самострахування. У цьому випадку вони зобов'язані заздалегідь підтвердити туроператору або турагенту наявність належним чином укладеного договору страхування [65].

Договір страхування повинен передбачати надання медичної допомоги туристам і відшкодування їх витрат у разі нещасного випадку в країні (місці) тимчасового проживання.

Умови обов'язкового страхування повинні бути повідомлені туристу до укладення туристичного договору.

Обов'язкове страхування (медичне страхування та страхування від нещасних випадків) здійснюється один раз на весь період туристичної подорожі. За бажанням туриста туроператор або турагент здійснює страхування інших ризиків під час подорожі.

За бажанням туриста може бути укладено страхування для покриття витрат, пов'язаних з розірванням туристичного договору з ініціативи туриста, або для покриття витрат, у разі нещасного випадку чи хвороби, особа може повернутися на своє місце. ПМП передчасно. Відшкодування шкоди, заподіяної життю чи здоров'ю туриста або його майну, здійснюється в установленому порядку.

Страхування туриста – добровільне страхування під час подорожі на випадок раптової хвороби, смерті (втрати) або ушкодження здоров'я туриста внаслідок нещасного випадку, а також страхування майна особистого майна та багажу, що перевозиться (перевозиться) з його.

Однак, крім зазначених видів страхування, туристам іноді доводиться звертатися за іншими видами страхової допомоги (юридичної, адміністративної, технічної та ін.). У зв’язку з цим деякі вітчизняні страхові компанії створюють спільні підприємства з іноземними страховими компаніями, щоб полегшити надання страхових послуг туристам безпосередньо в країні перебування.

За домовленістю з партнером український страховик визначає обсяг страхових послуг за полісом, а надання послуг покладається на асистанс-компанію. Кожна компанія має мережу чергових пунктів та офісів з операторами, розташованих у регіонах, на які поширюється поліс. У разі настання страхового випадку турист (або старша туристична група) повинен зателефонувати в одну з чергових, телефони якої вказані в страховому полісі (свідоцтві) або посвідченні особи.

Черговий центр передає дзвінок від застрахованої особи в найближчий до клієнта офіс, який займається безпосередньою організацією страхової послуги, і підтверджує, що всі витрати будуть оплачені. Чим більше у компанії буде чергових пунктів і офісів, тим швидше вона зможе організувати допомогу клієнту.

Страховий поліс повинен покривати медичне обслуговування (медичні витрати) та інші майнові витрати у разі настання страхового випадку в країні тимчасового проживання. При недотриманні цієї умови турист позбавляється права на отримання страхової виплати при настанні страхового випадку.

Відмінності в поведінці споживчих витрат між віковими групами Страховий ризик – це певна подія, на випадок якої здійснюється страхування і яка має ознаки ймовірності та шансу настання.

Страховий випадок – подія, передбачена договором страхування або законодавством, яка відбулася і з настанням якої виникає обов'язок страховика виплатити страхову суму (страхове відшкодування) застрахованій особі, вкладнику або іншій третій особі [44].

Страхова сума – це грошова сума, в межах якої страховик зобов'язаний виплатити страховий випадок відповідно до умов страхування, а також сума, виплачена за особистим страхуванням. Страхові виплати за договорами особистого страхування провадяться незалежно від суми, яку має отримати одержувач державного соціального страхування, і суми відшкодування шкоди. При страхуванні майна страхова сума визначається в межах вартості майна за цінами і тарифами, що діють на момент укладення договору, якщо інше не встановлено договором страхування або умовами договору страхування. обов'язкове страхування.

Страхова виплата – грошова сума, що виплачується страховиком відповідно до умов договору страхування у разі настання страхового випадку. Страхові виплати за договором страхування здійснюються в розмірі страхової суми (її частини) та (або) у вигляді регулярних послідовних виплат суми (ануїтету), визначеної в договорі страхування.

Розмір страхової суми та (або) розмір страхових виплат визначаються за домовленістю між андеррайтером і страховиком при укладенні договору страхування чи внесенні змін до договору страхування, а також у випадках, передбачених законодавством [39].

Страховий розмір не встановлюється за страховим випадком, за яким здійснюються регулярні послідовні страхові виплати. Інвестиційний прибуток, зазначений у договорі страхування життя, не повинен перевищувати 4 відсотків річного доходу.

Страховий платіж (страховий внесок, страховий внесок) – це страховий платіж, який застрахована особа зобов’язана сплатити страховику за договором добровільного страхування або умовами обов’язкового страхування.

Страховий тариф – це розмір страхової премії за одиницю страхової суми за певний термін страхування. Страхові тарифи за добровільною формою страхування розраховуються страховиком самостійно. Конкретний розмір

страхового тарифу визначається за згодою сторін у договорі страхування. Законодавство про обов'язкове страхування встановлює граничні розміри страхових тарифів і мінімальні розміри страхових сум. Прийняті страховиком додаткові страхові зобов'язання можуть бути повідомлені страхувальнику в письмовій формі та не можуть бути зменшені в односторонньому порядку.

У разі несплати страхувальником чергової страхової премії в розмірі та в строк таким договором може бути передбачено право страховика в односторонньому порядку зменшити (зменшити) розмір страхової суми та (або) страхових виплат.

Особиста страхова допомога виплачується самостійно від суми, що надходить одержувачу за державним соціальним страхуванням і соціальним забезпеченням, і суми, що підлягає відшкодуванню шкоди.

Страхове відшкодування – це страхова виплата, яка здійснюється страховиком у межах страхової суми за договорами страхування майна та відповідальності у разі настання страхового випадку. Страхове відшкодування не може перевищувати прямої шкоди, завданої застрахованій особі. Непрямі збитки вважаються застрахованими, якщо це передбачено договором страхування [19]. У разі, коли страхова сума становить пропорцію вартості об'єкта страхування, страхове відшкодування виплачується в такому самому відсотку від страхового збитку, якщо інше не передбачено умовами страхування.

Франшиза – це частина збитків, яка не відшкодовується страховиком за договором страхування. Якщо майно застраховане у кількох страховиків і загальна страхова сума перевищує реальну вартість майна, страхове відшкодування, яке виплачується всіма страховиками, не може перевищувати реальну вартість майна. При цьому кожен страховик здійснює виплату пропорційно страховій сумі за укладеним ним договором страхування.

Договір страхування – це письмова угода між страховою компанією та страхувальником, за якою страховик зобов'язується у разі настання страхового

випадку виплатити страхову суму або відшкодувати заподіяну шкоду в межах страхової суми застрахованій або іншій особі. Для укладення договору страхування страхувальник повинен подати до страхової компанії письмову заяву за встановленою страхувальником формою або іншим чином заявити про намір укласти договір страхування. У заяві має бути вказана вся необхідна інформація про об'єкти, що декларуються на страхування, та речі. Після передачі страхової компанії заявка стає частиною договору страхування.

Укладаючи договір страхування, застрахована особа зобов'язана повідомити страхову компанію про всі відомі їй обставини та відповісти на всі питання, поставлені їй страховою компанією, які мають істотне значення для визначення ризику людини, яка приймається на страхування.

Договір страхування вважається укладеним у разі письмового підтвердження прийняття страхування страховою компанією. Договір страхування оформляється шляхом видачі страхувальнику страхового поліса [23].

Після оформлення поліса всі документи, видані раніше страховою компанією для підтвердження прийняття страхування, втрачають силу. Страхове свідоцтво (поліс, свідоцтво) – це документ, який містить: назву та адресу страховика; прізвище, ім'я та по батькові або найменування страхувальника та його адресу; ідентифікація страхувальника; розмір страхової суми; перелік страхових випадків; тривалість договору; визначення розміру тарифу, розміру страхових внесків та строку їх сплати; порядок зміни та розірвання договору; інші умови за згодою сторін, підписами сторін.

Договір страхування набирає чинності з дня сплати першого страхового платежу, якщо інше не встановлено умовами страхування.

Страхові суми та страхові відшкодування виплачуються страховиком згідно з договором страхування або законодавством на підставі заяви застрахованої особи та страхового свідоцтва (аварійного акту). Страхове свідоцтво – документ, що містить вичерпні відомості про страховий випадок. Страховий сертифікат

складається страховиком або уповноваженою ним особою. У разі потреби страховик може вимагати інформацію про страховий випадок до правоохоронних органів, банків, медичних установ та інших підприємств, установ і організацій, що володіють інформацією про обставини страхового випадку, а також право самостійно встановлювати причини та обставини страхового випадку. Підприємства, установи та організації зобов’язані надавати страховику інформацію про відомості, пов’язані зі страховим випадком, зокрема відомості, що становлять комерційну таємницю. Страховик несе відповідальність за їх розголошення в будь-якій формі, крім випадків, передбачених законодавством України.

Об’єктом страхування є майнові інтереси, що не суперечать закону, пов’язані з життям, здоров’ям, працездатністю громадян (в особистому страхуванні); з володінням, користуванням і розпорядженням майном (у майновому страхуванні); з відшкодуванням шкоди, завданої страхувальником, особі або майну фізичної чи юридичної особи (страхування відповідальності).

Страховий інтерес є мірою матеріальної зацікавленості у страхуванні. Це елемент, який веде до можливості існування інституту страхування. Страховий інтерес має майновий характер і включає майно, яке є об'єктом страхування, його права або його обов'язки, все, що може завдати матеріальної шкоди страхувальнику або що може призвести до відповідальності страхувальника перед третіми особами. Страховий інтерес може бути монетизований.

Страхова відповідальність – це сукупність прав і обов'язків страховика щодо збереження та захисту майна чи інших інтересів застрахованої особи, передбачених договором страхування. Договір страхування набирає чинності з моменту набрання ним чинності та поширюється на весь період його дії.

Страховий збиток – матеріальна шкода, заподіяна застрахованій особі внаслідок страхового випадку.

Договір страхування може бути розірвано за згодою сторін, а також у разі:

1) термін придатності;

2) повне виконання страховиком своїх зобов'язань перед страхувальником;

3) несплати страхувальником страхових платежів у встановлені договором строки;

4) ліквідації застрахованої особи – юридичної особи, смерті або втрати дієздатності застрахованої особи, крім випадків, передбачених законом;

5) ліквідація страховика в порядку, встановленому законодавством України;

6) ухвалення рішення суду про визнання договору страхування недійсним;

7) інші випадки, передбачені законодавством України.

Страхувальниками є фінансові установи, які створені в формі акціонерних, повних, підпорядкованих товариств або товариств з додатковою відповідальністю відповідно до Закону України «Про господарські товариства», а також отримали належну ліцензію на провадження страхової діяльності. Страховики повинні мати не менше трьох учасників. Страхова діяльність в Україні здійснюється виключно страховиками-резидентами України. В окремих випадках, встановлених законодавством України, страховиками визнаються державні організації, які створені та діють відповідно до Закону України «Про страхування». При цьому використання слів «державний», «національний» або похідних від них у найменуванні страховика допускається лише за умови, що єдиним власником такого страховика є держава. Загальний розмір внеску страховика до статутних фондів інших страховиків України не може перевищувати 30 відсотків його власного статутного фонду; Зокрема, внесок до статутного фонду фізичної особи-страховика не може перевищувати 10 відсотків. Ці вимоги не поширюються на страховика, який здійснює страхову діяльність, крім страхування життя, якщо він вносить внески до статутного фонду страховика, який здійснює страхування життя [59, с. 147–148].

Страховики, які здійснюють страхування життя, можуть надавати кредити застрахованим особам, які уклали договори страхування життя.

Результати аналітичного звіту впливового американського дослідницького центру «Reviews.com» свідчать, що на сьогоднішній день існує 11 найкращих страхових компаній світу, які пропонують туристичне страхування. Визначені агентством страхові компанії надають короткострокові страхові поліси, що ускладнює умови поїздки для тих, хто бажає виїхати за кордон на більш тривалий термін. У зв'язку з цим визначено чотири найкращі страхові компанії, які пропонують довгострокові страхові поліси для виїзду за кордон.

Підприємства, установи та організації не можуть стати страховиками шляхом внесення змін до своїх статутів за умови, що вони раніше займалися іншою діяльністю, навіть за умови дотримання цих положень. Законодавством України можуть бути визначені уповноважені страховики для здійснення окремих видів страхування, якщо здійснення правовідносин передбачає використання коштів державного бюджету та валютних резервів; гарантії Кабінету Міністрів України. Обов'язковою умовою визначення уповноважених страховиків має бути проведення публічного конкурсу з оприлюднення його умов та результатів у засобах масової інформації та участь представників добровільних об'єднань страховиків. В інших випадках будь-які повноваження страховиків щодо здійснення окремих видів страхування з боку держави забороняються [52].

Страховиками є юридичні особи та дієздатні громадяни, які уклали зі страховою компанією договори страхування або є страхувальниками відповідно до законодавства України.

Страховики можуть укладати договори страхування з третіми особами (застрахованими) лише за їх згодою, крім випадків, передбачених чинним законодавством. Застраховані особи можуть набувати прав та обов'язків страхувальника за договором страхування.

Страхувальники мають право, укладаючи договори особистого страхування, призначати за згодою застрахованої особи громадян або юридичних осіб

одержувачів страхових виплат і замінювати їх до настання страхування, якщо інше не встановлено договором страхування [48].

Страхувальники мають право при укладанні договорів страхування, крім договорів особистого страхування, призначати для отримання страхового відшкодування громадян або юридичних осіб, які можуть зазнати збитків унаслідок настання страхового випадку, і замінювати їх до настання страхового відшкодування. страховий випадок, якщо інше не передбачено договором страхування.

Правове регулювання відносин між страховими партнерами.

Відповідно до Закону «Про страхування» страховик зобов’язаний:

– ознайомити страхувальника з умовами страхування;

– вжити заходів у разі отримання інформації про настання страхового випадку протягом двох робочих днів; оформляти всі необхідні документи для своєчасної виплати страхової суми або страхового відшкодування страхувальнику;

– виплатити страхову суму або страхове відшкодування у встановлений договором строк при настанні страхового випадку. За несвоєчасну виплату страхової суми (страхового відшкодування) страховик несе відповідальність шляхом сплати застрахованій особі неустойки (штрафу, пені), її розмір визначається умовами договору страхування;

– відшкодувати витрати, понесені страховиком при настанні страхового випадку, для запобігання або пом'якшення збитків, якщо це передбачено умовами договору;

– за позовом застрахованої особи у разі здійснення страхової діяльності, яка призвела до зниження ризику або збільшення вартості майна, переукласти договір страхування.

– зберігати в таємниці відомості про застраховану особу та її майновий стан, крім випадків, передбачених законодавством України.

Умовами договору страхування можуть бути передбачені й інші зобов’язання страховика [32].

У свою чергу, страхувальник повинен:

– своєчасно здійснювати платежі;

– укласти договір страхування, надати інформацію страховику про всі відомі йому обставини, які мають істотне значення для оцінки страхового ризику, та повідомити страховика про будь-яку подальшу зміну страхового ризику;

– повідомляти страхову компанію про інші чинні для страхувальника договори страхування;

– вживати заходів щодо запобігання та мінімізації збитків, викликаних настанням страхування;

– у разі страхування повідомити страхову компанію відповідно до термінів [19, с. 65].

Умовами договору можуть бути передбачені й інші обов’язки страхувальника.

У разі смерті застрахованого громадянина, який уклав договір страхування майна, права та обов’язки страхувальника переходять до особи, яка отримала майно. У разі смерті страховика, який уклав договір особистого страхування на користь третіх осіб, до них можуть перейти його права та обов’язки, а також особи, на яких відповідно до чинного законодавства покладено обов’язок захищати права та законні інтереси застрахованих. осіб. Якщо протягом строку дії договору страхування страхувальник втрачає права юридичної особи шляхом реорганізації, права та обов’язки, що випливають з договору страхування, за згодою страховика переходять до правонабувача застрахованої особи. Якщо протягом строку дії договору страхування страховик буде визнаний судом недієздатним або обмежено дієздатним, права та обов’язки застрахованої особи переходять до її опікуна. Крім того, договір страхування цивільної відповідальності втрачає чинність з моменту втрати або обмеження дієздатності.

Обов’язки страховика при настанні страхового випадку.

У разі шкоди, щодо якої страховик звертається до страхової компанії за відшкодуванням, страхувальник зобов'язаний:

– негайно, але в будь-якому випадку не пізніше п’яти днів з дня, коли він дізнався або повинен був дізнатися про шкоду, повідомити про це страхову компанію або її представника;

– вжити всіх можливих заходів для запобігання або пом’якшення збитку та збереження застрахованого майна; якщо це можливо, страхувальник повинен звернутися до страхової компанії за інструкціями, яких слід дотримуватися;

– надавати страховій компанії або її представникам огляд або огляд пошкодженого майна, розслідування причин і розміру збитку, брати участь у ліквідації наслідків та рятуванні застрахованого майна;

– на вимогу страхової компанії повідомити її в письмовій формі з усією інформацією, необхідною для висновку про розмір і причини пошкодження або втрати застрахованого майна;

– надати страховій компанії опис пошкодженого, втраченого або втраченого майна. Ці описи повинні бути надані протягом узгодженого зі страховою компанією періоду, але в будь-якому випадку не пізніше одного місяця з дати настання страхового випадку. В описі зазначається вартість пошкоджених речей на день втрати. Витрати на опис несе страхувальник;

– зберегти пошкоджене майно таким, яким воно було після страхового випадку.

Страхувальник має право змінити картину збитку лише в тому випадку, якщо це необхідно з міркувань безпеки, зменшення збитків, за згодою страхової компанії або через два тижні після повідомлення страхової компанії про збитки. [23]

У разі невиконання страхувальником будь-якого із зазначених обов’язків страхова компанія має право відмовити у виплаті страхового відшкодування.

Страхова компанія та її представники мають право брати участь у рятуванні та збереженні застрахованого майна шляхом застосування та зазначення необхідних для цього заходів. Однак ця дія страхової компанії або її представників не може тлумачитися як прийняття ними зобов'язань щодо виплати страхових відшкодувань. Якщо страхувальник перешкоджає цьому, страхове відшкодування зменшується в тій мірі, в якій це збільшило шкоду.

Представник страхової компанії може приступити до огляду пошкодженого майна, не чекаючи повідомлення застрахованої особи про пошкодження. Страховик не має права перешкоджати йому в цьому.

Страхова компанія має право відмовити у виплаті страхових сум (страхового відшкодування), якщо буде встановлено:

– умисні дії страхувальника або особи, щодо якої укладено договір страхування, спрямовані на настання страхового випадку. Це положення не поширюється на дії, пов'язані з виконанням цивільних чи службових обов'язків або захистом власності, життя, здоров'я, честі, гідності чи ділової репутації. Кваліфікація дій страхувальника або особи, на користь якої укладено договір страхування, встановлюється відповідно до чинного в Україні законодавства;

– вчинення національним страховиком або іншою особою, на користь якої укладено договір страхування, умисного правопорушення, що призвело до страхового випадку;

– подання страхувальником завідомо неправдивих відомостей про об'єкт страхування;

– отримання застрахованою особою повного відшкодування збитків за майновим страхуванням від особи, винної у завданні шкоди;

– несвоєчасне повідомлення страхувальником про настання страхового випадку без поважних причин або перешкоджання страховиком встановленню обставин, характеру та розміру збитків та інші випадки, передбачені законодавством України.

Умовами договору страхування можуть бути передбачені інші підстави для відмови у виплаті страхових сум, якщо це не суперечить законодавству України. Рішення про відмову у виплаті страхових сум приймається страховиком і доводиться до відома застрахованої особи в письмовій формі із зазначенням причин відмови. Відмова страховика у виплаті страхових сум може бути оскаржена страховиком до суду. Страховик, який виплатив відшкодування за договором майнового страхування в межах фактичних витрат, має право вимоги, яке має страховик або інша особа, яка одержує відшкодування, до особи, відповідальної за завдану шкоду.

У туристичному бізнесі застосовуються такі види страхування: страхування туриста та його майна; страхування ризиків туристичних фірм; страхування туристів у закордонних поїздках; страхування іноземних туристів; страхування відповідальності; страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів; страхування від нещасних випадків, що покриває медичні витрати.

Страхування буває добровільне та обов'язкове. До обов'язкових видів страхування згідно з чинними в Україні актами належать:

– страхування відповідальності власників транспортних засобів;

– страхування подорожей.

Інші форми туристичного страхування є добровільними. Страхування туриста та його майна включає відповідальність за втрату або пошкодження майна туриста. Дія договору починається, коли застрахований залишає своє постійне місце проживання, і закінчується, коли він повертається. За таким договором може бути застрахований багаж та особисте майно, яке перевозять туристи. Багаж – це зареєстровані та незареєстровані речі туриста. Крім того, застраховані речі на його одязі та тілі, а також придбані під час закордонної поїздки.

Видами страхування відповідальності є: нещасні випадки, пожежі, вибухи, стихійні явища, грабежі, крадіжки та інші умисні та зловмисні дії, військові дії тощо.

Страхування ризиків туристичних фірм включає фінансові ризики, відповідальність за претензіями туристів, їх родичів, третіх осіб. Фінансові ризики включають:

– комерційні ризики (несплата або затримка платежу, неустойка за невизнання контрагентом порушення умов договору внаслідок форс-мажорних обставин)

– банкрутство фірми;

– зміни митного законодавства, валютного регулювання, паспортного контролю та інших митних формальностей;

– обставини непереборної сили;

– політичні ризики і таке інше.

Туристичне страхування для закордонного туризму зазвичай включає:

– надання невідкладної медичної допомоги туристу при раптовому захворюванні або нещасному випадку;

– транспортування до найближчої лікарні, здатної забезпечити якісне лікування під відповідним медичним наглядом;

– евакуація до країни постійного проживання під відповідним медичним наглядом;

– стаціонарне спостереження та інформування сім'ї хворого;

– забезпечення ліками, якщо їх неможливо отримати на місці;

– послуги лікарів-спеціалістів (при необхідності);

– оплата транспортних витрат на транспортування хворого туриста або його тіла (у разі смерті) до країни постійного проживання;

– надання правової допомоги туристу при розслідуванні цивільних та кримінальних справ за кордоном.

Після укладення договору страхування страхова сума вибирається відповідно до країни призначення та класифікується відповідно до потреби в мінімальному покритті.

Страхування цивільної відповідальності доступне туристам, які подорожують на приватних автомобілях, мотоциклах або інших транспортних засобах, які є джерелами підвищеної небезпеки. Цей вид страхування також застосовується, коли застрахована особа несе відповідальність перед третіми особами.

Ця страховка є обов'язковою в більшості країн. Це страхування регулюється відповідними нормативними актами та є обов'язковим в Україні від нещасних випадків. Запроваджено страхування пасажирів авіаційного, залізничного, морського, внутрішнього водного та автомобільного транспорту, а також туристів і відвідувачів на міжміських екскурсіях з боку туристичних організацій на час поїздки (перельоту) [54].

Слід зазначити, що обов'язкове особисте страхування не поширюється на пасажирів: усіх видів міжнародного транспорту; залізничний, морський, внутрішній водний і автомобільний приміський транспорт, морський і внутрішній водний транспорт; автомобільний транспорт на міських маршрутах.

Встановлено, що до набрання чинності цим Законом страховий захист пасажирів (туристів, екскурсоводів), обов'язкове особисте страхування цих осіб здійснюється в порядку та на умовах, визначених цим Законом, договорами, передбаченими для законодавства України: між відповідними транспортно-експедиторськими підприємствами, перевізниками та страховиками. Ліцензії на цей вид обов'язкового страхування видаються страховикам у порядку, встановленому законодавством України.

Страхування від нещасного випадку з туристом за кордоном, як правило, здійснюється в межах узгоджених страхових сум, а відшкодування виплачується:

– інвалід 3 групи – 50% страхового стажу;

– інвалідність 2 групи – 75%;

– смерть – 100% страховки.

Страхування на випадок скасування туристичних поїздок доступне на суму страхування (страхового відшкодування), узгоджену в договорі, яка виплачується повністю або частково, якщо неможливість подорожі викликана наступними причинами:

– раптова хвороба або смерть туриста або його сім'ї чи родичів;

– пошкодження майна туриста внаслідок впливу навколишнього середовища або дій третіх осіб;

– участь туриста в розгляді справи під час передбачуваної подорожі;

– отримання призову на проходження військової служби;

– відсутність в'їзної візи для всіх вимог до документів;

– інші підстави, передбачені договором.

Специфічними видами страхування туристів є: на випадок несвоєчасного виїзду; у разі негоди в місці тимчасового перебування; у разі невилучення; у разі неотримання візи у випадках невинного вилову під час риболовлі, невбивства тварин під час полювання тощо. Конкретні правила (умови) страхування туристів для кожного виду страхування розробляються кожним страховиком самостійно в рамках чинного в Україні законодавства та нормативно-правових актів з питань нагляду за страховою діяльністю. Тому перед укладенням (підписанням) договору зі страховою компанією майбутній турист повинен ознайомитися з цими умовами та неухильно їх дотримуватися при здійсненні туристичної подорожі.

Співпраця з туроператорами та турагентами приносить страховим компаніям значні переваги. Тому деякі з них у рамках розширення контактів пропонують спеціальні знижки для турфірм, здійснюють продаж полісів кількох видів, з широким спектром послуг, у тому числі «мінімальні поліси» з пільговими тарифами.

Небагато українських компаній у співпраці з іноземними партнерами надають юридичний супровід туристам у справах про адміністративні та цивільні правопорушення. Інформаційна підтримка гарантує туристам необхідну

інформацію (про найзручніші маршрути пересування містом чи країною перебування, про розважальні заклади тощо), абсолютно незнайому в Україні.

Страхування від нещасних випадків – недорогий вид страхування (тариф 0,5% страхової суми), що включає страхування на випадок тимчасової або стійкої втрати працездатності або смерті застрахованої особи.

Страхові компанії в Україні пропонують ці програми страхування медичних та інших непередбачених витрат громадян, які виїжджають за кордон.

Поліс «Економ клас» гарантує:

– невідкладна медична допомога та медичні витрати;

– організація та оплата медичного транспортування туриста;

– організація та оплата репатріації тіла у разі смерті застрахованої особи.

Поліс «Бізнес-клас» гарантує всі послуги полісу «Економ-клас», а також оплату невідкладної стоматологічної допомоги.

VIP-поліс забезпечує падіння поліса «Бізнес-клас», а також:

– організація та оплата відвідування родини при госпіталізації;

– організація та оплата дострокового повернення застрахованого в Україну у разі надзвичайної ситуації;

– організація та оплата дострокового повернення в Україну неповнолітніх дітей застрахованих осіб без супроводу батьків; організація та оплата правового захисту застрахованих;

– допомога при втраті документів.

Види страхових випадків.

Подорожуючи в певну місцевість, в будь-якому випадку турист може опинитися в екстремальній ситуації: зміна клімату, хімії води, інші зміни в харчуванні і багато інших змін автоматично небезпечні. Одним із досить ефективних способів запобігання виникненню страхових випадків за участю туристів є активне інформування туристів про можливі небезпеки, надання

туристам, що від'їжджають, детальних інструкцій щодо запобігання можливих небезпек під час подорожі.

Основні страхові випадки, які трапляються з туристами (у відсотках від усіх страхових випадків):

– холодні – 20%;

– нещасні випадки, травми – 17%;

– отруєння – 16%;

– хронічні загострення – 11%;

– отит – 9%;

– стоматологічна допомога – 8%:

– алергія – 5%;

– переломи – 5%;

– тепловий удар – 5%;

– смерть – 1%.

На сьогодні існує дві форми страхування туристів.

1. Компенсаторна.

Він передбачає оплату мандрівником самостійно всіх медичних витрат і відшкодування лише після повернення на батьківщину, що, як правило, незручно, оскільки змушує мандрівника носити для цього значну суму грошей.

1.1. Програма страхування багажу.

Страховий ліміт становить близько 2000 $. Оплачується при пред'явленні документів, що підтверджують втрату або пошкодження багажу під час зберігання або транспортування. Це найпоширеніша форма страхування, оскільки тариф страхування багажу становить близько 50 центів на день.

2. Сервіс (допомога).

2.1. Медична страховка.

2.2. Юридичний та інформаційний супровід – надання юридичної підтримки мандрівникам у разі адміністративних або цивільних правопорушень, а також гарантія необхідної інформації щодо найбільш зручних маршрутів.

2.3. Страхування від нещасних випадків.

2.4. Програма страхування відповідальності за шкоду, заподіяну майну третіх осіб туристом внаслідок «ненавмисних дій».

Коли ви плануєте подорож, ви не дуже думаєте про страховку. Часто ми отримуємо дешевий страховий поліс тільки для поїздок в країни, де це обов'язково – в Шенгенську зону, наприклад.

Країни, для в'їзду в які обов'язкове страхування.

Починаючи з тих випадків, коли покупка страхового полісу є не вашим вибором, а обов'язковою умовою перетину кордону.

Для поїздки в будь-яку країну Шенгенської зони необхідно мати страховий поліс, дійсний на весь період поїздки, на суму не менше 35 000 $ або 30 000 євро.

Нагадаємо, до Шенгену входять: Австрія, Бельгія, Чехія, Данія, Естонія, Фінляндія, Франція, Німеччина, Греція, Угорщина, Ісландія, Франція, Італія, Ліхтенштейн, Литва, Люксембург, Мальта, Нідерланди, Норвегія, Польща, Португалія , Словаччина, Словенія, Іспанія, Швеція, Швейцарія [68].

При в'їзді в Австралію всі туристи старше 75 років застраховані.

Без страхування ви не зможете брати участь у круїзах до Антарктиди, а через суворі умови та відсутність медичних закладів поблизу всім туристам потрібно буде мати страхові поліси з максимальним покриттям, включаючи екстрену евакуацію та репатріацію.

Країни, де відсутність страхування може коштувати дуже дорого. Для в'їзду в США або ОАЕ страховка не потрібна, але її краще мати. Вартість медичних послуг у цих країнах дуже висока. Неправильно вирваний зуб, напад апендициту, харчове отруєння, випадкова травма або будь-яка інша проблема зі здоров'ям, яку

неможливо «терпіти»будинок може коштувати тисячі або навіть десятки тисяч доларів.

Ось кілька прикладів, які допоможуть нам зрозуміти вартість медичних послуг у цих країнах.

В Об’єднаних Арабських Еміратах:

– візит до терапевта коштує 150 $;

– аналіз крові – 50 $;

– операція з анестезією та госпіталізацією – від10 000 $;

– консультація стоматолога та рентген – 100 $;

– пломбування зубів – від 150 $.

В Сполучених Штатах Америки:

– Консультація лікаря загальної практики – 150–300 $;

– санітарний виїзд – 700 $;

– рентген кінцівки – 300–400 $;

– лиття – 200–400 $;

– УЗД черевної порожнини – 1000 $;

– видалення апендикса – 30 000–35 000 $;

– пломбування зуба – 1200 $;

– тижневе стаціонарне лікування – 15 000–40 000 $.

Отже, раптова хвороба або нещасний випадок під час поїздки в Об’єднані Арабські Емірати або США може бути дуже дорогим.

Швейцарія, Німеччина, Франція, Великобританія та Японія також мають високі медичні витрати. Вирушаючи в ці країни, найкраще купувати страховку мінімум на 50 000 $ – так буде простіше вам і вашим близьким.

Сума покриття – це максимальна сума витрат на консультації, лікування, ліки, евакуацію тощо, яку Вам виплатить страхова компанія у разі страхового випадку. Чим вище ця сума, тим дорожчим буде страховий поліс. Якщо вас чекає поїздка в країну з дорогим медичним обслуговуванням, краще доплатити за поліс

на 20–30 $ більше – і знайте, що в разі травми або хвороби вам не доведеться позичати гроші і залазити в борги.

Франшиза є частиною вартості лікування, її не покриває страхова компанія. Наприклад, якщо у вашому полісі є франшиза на 50 $, а закордонна клініка, де ви проходили лікування, стягує 90 $, страховка відшкодує вам лише 40 $, а 50 $ вам доведеться заплатити самостійно. Чим менший розмір франшизи (він може бути нульовим), тим дорожчий поліс страхування.

Термін страхування залежить від частоти та тривалості вашої подорожі. Якщо ви їдете за кордон 1–2 рази на рік, має сенс придбати короткострокову страховку рівно на кількість днів подорожі. Для тих, хто їздить за кордон щомісяця, зручніше і дешевше буде оформити річний поліс.

У перелік страхових випадків входять травми, захворювання, проблеми зі здоров'ям, і страхова компанія компенсує вам вартість лікування. Завжди уважно вивчайте цей пункт в договорі страхування. Якщо ви вирішите купити найдешевший поліс, можливо, він покриватиме лише першу допомогу, невідкладну допомогу та знеболення, а все подальше лікування доведеться оплачувати зі своєї кишені.

Страховими випадками, як правило, не вважаються загострення хронічних захворювань.

Якщо ви плануєте активний відпочинок, страховка також потребує «активу». Це той, що передбачає відшкодування ушкоджень, отриманих під час занять спортом та змагань. Якщо ви отримали травму під час катання на лижах, банджі-джампінгу чи сафарі, звичайний туристичний поліс не покриє ваших витрат.

Спортивне страхування коштує дорожче, розмір премії залежить від виду спорту чи виду діяльності, якою ви плануєте займатися. Наприклад, плавання чи гра в теніс коштуватимуть дешевше, ніж гірські лижі та альпінізм, а страхування

ризиків під час скелелазіння, скелелазіння чи стрибків з парашутом навіть дорожче.

Для спорту та активного відпочинку в горах і у віддалених районах (гірський туризм, гірські лижі, сноуборд, гірські річкові сплави та ін.). Важливим пунктом у страхуванні є покриття вартості евакуації. Тим, хто серйозно займається альпінізмом та іншими видами спорту з високим ризиком для життя, має сенс подбати заздалегідь і компенсувати репатріацію (доставку тіла додому) – як би жахливо це не звучало.

У договорі страхування може бути зазначено, що компенсація за спортивні травми не виплачується у разі порушення безпеки – пам’ятайте про це під час спілкування зі страховою компанією та чітко опишіть обставини, за яких стався нещасний випадок, щоб не дати приводу неправильно їх витлумачити. Майже незмінно страхувальник відмовляє у виплаті, якщо хвороба чи травма сталася в той час, коли турист перебував у стані алкогольного чи наркотичного сп’яніння внаслідок порушення закону чи правил поведінки. Наприклад, п’яний водій, який потрапив у ДТП, організатор бійки в громадському місці або турист, який заліз за паркан і впав з краю скелі, намагаючись зробити ефектне селфі компенсовано.

Розглянемо, що робити при настанні страхового випадку:

В ідеалі спочатку зателефонуйте на лінію довіри. Асистанс – це компанія, з якою укладено договір страхування і яка безпосередньо займається супроводом потерпілого у разі страхового випадку. Номер довідкової служби вказано на страховому полісі, тому носіть його завжди з собою, а не залишайте на дні валізи в готелі. Якщо не хочете носити поліс, сфотографуйте номери або занесіть їх у телефонну книгу.

Звичайно, не завжди є можливість звернутися в допомогу до того, як вас почнуть лікувати – ситуації в житті бувають дуже різні. Зв’яжіться з ними, як тільки ви зможете це зробити. Намагайтеся зберігати якомога більше документів – усі рецепти та медичні висновки, усі лікарняні та аптечні квитанції. Обов’язково

запишіть контактну інформацію медичного закладу, де ви проходили лікування, а також прізвище, ім’я та контакти вашого лікаря. Чим більше документальних підтверджень ви надасте, тим більше шансів отримати страхову виплату вчасно. Вибираючи страхову компанію, краще віддати перевагу великим і відомим компаніям. PZU Україна, Провідна, АСКА, УНІКА, Альфа Страхування – приклади компаній, які довго та стабільно працюють на українському страховому ринку.

Вирушаючи в подорож, можна застрахувати не тільки здоров’я та життя, але й багаж, ймовірність вильоту тощо.

Страхування багажу може бути корисним, якщо ви летите з однією або декількома пересадками і турбуєтеся про безпеку свого багажу.

Страховим випадком буде як втрата ваших сумок чи валіз, так і їх пошкодження під час транспортування.

Метою туристичного страхування є отримання візи для поїздки, і велика ймовірність, що вам не нададуть візу.

Грін-карта – це обов’язкова страховка, у разі поїздки в ряд країн на власному автомобілі (міжнародний аналог українського «обов'язкового страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів»). Він покриває витрати на нещасні випадки, що сталися з вини застрахованого. «Зелена карта» діє на території Європи, Молдови, Азербайджану [43, с. 93].

Отже, можна підсумувати, що інтенсивна діяльність туристів об’єктивно породжує потребу у високому рівні виробництва, праці та менеджменту в туристичній сфері. У цьому сенсі вся туристична діяльність об’єктивно набуває особливого, динамічного стилю. Тому в цій сфері висока роль фахівців – організаторів усіх видів туристичної діяльності. Туристичне страхування – особливий вид страхування, що забезпечує страховий захист майнових інтересів громадян під час їх турів, подорожей, круїзів тощо.

Особисте страхування туристів є ризиковим видом страхування, його найпоширенішою рисою є короткостроковість, а також високий ступінь невизначеності можливих збитків у разі страхування.

Основні страхові випадки, на які надається особисте туристичне страхування: страхування від нещасного випадку, хвороби, смерті або смерті.

Турист, як клієнт страхової організації, зацікавлений отримати допомогу якомога швидше і на належному рівні. Велику роль відіграє співпраця страховика зі страховими або сервісними організаціями за кордоном. Водночас вітчизняні страхові компанії, які продають страхові поліси, наразі використовують системи допомоги. Це означає, що страховик укладає договір з компанією безпосередньо або через посередника, який спеціалізується на організації медичного обслуговування та інших послуг. Спектр послуг дуже різноманітний – до відновлення візи та обміну квитків.

Страхування – це система економічних відносин щодо захисту інтересів фізичних і юридичних осіб шляхом виплати їм страхового відшкодування (страхових виплат) у разі настання певних подій (страхових випадків) за рахунок коштів (страхових фондів), які утворюються зі сплачених внесків. цими особами (премії), до певної суми (страхової суми).

Страхування виконує чотири функції: ризик, запобігання, збереження, контроль.

Ризикова функція страхування полягає у відшкодуванні ризику. У рамках цієї функції відбувається перерозподіл грошової вартості між страховиками щодо наслідків від випадкових страхових подій. Ризикова функція страхування є основною, оскільки страховий ризик, як ймовірність збитку, безпосередньо пов’язаний з основною метою страхування відшкодування міжнародних збитків потерпілим.

Запобіжна функція страхування полягає у фінансуванні зі страхового фонду заходів зі зниження ризику. Ощадна функція страхування сприяє накопиченню

грошей на все життя. Контрольна функція страхування полягає у перевірці цільового призначення та використання коштів страхового фонду.

Страхування буває добровільне та обов'язкове. Обов’язкове страхування включає:

– страхування відповідальності власників транспортних засобів;

– страхування подорожей.

Інші форми туристичного страхування є добровільними. Існує дві форми страхування туристів.

3.2. Значення міжнародних транспортних організацій в туристичній індустрії

Перефразовуючи іншими словами, туризм – це пересування і звідси випливає, що розвиток транспортного обслуговування відіграє важливу роль у розвитку туристичної діяльності.

Транспортне обслуговування в туризмі – це не тільки доставка туриста на місце відпочинку, навчання, але також трансфер «аеропорт-готель-аеропорт», або «залізничний вокзал-готель і назад», екскурсії, доставка туристів до місць занять дайвінгом. Тому, як затримка рейсу на початку подорожі може зіпсувати настрій споживачеві на весь відпочинок, так й невдале повернення може затьмарити всі гарні враження. Це наслідки психологічного влаштування людини: хороше сприймається як належне, а погане гостріше запам’ятовується. Саме тому такий важливий в індустрії туризму сектор продажів: саме тут відбувається підготовка туриста інформаційна та психологічна. Попереджений, докладно поінформований пасажир легше переносить будь-які форс-мажорні обставини та зберігає здоров’я» [54].

Транспорт прямо впливає на соціальну сферу, впливаючи і забезпечуючи подорожі. Час у дорозі є важливим елементом при ухваленні рішення про

відпочинок, при виборі конкретного пункту призначення, особливо у міжнародному туризмі. Туризм визначається як функціонування та взаємодія між видами транспорту, шляхами та терміналами, які підтримують туристичні курорти з погляду пасажиропотоку та вантажопотоку у напрямку та з пунктів призначення, а також надання сполучних видів транспорту в регіоні, що генерує туризм.

Якщо національний транспорт – це перевезення між місцевостями або всередині населених пунктів країни, то міжнародні являють собою перевезення, які перетинають хоча б один державний кордон, пункти відправлення та пункт призначення товарів, що знаходяться в різних країнах, транспорт є першим проявом туристичного споживання і тому його психологічне вплив на туриста спробі створити найкращий образ туристського продукту є вирішальним. Важливість транспорту як найважливішого компонента системи туризму давно обговорюється в літературі. Багато авторів намагалися визначити роль транспорту в туристських потоках та його роль в економіці держав.

Розвиток туристичного транспорту зумовлений наявністю відповідних транспортних засобів: доріг, автомагістралей, залізничних ліній, станцій, автовокзалів, річкових та морських портів, аеропортів тощо. Сьогодні туризм розвинувся багато в чому завдяки модернізації та диверсифікації видів транспорту та транспортних засобів. Прогрес, досягнутий у цій галузі, сприяв включенню у сфері туризму ресурсів на значних відстанях від туристичних центрів чи подолання деяких природних перешкод [22].

Розвиток туризму та транспорту – це дві взаємопов'язані проблеми: туристи потребують транспортних послуг, за які вони платять зі свого бюджету, щоб вони були безпечними, швидкими та комфортними. Вибір конкретного виду транспорту, а також їх використання у різних комбінаціях визначається їх особливостями та мотивами пасажирів. Їм доводиться обирати між чотирма основними видами транспорту, щоб дістатися бажаного пункту призначення: залізничний, водний, автомобільний, повітряний.

Залізничний транспорт забезпечує рух вантажів та людей у просторі та часі за допомогою локомотивів та вагонів, що рухаються за заздалегідь встановленим графіком, за фіксованими маршрутами (залізницями). Щодо туризму, потяги завдяки своїм чудовим транспортним можливостям переконливо відгукнулися на бажання масового туризму. Деякі залізничні лінії навіть увійшли до історії міжнародного туризму, наприклад Париж – Лазурний берег з Блакитним потягом, Транссиб, Східний експрес, деякі швейцарські залізничні маршрути, які спеціалізуються на альпійському туризмі.

В даний час водний транспорт є важливою галуззю, а водний туризм і види діяльності є одними з найпопулярніших. Водний туризм в даний час більше схожий на круїзи, фактично перетворюючись зі способу подорожі на розважальний. Круїз, по суті, є туристським продуктом, що складається з витрат на борту спеціально спроєктованого судна, пропонуючи мандрівникам не тільки звичайну морську подорож, але також деякі спеціальні частування та умови для відпочинку, а також відвідування портів та населених пунктів за межами країни, відповідно з раніше встановленим маршрутом. Два основні ринки світових круїзів: Карибський басейн, на який припадає близько 28% пропозиції світового ринку, та Середземноморський басейн з 15% пропозиції.

Основним видом у світовому туризмі є автомобільний транспорт (77% всіх поїздок), особливо через багато переваг, таких як гнучкість, ціна та незалежність. Часта оренда автомобілів туристами викликала активне угруповання компаній, які орендують автомобілі. Це єдиний спосіб транспортування, який не вимагає переносів, у тому сенсі, що може бути досягнутий весь шлях з одного місця в інше і до того ж вважається найдешевшим видом транспорту [27, с. 36].

Послуги повітряного транспорту є одними з найбільш динамічних видів туристичного транспорту, які використовуються в основному на великі та великі відстані. Більшість туристів вибирають повітряний транспорт, тому що вони

мають деякі переваги: швидкість, комфорт, гнучкість. Сьогодні повітряний транспорт є основним методом міжнародного туризму.

Всі види транспортних послуг мають ряд відмінних рис щодо інших послуг, а саме: вони демонструють високу сприйнятливість до технічного прогресу, інтенсивні в столиці, вимагають міждисциплінарних досліджень.

Дуже великих інвестицій, що відкривають можливості для економії на масштабі, мають вразливість до крайності у міжнародні, економічні та політичні кризи [13].

Отже, можна дійти висновку, що транспортне обслуговування є ключовим елементом у сфері туризму. Попит на міжнародні та навіть національні транспортні інфраструктури спричиняє ефективне та швидке переміщення великої кількості людей. Це насправді зв’язок між домом, місцем призначення, житлом, пам'ятками, які вважаються основними елементами подорожі. Транспорт має велике значення у розвиток як внутрішнього, і міжнародного туризму. Масовий туризм, як відомо на міжнародному рівні, не міг би існувати без недорогого та доступного транспорту.

Туризм повністю залежить від регулярності транспортних потоків, їх швидкості, безпеки, якості сервісних послуг, що надаються туристу під час його пересування. Розуміння основ взаємовідносин з транспортними компаніями, правил взаємодії у питаннях забезпечення безпеки пасажирів та їх майна, обслуговування, використання відповідних знижок та пільг під час продажу має важливе значення як для туристів, так і для організаторів подорожей.

Розвиток туризму стримується тим, що транспортні системи в низці країн не відповідають світовим стандартам щодо зручності, ефективності та безпеки, а транспортні проєкти щодо будівництва нових аеропортів, автомобільних і залізниць вимагають для своєї реалізації величезних інвестицій та часу. У зв’язку з цим, організація туристських потоків з використанням різних засобів транспорту стає актуальним науковим та практичним завданням. Встановлення взаємозв'язку

між різними способами переміщення туристів дозволяє підвищити інформативність туристських маршрутів, і навіть знизити час переміщення туристів між дестинаціями.

Індустрія туризму складна та різноманітна, її головна мета сервісне обслуговування мандрівників (споживачів). Продукт, вироблений у промисловості туризм, турпродукт – це комплекс послуг, які споживаються під час подорожі, розваг, лікування, навчання та інших видів діяльності. Основні складові промисловості туризму і, відповідно, туристичного продукту:

1) транспортне обслуговування;

2) розміщення;

3) допоміжні послуги;

4) продаж.

Успішний розвиток та функціонування індустрії туризму цілком залежить від позитивних, гармонійних внутрішніх взаємовідносин всіх її складових із повного задоволення запитів споживача.

Туризм не зміг би ефективно розвиватися, досягти такого рівня різноманітності та поширення як сьогодні, якби люди не мали можливості переміщатися з однієї точки в іншу досить швидко і комфортно. Елементами транспортної складової у галузі туризму є: авіакомпанії, залізниці, автотранспортні підприємства, пароплавства та підприємства водного транспорту.

Туристам необхідні послуги з надання місця тривалого чи короткого перебування у готелі, кемпінгу та ін. для проживання чи зупинки у дорозі. Індустрія туризму здатна задовольнити будь-які переваги мандрівника: від намету на землі, каюти на трансатлантичному лайнері до комфортабельного люксу в фешенебельному готелі. Елементами цієї складової є готелі, бази відпочинку та туризму, кемпінги, мотелі тощо.

Більшість туристів на відпочинку воліють розважатися, розслаблятися, пригощатися та вести активний спосіб життя. Для цього необхідна інформація про

пам’ятки, розваги та можливі пригоди, які доступні в тих місцях, де вони відпочивають. Для туристів важливими є також готельний сервіс, шопінг, а для ділових людей – доступ до оргтехніки, можливість запросити перекладача або секретаря. Для мандрівників з дітьми, домашніми тваринами, а також для людей, які мають якісь обмеження за станом здоров’я, потрібний спеціальний сервіс та додаткові послуги. Тому допоміжними послугами, крім інформаційних та організаційних, є, наприклад, замовлення певного виду харчування або інвалідного крісла для доставки пасажира на борт, супровід у польоті та аеропорту пересадки дітей без батьків, візова підтримка, екскурсійне обслуговування та ін.

Продаж або реалізація, як складова індустрії туризму, включає:

1) рекламу та просування окремих складових або туристичного продукту в цілому, наближення його до споживача;

2) організацію споживчих та фінансових потоків;

3) підтримку і відповідальність виробників туристського продукту, без якої функціонування інших складових було неможливо.

У секторі продажів за спеціальними технологіями відбуваються інформаційні та організаційні процеси, що з'єднують окремі послуги у комплекс – туристичний продукт. Організація реалізації туристських послуг – найбільш складне і найважливіше завдання в індустрії туризму, що вимагає високого професіоналізму та спеціальних навичок.

За сприятливих обставин, непомітна для споживачів робота фахівців із забезпечення якості комплексу послуг, що надаються, є визначальним процесом в індустрії туризму. Отже, продаж чи реалізація, з одного боку, – найважливіша складова процесу організації та надання тур продукту, з іншого – необхідна умова і алгоритм функціонування індустрії туризму загалом.

Транспортне обслуговування істотно впливає на якість і конкурентну стійкість туристського продукту з наступних причин:

1) транспортне обслуговування – це комплекс взаємопов'язаних послуг, надання яких завжди відбувається в умовах впливу випадкових та непереборних факторів (погодні умови, технічний стан транспортних засобів, зміна політичної ситуації у світі та в конкретній країні, військові дії, страйки, тероризм, відмінність у національних та культурних традиціях та ін.);

2) будь-яка поїздка або подорож починається і закінчується транспортуванням пасажира або туристів та їхнього багажу;

3) якість транспортної послуги цілком і повністю залежить від компетенції та досвіду посадової особи, яка організує її надання з урахуванням багатоваріантності ситуацій і потреб клієнта;

4) транспортне обслуговування є місцем перетину багатьох визначальних подорож процесів: паспортно-візовий, митний, санітарно-епідеміологічний контроль, спеціальні процедури огляду, перевезення багажу та ін;

5) транспорт є місцем підвищеної небезпеки;

6) транспортне обслуговування в туризмі – це не лише доставка туриста до місця відпочинку, навчання тощо, а й трансфер «аеро-порт-готель-аеропорт», або «залізничний вокзал-готель і назад», екскурсії, доставка туристів до місць Тому, як затримка рейсу на початку шляху може зіпсувати настрій споживачеві на весь відпочинок, так і невдале повернення може затьмарити всі гарні враження. Це є наслідком психологічного устрою людини: хороше сприймається як зрозуміле, а погане запам'ятовується гостріше. Саме тому такий важливий в індустрії туризму сектор продажів: тут відбуваються підготовка туриста інформаційна та психологічна. Попереджений, докладно поінформований пасажир легше переносить будь-які форс-мажорні обставини, зберігає здоров’я та добрі стосунки з авіаагентом чи менеджером з туризму.

Отже, складність індустрії туризму полягає в тому, що відповідаючи перед клієнтом за все, менеджер повною мірою не може контролювати багато чого. Ця особливість індустрії туризму найбільше виявляється при наданні транспортних

послуг. Тому кожен професіонал у туризмі має бути компетентним у питаннях надання транспортних послуг: від бронювання перельоту або замовлення трансферу до питань паспортно-візового, митного контролю та забезпечення безпеки.

У промисловості туризму застосовуються такі типи транспорту: повітряний, наземний і водний.

Основними засобами транспорту є:

а) повітряного – літаки, вертольоти, дельтаплани, парашути, параплани, повітряні кулі;

б) наземного – поїзди, автобуси, автомобілі, мотоцикли, велосипеди;

в) водного - морські та річкові судна, катери, яхти, моторні човни, пороми.

Кожен із перелічених видів та засобів транспорту має свої переваги та недоліки, а також характерні особливості. Для порівняння видів транспорту традиційно використовують такі критерії: швидкість, комфортність, безпека та економічність.

Найшвидшим видом транспорту є повітряний. Для далеких відстаней, трансконтинентальних подорожей переваги повітряного транспорту є очевидними.

Найбільш комфортним та видовищним вважається залізничний транспорт. Це пов’язано не тільки з тим, що пересування пасажира не обмежене в межах купе або вагона і при цьому можливе будь-яке переважне для людини положення (сидячи, лежачи та ін.).

Ще на початку розвитку залізничного транспорту проводилися дослідження впливу руху поїзда на стан пасажира.

Доктор К. Грум-Гржимайло після серії досліджень опублікував результати в газеті «Друг здоров’я», в якій було обґрунтовано сприятливий вплив на кровообіг, травлення та нервову систему подорожей залізницею. Таким чином, з початком експлуатації залізниць лікарі з лікувальною та профілактичною метою стали прописувати не тільки морські та річкові прогулянки, а й подорожі потягом.

Подорожі річковим та морським транспортом також видовищні та комфортні. Сучасні судна пропонують надзвичайно широкий спектр сучасних послуг: розміщення підвищеної комфортності, вишукане харчування, безліч розваг та ін. берег, загалом за зручністю, морські та річкові судна поступаються сучасним комфортним поїздам.

За даними багаторічних статистичних досліджень, найнебезпечнішим є автомобільний транспорт. Це пов'язано насамперед із частотою його використання у всьому світі та особливими умовами експлуатації: великою залежністю безпеки від кваліфікації, досвіду та дисципліни всіх учасників дорожнього руху, технічного стану транспортних засобів, дорожнього покриття, метеоумов та ін. При цьому автомобільний транспорт найбільш доступний для всіх бажаючих та найменш підконтрольний.

Далі йдуть повітряний і водний транспорт через складність проведення рятувальних операцій у разі аварії чи катастрофи. Найбільш безпечним за статистикою є залізничний транспорт.

Економічність під час виборів транспорту визначається передусім типом подорожі та її маршрутом. Іноді при відстанях до 1000 км вартість авіаперельоту за ціною не перевищує вартість поїздки залізницею, при цьому виграш у часі може становити кілька годин. Однак з урахуванням процедур проходження формальностей в аеропорту, часу на дорогу в аеропорт і назад виграш у часі може бути мінімальним. На далеких відстанях переваги повітряного транспорту у швидкості очевидні, тому що ніякий комфорт не скрасить багатоденну подорож у замкнутому просторі.

Переваги різних видів транспорту Недоліки різних видів транспорту

Повітряний (авіаційний): 1) швидкість, можливості трансконтинентальних подорожей; 2) призначений для подорожей на далекі відстані. 1) некомфортність (обмежений, розряджений простір шкідливий для здоров'я); 2) необхідність серйозної інформаційної підготовленості пасажира; 3) вартість; 4) наявність

транзитів (пересадок); 5) неможливість вийти з транспорту шляхом; 6) залежність від погоди; 7) при аварії утруднено рятувальні роботи, багато людей гине; 8) віддаленість аеропортів, витрати часу на дорогу та формальні процедури.

Наземний: 1) комфортність (для залізничного транспорту); 2) можливість виходу з транспорту шляхом; 3) для подорожі на коротку відстань; 4) економічність; 5) відносна незалежність від погоди; 6) при аварії гине не весь склад, можливі ефективні рятувальні роботи. 1) аварійність (для автомобільного транспорту).

Водний: 1) надання комфортного розміщення та висококласного сервісу. 1) відносно низька швидкість; 2) найбільша залежність від погоди; 3) висока вартість; 4) сезонність.

Для повної характеристики повітряного транспорту до перерахованих переваг слід зазначити його недоліки: вартість авіаперевезень, що зростає, віддаленість аеропортів, залежність від метеорологічних умов, складність процедур паспортно-митного контролю і спеціального контролю безпеки польотів, наявність транзитів, не комфортність.

Повітряний транспорт, а саме літаки, що найчастіше і традиційно використовуються при переміщеннях на далекі відстані, при доставці в дестинацію. Гелікоптери – демонстраційні польоти над містами, лісами, озерами, джунглями (оглядно-панорамні екскурсії, повітряні сафарі). Використовують для цих цілей іноді повітряні кулі. Для доставки дайверів, гірськолижників поза трасами (фрі-райдерами) до місця занурення, старту, які можуть бути важкодоступними, використовують малу авіацію та гелікоптери. Можливе використання повітряного транспорту для подорожі в літню пору року та на внутрішніх маршрутах, якщо будуть бажаючі саме таким чином подорожувати.

Автомобільний транспорт, поступаючись за комфортністю залізничному, дозволяє зробити зупинку в дорозі, не вимагає спеціальних вокзалів, колій, практично не залежить від метеорологічних умов, дозволяє подорожувати через

кордони і навіть, у комбінації з іншими видами транспорту, здійснювати трансконтинентальні подорожі. Недоліками його є вартість та аварійність. До недоліків водного транспорту належать невисока швидкість, залежність від метеорологічних умов.

Автомобільний транспорт у туризмі використовується для організації автобусних турів, екскурсій, групових та індивідуальних трансферів.

Залізничні поїзди зазвичай використовуються для доставки туристів у дестинацію. Крім того, існують поняття «туристичні потяги» та «залізничні тури».

Таким чином, єдиного критерію для вибору транспортного засобу для туристської подорожі не існує, тому що кожна подорож має свої параметри, а кожен вид транспорту – свої переваги та недоліки. Якщо ми вирушаємо до Австралії, то літак – це єдиний вид транспорту, здатний доставити нас у дестинацію.

3.3. Вплив міжнародних спортивних організацій на розвиток івент-туризму

Більшість розвинених країн активно змагаються одна з одною, у боротьбі за туристів, покращуючи якість організації нині існуючих та вигадуючи нові подієві заходи, тим самим розвиваючи відносно молодий та перспективний напрямок туристичного бізнесу – подійний туризм. Події, або івент-туризм, як бізнес почав свій розвиток за кордоном, але в останні роки міцно увійшов до лексикон професіоналів туризму і в Україні, доповнивши список різновидів внутрішнього та в'їзного туризму.

У сучасних умовах спаду економічного зростання одним із факторів збільшення внутрішніх регіональних продуктів, диверсифікації джерел доходів регіональних бюджетів, створення робочих місць та підвищення якості життя населення має стати івент-туризм.

Комплексний підхід до організації заходів, із кількох блоків, в нашій країні почав впроваджуватися лише останні роки. Заходи подієвого туризму мають велике економічне значення. У період їх проведення активізується діяльність всіх об'єктів туристичної сфери. Споживчий попит значно перевищує пропозицію, тому різко піднімаються ціни на транспортні перевезення туристів і номери в готелях [18].

Оскільки створення та просування нових, всесвітньо визнаних, івентів потребує великих фінансових вкладень, масштабних маркетингових досліджень, продуманого менеджменту, тривалого формування зацікавленості потенційних відвідувачів з допомогою PR-акцій, достатньої кількості фахівців, говорити про суттєве зростання ролі подієвого туризму в найближчій перспективі і в межах усієї держави, на думку автора, немає сенсу. Ми переконані, що набагато ефективніше івенти працюватимуть якраз на регіональному рівні.

Проведення подійних заходів набагато вигідніше для невеликих бюджетів обласного та муніципального значення. Доходи подієвого туризму на регіональному рівні можуть бути набагато вищими, ніж по країні в цілому. Йдеться, безумовно, про привабливі для туристів дестинації, що поєднують безліч чинників: клімат, географічне положення, якість туристичної інфраструктури, історико-культурний потенціал тощо.

Івент (від англ. event – подія) – розважальна або рекламна вистава, що здійснюється на театральній сцені, кіно- або телеекрані, на спортивній або цирковій арені із використанням різноманітних сюжетних ходів, образотворчих прийомів, світлової техніки, комп’ютерної графіки тощо. Процес, під час якого планується, готується та створюється спеціальний захід. Як і будь-яка інша форма організації, вона охоплює оцінку, визначення, збирання даних, локалізацію, управління, контроль та аналіз часу, фінансів, персоналу, послуг та інших ресурсів та об'єктів. Слово «івент» ще не зафіксовано у вітчизняних етимологічних

словниках, оскільки воно з’явилося порівняно недавно. У радянські часи частіше вживалося поняття «культурно-масовий захід».

Подія – найважливіший мотивуючий фактор у туризмі, Івенти помітно впливають на розвиток та маркетингові плани більшості туристських заходів, Роль та вплив заздалегідь спланованих подій у сфері туризму підтверджені документально, особливо великий вплив івенти надають на конкурентоспроможність туристичної дестинації та індустрії туризму два десятиліття тому, що спричинило подальше вражаюче зростання даного сектора, визначити, хто і навіщо подорожує для відвідування різного роду івентів, які туристи відвідують івенти у своїх подорожах, Також слід з’ясувати, чим займаються під час своєї подорожі так звані «івент-туристи», і скільки вони витрачають коштів. У цьому підході з боку попиту слід виділити окремо і внесок івентів у формування позитивного іміджу туристської дестинації. у низький сезон, прискорення відродження міст, збільшення туристської місткості дестинації та розвитку інфраструктури туризму, формування сприятливого іміджу дестинації та внесення вкладу у розвиток території як сприятливого місця для проживання, роботи та інвестування [12].

Як і подієвий туризм, подійний або івент-менеджмент – це професійна галузь, яка швидко зростає, у якій туристи – це споживачі на потенційному ринку запланованих заходів, а індустрія туризму стала зацікавленою особою в їх успіху та привабливості. Але не всі події повинні бути орієнтовані на туризм, позаяк деякі побоювання викликає потенційний негативний вплив, пов’язаний із прийняттям маркетингової орієнтації, Також у івентів є й інші цілі та завдання, включаючи формування суспільства, відродження міст, культурний розвиток, заохочення національних особливостей,

Заплановані події або івенти – це просторово-часовий феномен, кожен з них унікальний внаслідок взаємодії навколишнього оточення, публіки, систем управління, включаючи розробку окремих елементів та програми. Привабливість

івентів полягає в тому, що вони завжди різні, ніколи не повторюються. Вам потрібно побувати там, у певному місці у певний час для того, щоб отримати виняткові враження, Окрім того, існують «віртуальні івенти», що становлять інтерес і цінність для споживачів та індустрії туризму, певною метою і те, що колись було сферою індивідуальної чи громадської ініціативи, стало областю професіоналів і підприємців, І причини тут очевидні: івенти дуже важливі, вони виконують безліч стратегічних цілей і часто дуже ризиковано залишати їх організацію та проведення непрофесіоналам.

Івент-менеджмент – це прикладна галузь вивчення та простір професійної практики, присвячений плануванню, проведенню та управлінню спеціальними заходами, такими, як фестивалі, всілякі святкування, розваги, політичні та державні події, спортивні та пов’язані з мистецтвом івенти, заходи, що відносяться до бізнесу та корпоративних справ (зустрічі, наради, виставки), заходи, що відносяться до приватних (весілля, вечірки, соціальні сімейні заходи).

Бізнес туризм – це вид туризму, здійснюваний представниками підприємств/організацій із діловими (комерційними) цілями, чи організація корпоративних заходів.

Цей вид поєднує корпоративну тревел-індустрію та індустрію зустрічей, включаючи власне ділові поїздки (відрядження) бізнесменів та підприємців, конгресно-виставковий та інсентив-туризм, проведення подієвих заходів [70].

Цікаво, що в англійській мові, яка є міжнародною мовою не тільки бізнесу, а й туризму, термін «tourism» у сфері ділового туризму не застосовується. І тому існує окреме поняття – business travel.

Фахівці замість поняття «бізнес-туризм» часто використовують англійський термін – абревіатуру – MICE, яка точно відображає структуру цього виду туризму: Meetings / Incentives / Conferences / Exibitions – Ділові зустрічі / Інсентив-туризм / Конференції / Виставки.

Діловий туризм дуже багатогранний: індивідуальні ділові поїздки, поїздки з метою навчання, участь у заходах, які проводять фінансові, промислові та торгові корпорації, конференції. Сюди відносяться і інсентив-тури (від англійського слова incentive – стимул) – поїздки, що організовані компаніями із метою мотивації співробітників, зайнятих переважно просуванням і продажем виробленого цією компанією товару. Поїздки, пов'язані з участю у з'їздах, конференціях, семінарах під егідою політичних, економічних, наукових, культурних, релігійних та інших організацій. Частину ділового туризму займають поїздки з метою відвідування торгово-промислових виставок, ярмарків та участі у їх роботі.

До основних цілей здійснення ділових подорожей належить:

– проведення зустрічей та переговорів з партнерами;

– проведення нарад з керівництвом та колегами, представників філій та дочірніх структур;

– інспекція роботи представництв та філій;

– встановлення та налагодження ділових контактів;

– відвідування професійних заходів (виставок, конференцій тощо);

– навчання співробітників;

– звернення до державних структур різних країн з метою отримання сертифікатів, ліцензій, дозволів тощо.

З кожним роком ділові, культурні та наукові зв'язки між регіонами та країнами стають дедалі інтенсивнішими. Діловому туризму належить у цьому значна роль. Розвиток національної економіки та інтеграція їх у світовий ринок теж немислимі без розвитку сфери ділового туризму. Ділова комунікація, обмін технологіями та інформацією, пошук нових ринків, пошук партнерів для інвестицій та спільних проєктів, просування компаній через PR-акції, навчання персоналу та впровадження корпоративної культури – все це діловий туризм, як несподівано це не звучало б. А ще діловий туризм – це один із ресурсів розвитку компаній, через участь у виставках та конгресах, через бізнес-освіту [61].

Бізнес туризм – це одна з найважливіших умов успішного бізнесу і є невід’ємною частиною життя сучасної ділової людини.

Івент-менеджмент – це професійна область, що швидко зростає, в якій туристи – це споживачі на потенційному ринку запланованих заходів, а індустрія туризму стала зацікавленою особою в їхньому успіху та привабливості. Проте не всі події повинні бути орієнтовані на туризм, оскільки деяке побоювання викликає потенційний негативний вплив, пов’язаний із прийняттям маркетингової орієнтації. Також у івентів є й інші цілі та завдання, включаючи формування суспільства, відродження міст, культурний розвиток, заохочення національних особливостей.

Заплановані події чи івенти – це просторово-часовий феномен, кожен із них унікальний внаслідок взаємодії навколишнього оточення, публіки, систем управління, включаючи розробку окремих елементів та програми.

Привабливість івентів у тому, що вони різні, будь-коли повторюються. І вам потрібно побувати там, у певному місці у певний час для того, щоб отримати виняткові враження.

Крім того, існують «віртуальні івенти», які становлять інтерес і цінність для споживачів та індустрії туризму. Комунікації здійснюються у вигляді різноманітних засобів.

Кожен івент створюється з певною метою і те, що колись було сферою індивідуальної чи громадської ініціативи, стало галуззю професіоналів та підприємців. І причини тут очевидні: івенти дуже важливі, вони виконують безліч стратегічних цілей і часто дуже ризиковано залишати їхню організацію та проведення непрофесіоналам.

Івент-менеджмент – це прикладна галузь вивчення та простір професійної практики, присвячений плануванню, проведенню та управлінню спеціальними заходами, такими, як фестивалі, всілякі святкування, розваги, політичні та державні події, спортивні та пов'язані з мистецтвом івенти, заходи, що відносяться

до бізнесу та корпоративних справ (зустрічі, наради, виставки), заходи, що відносяться до приватних (весілля, вечірки, соціальні сімейні заходи).

В останні десятиліття однією з основ у розвитку подієвого туризму стає історична реконструкція, яка привертає до себе увагу тисяч людей у всьому світі [69]. За даними, представленими на англомовному сайті, присвяченому реконструкціям, у світі існує понад 250 груп історичної реконструкції [67]. Історична реконструкція освітня чи розважальна діяльність, у якій люди відтворюють, відповідно до плану, окремі аспекти історичної події чи періоду. Історичну реконструкцію визначають як відтворення матеріальної та духовної культури тієї чи іншої історичної доби та регіону з використанням археологічних, образотворчих та письмових джерел. В даний час в історичному реконструюванні спостерігається два найбільш популярні напрямки: «жива історія» («музеї просто неба») і турніри (бугурти).

Виходячи з того, що івент-менеджмент є прикладною галуззю вивчення та простором професійної практики, присвяченої плануванню, проведенню та управлінню спеціальними заходами (фестивалі, святкування, карнавали, розваги, історичні, політичні, культурні події тощо), подивимося, як зазначені функції реалізуються на практиці, зокрема в рамках історичної реконструкції як однієї з форм організації подієвого туризму та івент-менеджменту в Іспанії.

Іспанія в сучасному міжнародному туризмі займає одне з визначних місць. Це, зокрема, пов’язано з тим, що для закордонних туристів найбільш привабливим є пізнавальний вид туризму, а Іспанія є країною з багатою культурно-історичною спадщиною, зокрема періоду Середньовіччя та Ренесансу. Популярності у туристів Іспанії сприяє низка інших факторів: сприятливий середземноморський клімат; контрастний ландшафт із горами, рівнинами, теплим морем із нескінченними пляжами; щодо недорогий сервіс. Звернення до найяскравіших сторінок історії своєї країни, прагнення

Відтворити найбільш привабливі з її культурних традицій є основою історичної реконструкції в Іспанії.

Найчастіше історичні реконструкції тут є захоплюючу подорож до середньовічної Іспанії, які основним сюжетом є події Реконкісти (VIII – кінець XV ст.) – періоду багатовікової боротьби між християнськими державами Піренейського півострова і маврами. Якщо у вітчизняній історичній науці основні події Реконкісти знайшли досить мізерне висвітлення, у зарубіжній історіографії їм присвячено величезну кількість досліджень [5, 6, 7, 8, 9]. Найбільш повно, яскраво і професійно історична реконструкція подій даної епохи представлена в популярному театралізованому шоу в Кастільо конде де Альфас (Castillo konde de Alfaz) біля міста Бенідорм, куди стікається величезна кількість туристів з усієї Іспанії та інших країн. Тут при історичній реконструкції створено історичний комплекс, що включає архітектурні споруди, костюми, обладунки, зброю і побутове приладдя, що мають відношення до даного історичного періоду і регіону. Вочевидь, що у цій галузі сформувалася ціла індустрія, яку обслуговують архітектори, історики, костюмери, кравці, зброярі та інших.

Для залучення туристів організаторами були ретельно продумані всі її сторони та деталі туристичної дестинації. Вже сам зовнішній вигляд Кастільйо конде де Альфас (реконструкція середньовічного замку), розташованого поблизу жвавої автотраси, що пов’язує всі великі міста південно-східного узбережжя Іспанії, привертає увагу туристів. При під'їзді до Бенідорму погляду відкривається величний вигляд середньовічних стін та веж, а рекламні банери закликають поринути у яскраве та неповторне минуле Іспанії.

Організатори шоу, центральною ланкою якого є лицарський турнір, основну увагу приділили єдності форми та змісту заходу. Біля воріт замку туристів, що входять або в'їжджають, зустрічають стражники в середньовічному одязі. Вони перевіряють квитки та пояснюють, куди далі слід рухатися. У приміщеннях замку також відтворено інтер’єр середньовічної епохи муляжі лицарів у обладунках,

середньовічну зброю, лампади. Суть турнірів це вивчення та застосування на практиці військового мистецтва певної епохи, в даному випадку – епохи Реконкісти. Турніри поділяються на постановочні (для глядачів або просто естетики) і спортивні, на яких учасники об'єктивно оцінюють свої сили та вміння. Особливо популярним є ще один напрямок, що розглядається як турніри – бугурти – бої між двома групами учасників реконструкції чи рольової гри, що проводиться у рамках бойової (спортивної) складової таких заходів. Для здійснення реконструкції лицарського турніру пишеться сценарій, учасники проходять спеціальну підготовку, відповідно до епохи оформляється інтер'єр.

Центральним місцем замку та вистав є величезний зал, що вміщає до двох тисяч осіб, і ристалище – арена для лицарських боїв (приблизно 60 м завдовжки та 30 м завширшки). Тут усе облаштовано так, щоб глядача не залишав ефект присутності на середньовічному лицарському турнірі: трон на височини і король і королева, що сидять на ньому; герольди, зброєносці, трубачі, самі лицарі та їхні коні, одягнені в строго відповідні епосі та події одягу. Відповідно до військових подій епохи Реконкісти лицарі поділені на два табори – маврів та християн. Глядачі також беруть опосередковану участь у шоу. Вони поділені на два табори вболівальників - прихильників маврів чи християн, і розсаджені з різних боків арени. Реконструкція лицарських боїв також відрізняється великою історичною достовірністю завдяки ретельній професійній підготовці виконавців (блискуча джигітівка, граціозні скакуни, що чимдуж мчать, войовничі крики, дзвін мечів і тріск ламаються копій.). Глядачі розсаджують також відповідно до середньовічної традиції. На перших рядах – «знатніші», далі – володарі дешевших квитків (від 35 до 40 євро). Не менш цікавими та приємними для туристів, ніж власне лицарські змагання, є театралізовані змагання в дотепності та дотепності між представниками маврів і християн у дусі іспанського шахрайського роману XVI – XVII ст., а також атмосфера середньовічного бенкету, коли глядачам по глядачам по пивом та соками. Переважна частина відвідувачів шоу іспанців. Очевидно, з

цієї причини уявлення супроводжується промовою лише іспанською мовою, без перекладу.

Як і в будь-якому заході, пов'язаному з туризмом та туристами, організатори середньовічного шоу в Кастільйо конде де Альфас велику увагу приділяють додатковим комерційним можливостям, окрім продажу квитків, це продаж сувенірів та листівок, фотографування з лицарями. Для бажаючих додатково організовано відвідування замкових підземель з різними звуковими страшилками та ілюмінацією.

Творці турпродукту, дбаючи про його популярність та просування, налагодили зворотний зв'язок із відвідувачами. Наприклад, на своєму сайті в інтернеті, окрім реклами, постійно публікуються відгуки тих, хто відвідав шоу. Їхні думки, зауваження та побажання враховуються для подальшого вдосконалення турпродукту. Оскільки справжнє шоу, як і багато інших в Іспанії, проводиться в пізній час (зазвичай з 22 години вечора), приїжджим туристам пропонуються місця в численних готелях Бенідорма, що рекламуються як на сайті Кастільо конде де Альфас, так і на рекламних щитах, розташованих при в'їзді в місто. Організовані туристичні групи привозять та відвозять на спеціальних автобусах, паркування яких облаштовано прямо на території комплексу.

Історичну реконструкцію дещо іншого характеру автор статті спостерігав у невеликому старовинному містечку Віллахойоса (Villajoyosa). Віллахойоса (Місто радості на Білому березі) – адміністративний центр району Марина Байха, є одночасно курортною зоною та історичною скарбницею. Тут розташована одна з головних визначних пам'яток міста – похоронна вежа Геркулеса, датована IV ст. [11, 12]. Як і багато інших населених пунктів на узбережжі Коста Бланка, місто має багату історію. Селище Віллахойоса страждало від набігів піратів і навал завойовників. Легенда свідчить, що 29 липня 1538 р. до міста підійшли 36 кораблів марокканських загарбників. Завдяки заступництву святої Марти мешканцям вдалося відстояти своє рідне місто від піратського гніту. З того часу

свята Марта вважається покровителькою Віллахойоси. Щороку цими днями у місті проходить фієста «Маври та Християни» (Moros y Cristianos). Святкування супроводжується костюмованими ходами та театралізованими видовищами, що представляють висадку маврів на берег, бій і взяття фортеці. Відтворення історичних подій супроводжується пробою напою nardo (коктейль з кави та абсенту) та гуляннями до світанку. Доїхати до Віллахойоси дуже просто: з Бенідорма та Аліканте туди ходить місцевий трамвайчик–дизель–поїзд. Їхати від Бенідорма 7–10 хвилин, від Аліканте – близько 30 хвилин.

Фієста «Маври і Християни» за традицією проходить 28–29 липня і зазвичай складається з двох частин – першого дня висадка піратів на приміський пляж і відбиття їх нападу захисниками міста, а другий – театралізована хода одягнених у середньовічні вбрання учасників, що супроводжується музикою та танці. Іноді ці два елементи історичної реконструкції об’єднують та проводять в один день. Про майбутнє шоу протягом декількох днів повідомляють гучномовці з яскраво розфарбованих автомобілів, що роз'їжджають містом, і спеціально розклеєні в місті оголошення. Однак реклама орієнтується в основному на гостей міста та туристів, оскільки місцеві жителі, які щорічно беруть участь у цьому традиційному заході, пам’ятають про нього та заздалегідь готуються. Як іспанські, так й іноземні гості, які приїжджають на фієсту, мають змогу зупинитися в одному з десятків готелів міста.

Час і місце вистави вказуються вельми приблизно (що властиво неквапливим іспанцям) – реконструкція боротьби з піратами – в районі міського пляжу, між 9 і 10 годинами ранку, театралізована хода після 22 години в центрі міста. До зазначеного часу все узбережжя містечка, його центральні вулиці та вулички заповнюються глядачами віком від 3 до 70 (і старших) років. На подібні заходи (релігійні свята або естрадні концерти, організовані місцевим муніципалітетом та ентузіастами) люди приходять цілими сім'ями, запасаючись різними закусками, водою або пивом.

Про початок вистави на березі (висадка мавританських «піратів») сповіщають гарматні постріли. Під загальний шум і войовничі крики відтворюється висадка з баркасів маврів, що підійшли до берега, і відображення нападників місцевими жителями. Обидві сторони одягнені у відповідний час обладунки та одяг. Примітно, що у відображенні нападу беруть участь не лише заздалегідь підготовлені учасники історичної реконструкції, а й усі охочі з-поміж глядачів, включаючи туристів.

Після закінчення бою багато хто з глядачів за невелику плату отримують можливість здійснити невелику подорож морем на барках, відібраних у «піратів». Доходи від цього, хоч і невеликою мірою, поповнюють витрати на організацію шоу. Друга частина, вечірня вистава, нерідко починається із запізненням на годину-півтори, що також характерно для іспанців. При цьому очікування для місцевих жителів не стає обтяжливим, на відміну від туристів, які постійно поглядають на годинник. Одні жваво спілкувалися, походжаючи тротуарами, інші – розсівшись прямо на узбіччі (помічено, що для жвавішої поведінки та розмови іспанцю достатньо однієї келихи) вина чи пива). Про початок фієсти сповіщають трубачі. Хода розтягується більш ніж на кілометр. По вулицях, забитих глядачами, невеликими групами під музику духових оркестрів повільно проходять, чергуючись між собою, маври та християни. Вражає яскравість та різноманітність нарядів: тут і представника феодальної еліти, і воїни, і простолюдини. Попереду колон несуть прапори, герби та відмітні знаки. Особливий колорит створюють жінки-танцівниці, які зображають оточення знатних арабів. Багато глядачів, особливо іноземні туристи, фотографують та знімають на відеокамери.

ВИСНОВКИ

1. На сьогодні немає єдиного і чіткого розуміння, що ж таке «міжнародний туризм», відсутнє його визначення, а класифікації здійснюються за різними критеріями і принципами. Водночас аналіз емпіричних даних засвідчує, що кількість видів міжнародного туризму сьогодні зростає, відповідно, його класифікації розширюються. Міжнародний туризм стрімко розвивається, його економічна, політична, соціальна вагомість у житті сучасного суспільства визнані урядами багатьох країн. Зростаючий туристичний потік є важливою і невід'ємною частиною розвитку міжнародного співробітництва, потребу якого відчуває кожна країна. Можливо незабаром індустрія міжнародного туризму випередить за значимістю традиційні галузі, адже вона є вкрай економічно вигідною й забезпечує міжкультурний обмін.

Поява нових видів туризму спонукає створення різних організацій, що прагнуть зробити свій внесок у розвиток та покращення міжнародного туризму. Їх класифікація настільки ж розлога, як і класифікація видів міжнародного туризму. Трактування їх цілей різне, різні і масштаби діяльності, однак вони прагнуть до одного й того ж. На основі виконаної роботи організації спеціалізованого характеру, всесвітні та відомі організації, такі як ЮНВТО, створюють комфортні умови для вдосконалення політики у сфері туризму, стандартизації послуг, що надаються туристам, покращення безпеки туристів і компаній, що працюють у цій сфері. Міжнародні туристичні організації також проводять різні наукові дослідження, збирають статистичні дані для різних цілей. Деякі організації займаються підготовкою професійних кадрів, вивчають вплив міжнародного туризму на економіку, екологію, споживача.

Наша країна має великі перспективи на міжнародному арені туризму. Поки ми не є учасниками багатьох організацій, однак багаторічна практика показує, що співпраця в системі міжнародних організацій є найбільш продуктивною для

розвитку зовнішньоекономічних зв’язків, що їх потребує будь-яка країна. Варто припустити, що взаємодія з міжнародними туристичними організаціями позитивно позначиться на розвитку туристичної індустрії та індустрії гостинності, а також на економіці нашої країни. Міжнародний туризм в Україні має всі підстави для активного розвитку. Перспективним напрямом діяльності є з’ясування недоліків функціонування галузі та їхнє усунення, а також окреслення і розвиток нових перспективних галузей туристичної індустрії. Доцільно за допомогою наявних існуючих моделей регулювати туристичну сферу, а маркетингова діяльність повинна вибудовуватися таким чином, щоб вона здійснювала вплив на туристичні представництва.

2. З’ясовано, що на розвиток туристичної індустрії безпосередньо впливає міжнародне регулювання, а саме комплекс заходів, спрямованих на підтримку сталого розвитку туризму, ефективне управління окремими секторами туристичної діяльності і досягнення загальних цілей.

3. Завдяки процесу глобалізації сучасний туризм відкриває значні особливості масового туристичного продукту заразом із його стандартизацією, серійним виробництвом, спеціалізацією та різноманітністю пропозицій, а також з сучасною технологією продажів і реклами. Тому на зростаючому світовому ринку туристичних послуг відбувається швидка диверсифікація послуг. Внаслідок цього міжнародний туризм набуває зростаючого значення та стає предметом уваги з боку провідних міжнародних організацій. В умовах глобалізації процеси, що відбуваються на туристичному ринку, можна охарактеризувати такими рисами:

– зміна та уніфікація туристичних технологій, що спрямовані на підвищення якості обслуговування;

– модернізація наявної та побудова нової транспортної інфраструктури;

– інтернаціоналізація ділової активності в аспекті соціокультурних глобалізаційних процесів;

– впровадження механізмів управління та регулювання міжнародного туризму шляхом створення регіональних і міжнародних організацій в галузі туризму.

4. Продемонстровано, що найбільш авторитетною та активно функціонуючою організацією в регулюванні туризму є Всесвітня туристська організація (ВТО), яку вважають міжурядовим універсальним органом зі співпраці країн в сфері туризму. Головна діяльність ВТО відносно розвитку діяльності операторів туристичних послуг зосереджена на таких напрямах:

– посилення співпраці між країнами із метою розвитку туризму. З цією метою ВТО розробляє рекомендації і надає допомогу для урядів країн із багатьох питань що стосуються туризму, а також із маркетингу та просування туристського продукту;

– організація та впровадження професійної підготовки туроператорів у сфері туризму, створення базових навчальних структур, наприклад, короткострокових і дистанційних курсів, а також мережі центрів ВТО з професійної підготовки;

– сприяння забезпеченню сталого розвитку туризму і розв’язання проблем навколишнього середовища. Задля досягнення цієї мети ВТО бере участь у міжнародних форумах, присвячених охороні довкілля планети;

– підвищення якості туристичного обслуговування. Організація присвячує свою увагу питанням охорони здоров’я та безпеки туристів, усуненню бар’єрів на шляху розвитку туризму, лібералізації туристичного бізнесу, розробки і впровадженню нових видів діяльності туроператорів;

– різнобічне дослідження ринку і створення туристської статистики. ВТО є основним центром із зосередження, аналізу та розповсюдження даних щодо сфери туризму.

5. Процес глобалізації у сфері міжнародного туризму найяскравіше простежується на прикладі сектору розміщення туристів, в якому транснаціональні корпорації (ТНК) набувають форми готельних мереж, або ж

ланцюжків. ТНК переходять від конкурентної боротьби до політики співпраці, а також до стратегії на реалізацію спільних проєктів. Вказана тенденція виявляється в створенні глобальних союзів корпорацій. Основна ціль таких коаліцій – це об'єднання фінансових, науково-технічних і людських ресурсів різних фірм задля досягнення переваг в конкурентній боротьбі або ж для реалізації спільних програм та проєктів шляхом співпраці. Не підтверджується теза щодо повного припинення конкурентної боротьби між виробниками або продавцями туристичного продукту. Глобальні союзи укладаються між ТНК для зміцнення власної фінансової незалежності і конкурентоспроможності. Діяльність таких союзів спрямована на протистояння небезпечним суперникам із високорозвинених і нових індустріальних країн.

6. Щодо впливу транспортних організацій на галузь туризму слід зауважити, що в регіональному розрізі туризм еволюціонує в кількох площинах: просторовій або територіальній, соціально-економічній, психологічній. Зокрема просторовий розвиток унаочнює цикли еволюції туристичних територій, а саме розвиток туристичних територій в просторі і часі: від початкової стадії, що включає пробну експлуатацію і поступове залучення ресурсного потенціалу, й починається з моменту відкриття певної території для масового туристичного використання до стадії консолідації або зміцнення, що настає з часу активного розвитку масового туризму й інтенсивного використання ресурсного потенціалу. Кореляція цих стадій тісно взаємопов'язана із розвитком транспортної сфери та повноцінним функціонуванням міжнародних транспортних організацій.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Азарян О. М. Ринок туристичних послуг : моніторинг і розвиток комплексу маркетингу : Монографія. Донецьк: Вид-во ДонМУ, 2012. 241 с.
2. Александрова А. Ю. Міжнародний туризм. Київ : Інновація, 2010. 464 с.
3. Аналіз чинників розвитку туризму в регіоні [Електронний ресурс]. URL: http: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum (дата звернення: 25.12.2023 р.).
4. Атаманчук З. А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. *Бізнес Інформ*. 2020. № 4. С. 21–27.
5. Атаманчук З. А. Розвиток міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19: тенденції та очікування. *Бізнес Інформ*. 2020. №5. С. 94–99.
6. Бейдик О. О. Географія туризму. Тлумачний словник термінів з рекреаційної географії (географії туризму).Київ : Мін-во освіти України, Київ. нац. у-т. 49 с.
7. Бондаренко Л. А. Міжнародний туризм в Україні: проблеми та перспективи подальшого розвитку [Електронний ресурс]. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5289. (дата звернення: 25.12.2023 р.).
8. Бондаренко М. П. Дослідження туристичного ринку Європи та його конкурентоспроможність на міжнародному ринку. *Економічний форум*. № 3. 2012. С. 95–109.
9. Бондаренко М. П. Проблеми розвитку туристичних ринків. *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. №7. С. 87–91.
10. Бурнашов І. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. *Диференційне забезпечення керівництва*. 2005. №12/7. С. 1–35.
11. Васильчак С. В. Формування конкурентоспроможності туристичних підприємств у контексті забезпечення економічної безпеки. *Економічний вісник Донбасу*. 2014. № 3. С. 61–64.

12. Віртуальна реальність у музеї. Коли оживають динозаври [Електронний ресурс]. URL: https://www.goethe.de/ins/ua/uk/kul/dos/vr/20949031.html

13. Вольська А. О., Годнюк І. В. Наслідки пандемії COVID-19 для туристичної галузі України. [Електронний ресурс]. URL: https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/365.pdf. (дата звернення: 25.12.2023 р.).

14. Воронкова Т. Є. Міжнародний туризм і його вплив на соціальноекономічний розвиток України. *«Ефективна економіка».* 2020. №11. С. 82–87.

15. Воротнюк Ю. С. Інноваційні технології маркетингу у сфері туристичних послуг. [Електронний ресурс]. URL: http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/32079/1/78-82.pdf (дата звернення: 25.12.2023 р.).

16. Воскресенський В.Ю. Міжнародний туризм. Інноваційні стратегії розвитку. Київ : ЮНІТІ, 2007. 159 с.

17. Гайда Ю. Аналіз ринку готельно-туристичних послуг з позиції сезонних коливань попиту. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2015. Вип. 20. С. 9–16.

18. Галасюк С. С. Оцінка конкурентоспроможності підприємств готельного господарства Одеської області. *Вісник Житомирського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2014. № 2. С. 43–54.

19. Герасименко В. Г. Теорія туризму як складова туризмології. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2011. №2 (42). С.173–180.

20. Герасименко В. Г., Михайлюк О. Л. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції : Монографія. 2019. 344 с.

21. Губанова О. Р., Шуптар-Пориваєва Н. Й., Андрущенко О. С. стимулювання туристичної діяльності в умовах коронавірусної кризи [Електронний ресурс]. URL:

http://tnveconom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/126/123. (дата звернення: 25.12.2023 р.).

22. Гук Н. А. Вплив туризму на соціально-економічний розвиток держави. *Актуальні проблеми моделювання та управління соціально-економічними системами в умовах глобалізації : матеріали Міжнар. наук.- практ. конф.* Дрогобич : ДДПУ ім. І. Франка, 2018. С. 143–147.

23. Гуменюк В. В. Сучасні тенденції міжнародного туризму та їх вплив на розвиток курортно-рекреаційної сфери. *Матеріали ІІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму»: Збірник тез доповідей (І частина)*. Миколаїв : ВП «МФ КНУКІМ», 2015. 217 с.

24. Гур'єва І. М. Розвиток туризму в Україні: проблеми й перспективи. Фінансовий контроль. 2011. №1. С. 17–22.

25. Гусаковська Т. О. Розвиток ринку туристичних послуг в Україні. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2011. № 5 (50). С. 18–29.

26. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні : монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с.

27. Джанджугазова Є. А. Маркетинг у промисловості гостинності. Київ : Академія, 2008. 224 с.

28. Джинджоян В. В. Сучасні інноваційні технології в менеджменті туризму та гостинності. [Електронний ресурс]. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/7.pdf (дата звернення: 25.12.2023 р.).

29. Довгаль Г. В. Еволюція транснаціоналізації світового туристичного бізнесу. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2014. № 1144. С. 162–165.

30. Економіка та організація туризму : міжнародний туризм. За ред. Ю. В. Забаєва, І. А. Рябовий, Є. Л. Драчовий. Київ : Інновація, 2020. 568 с.

31. Єрмаченко В. Є. Проблеми та перспективи розвитку ринку туристичних послуг. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. №4. С. 62–64.

32. Забуранна Л. В., Сіренко К. В. Маркетингові комунікації туристичних підприємств : сучасна теорія і практика : Монографія. Київ : Видавництво Ліра-К, 2014. 152 с.

33. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» щодо розширення кола суб'єктів надання готельних послуг» від 29.04.2021 №1441-IX (із змінами та доповненнями). *Відомості Верховної Ради України*. 2021. № 31. ст. 248.

34. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 №324/95-ВР (із змінами та доповненнями). *Відомості Верховної Ради України*. 1995. № 31. ст. 24.

35. Закон України «Про туристичний збір» від 29.04.2011 №12291/7/15-0717 (із змінами та доповненнями). *Відомості Верховної Ради України*. 2011. № 9. ст. 4.

36. Калачова І. В. Інтегрована система статистики туризму: структура та напрями використання. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 16. С. 955–961.

37. Кифяк В. Ф. Організація туризму в Україні : Навчальний посібник. Чернівці : Книги-XXI, 2011. 344 с.

38. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : Навчальний посібник. 2003. 219 с.

39. Коронавірус завдасть світовому туризму $2,1 трлн збитків – дослідження. Бізнес : вебсайт. URL: https://business.ua/news/9513-koronaviruszavdastsvitovomu-turizmu-2-1-trln-zbitkiv-doslidzhennya. (дата звернення: 25.12.2023 р.).

40. Красовський С. О. Дослідження міжнародного туризму в дисертаційних роботах українських науковців. Українська культура : минуле, сучасне, шляхи розвитку. *Культурологія*. 2017. Вип. 25. С. 208–213.

41. Кусков А. С., Джаладян Ю. А. Основи туризму. Київ : Інновація, 2021. 392 с.

42. Мальська М. П. Географічна, соціальна, економічна характеристика послуг. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. Львів : Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, 2013. № 42. С. 243–249.

43. Мальська М., Паньків Н., Ховалко А. Історія розвитку туризму : Навчальний посібник. 2016. 233 с.

44. Михайліченко Г. І. Інноваційне зростання інтегрованих туристичних підприємств. *Бізнес-інформ*. 2018. № 4. С. 247–253.

45. Михайліченко Г. І. Світосистемні закономірності консолідації туристичного бізнесу в умовах інноваційного розвитку. *Інноваційна економіка*. 2018. № 3 (41). С. 24–32.

46. Побоченко Л. М. Світовий ринок авіаційних перевезень та вплив на нього COVID-19. *Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право).* 2020. №1. С. 77–83.

47. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : Навчальний посібник. 2007. 344 с.

48. Редько К. Ю., Фурс О. С. Основні тенденції розвитку туризму в Україні. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2020. №3. С. 7–13.

49. Романова А. П’ять порад, як рятувати український туризм під час пандемії. URL: https://nv.ua/ ukr/opinion/koronavirus-i-turizm-yak-ukrajinivryatuvatiindustriyu-ostanni-novini-50075544.html. (дата звернення: 25.12.2023 р.).

50. Солонін Є. Внутрішній туризм в Україні на підйомі. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishniyturyzm-v-ukrainicovid19/30726545.html. (дата звернення: 25.12.2023 р.).

51. Статистичний додаток. *Барометр міжнародного туризму ЮНВТО*. 2012, січень. Т.10. URL: https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2012_01.pdf. 6. (дата звернення: 25.12.2023 р.).

52. Стеченко Д. М. Наукові аспекти економічної діагностики природно-рекреаційного потенціалу регіону. *Вісник НАН*. 2010. № 1. С. 136–139.

53. Теребух А. А., Макар О. П., Ільницька Г. Я. Проблеми розвитку міжнародного туризму в Україні. *Молодий вчений*. 2015. №11. С.126–129.

54. Тонкошкур М. В. Міжнародний туризм : Навчальний посібник. 2013. 348 с.

55. Хамініч С. Ю. Ефективність методів управління маркетингом у сфері туризму. *Вісник ОДУВС*. 2007. № 1. С. 210–218.

56. Цьохла С. Ю Активізація та розвиток інвестиційної діяльності в сфері курортно-рекреаційного господарства. *Інвестиції. Практика та досвід*. 2008. № 22. С. 6–10.

57. Чаркіна Т. Ю., Зайцева В. М., Пікуліна О. В., Реукова А. О. Сучасні тренди розвитку та нові напрями туристичної індустрії. *Агросвіт*. 2022. № 3. С. 12–17.

58. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії : Навчальний посібник. За ред. проф. І. М. Школи. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2013. 662 с.

59. Alternative Development Models and Good Practices for Sustainable Coastal Tourism: A Framework for Decision Makers in 228 Mexico. URL: https://www.responsibletravel.org/docs/ Alternative%20Coastal%20Tourism%20in%20Mexico.pdf. (дата звернення: 25.12.2023 р.).

60. Alvarez-Sousa A. The welfare state and tourism for all. Reasons why people do not travel. Cuadernos de Turismo. 2018. Vol. 41. P. 639–642.

61. COVID-19 Travel Industry Research. U.S. Travel Association, U.S. Travel Association. URL: https://www.ustravel.org/toolkit/covid-19-travelindustryresearch (дата звернення: 25.12.2023 р.).

62. COVID-19: Resources for Airlines & Air Transport Professionals. IATA. URL: https://www.iata.org/en/ programs/covid-19-resources-guidelines/ (дата звернення: 25.12.2023 р.).

63. Doing Business 2018: Reforming to Create Jobs. URL: https:// openknowledge.worldbank.org/handle/10986/28608 (дата звернення: 25.12.2023 р.).

64. Doing Business 2020. URL: https://www.doingbusiness.org (дата звернення: 25.12.2023 р.).

65. Ecological Footprint. URL: https://www.footprintnetwork. org/our-work/ecological-footprint/ (дата звернення: 25.12.2023 р.).

66. Environmental Performance Index 2020. Global metrics for the environment: Ranking country performance on sustainability issues. / Wendling Z. A., Emerson J. W., de Sherbinin A., Esty D. C., et al. New Haven, CT: Yale Center for Environmental Law & Policy URL: https://epi.yale.edu/downloads/ epi2020report20210112.pdf (дата звернення: 25.12.2023 р.).

67. EUROSTAT. URL: https://ec.europa.eu/eurostat (дата звернення: 25.12.2023 р.).

68. Forecasted change in revenue from the travel and tourism industry due to the coronavirus (COVID-19) pandemic worldwide from 2019 to 2020 // Statista. URL: https://www.statista.com/forecasts/1103426/covid-19-revenue-traveltourism-industry-forecast (дата звернення: 25.12.2023 р.).

69. Kallis G., Demaria F., D'Alisa G. Introduction to "Degrowth: A Vocabulary for a New Era". Routledge, 2015. 248 p. P. 1–17. 14. Environmental Performance Index (EPI). URL: https://epi. yale.edu (дата звернення: 25.12.2023 р.).

70. Kaspar C. Die Tourismuslehre im Grundriss. Bern, Stuttgart, Wien: Haupt, 1996. 194 p.

71. Li-Xin P. A. N. The application of virtual reality technology to digital tourism systems. International Journal of Simulation – Systems, Science & Technology. 2016. Vol. 17. No. 18. P. 21–25. DOI: https://doi.org/10.5013/IJSSST.a.17.18.02 (дата звернення: 25.12.2023 р.).

72. Raw Material Initiative. / European Commission. Brussels, 4.11.2008. URL: https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0699:FIN:en:PDF (дата звернення: 25.12.2023 р.).

73. «Safe Travels»: Global Protocols & Stamp for the New Normal. WTTC : вебсайт. URL: https://wttc.org/ COVID-19/Safe-Travels-Global-ProtocolsStamp. (дата звернення: 25.12.2023 р.).

74. The European Innovation Partnership on Raw Materials / European Commission. URL: https://ec.europa.eu/growth/sectors/raw-materials/eip_en (дата звернення: 25.12.2023 р.).

75. The Impact of COVID-19 on the United States Travel Economy. Analysis. April 15, 2020. URL: https://www.ustravel.org/sites/default/files/media_ root/ document/Coronavirus2020_Impacts_April15.pdf (дата звернення: 25.12.2023 р.).

76. Tourism and Economic Development Issues. URL: https://www.researchgate.net/publication/269113395_Tourism_and_Economic_De velopm ent_Issues. (дата звернення: 25.12.2023 р.).

77. Travel and Tourism Economic Impact 2018. URL: http://www.wttc.org. (дата звернення: 25.12.2023 р.).

78. UNCTAD statistics : website. URL: http://www.unctad.org 82. UNWTO Tourism Highlights (2019Edition). URL: http://tourlib.net/ wto/WTO_ highlights_ 2019.pdf (дата звернення: 25.12.2023 р.).

79. World Travel & Tourism Council. URL: https://www.wttc.org/ (дата звернення: 25.12.2023 р.).