

О.О. Самохвал

**Державне регулювання
міжнародного туризму в
німецькомовних країнах
Західної Європи**



Навчальний посібник

Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний університет
Вінницький торговельно-економічний інститут

О.О. Самохвал

**ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ
МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В
НІМЕЦЬКОМОВНИХ КРАЇНАХ
ЗАХІДНОЇ ЄВРОПИ**

Навчальний посібник

Вінниця 2018

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу ВТЕІ КНТЕУ
заборонено**

УДК 338.48-44(1-87)(075)
С17

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету
(протокол № 3 від 28.03.2018)*

Рецензенти: І.В.Власенко, д.е.н., професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету;
О.О. Петриченко, к.е.н., доцент кафедри аналізу та статистики Вінницького національного аграрного університету;
Л.В. Юрчишена, к.е.н., доцент кафедри фінансів і банківської справи Донецького національного університету імені Василя Стуса.

О.О.Самохвал

Державне регулювання міжнародного туризму в німецькомовних країнах західної Європи: Навчальний посібник. – Вінниця: редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. – 88 с.

Навчальний посібник «Державне регулювання міжнародного туризму в німецькомовних країнах Західної Європи» призначено для слухачів магістратури спеціальностей «Туризмознавство», «Міжнародний туризм», а також науковців та викладачів туризмознавчих дисциплін.

УДК 338.48-44(1-87)(075)
С17

ISBN 978-617-7237-55-5

Зміст

Передмова	3
 РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	
1.1 Суть і функції сучасного міжнародного туризму та ринку туристичних послуг.....	6
1.2 Інституційні засади регуляторної політики міжнародного туризму.....	21
1.3 Нормативно-правові засади розвитку міжнародного туризму.....	24
1.4 Характеристика сучасних моделей державного регулювання туристичної галузі	33
 Питання для самоконтролю	38
 РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В НІМЕЦЬКОМОВНИХ КРАЇНАХ ЗАХІДНОЇ ЄВРОПИ	
2.1 Механізм державного регулювання туристичної галузі в Німеччині.....	40
2.2 Правове та державне регулювання австрійської туристичної галузі.....	47
2.3 Швейцарський досвід формування механізму державного регулювання туризму.....	54
2.4 Адміністративно-правове регулювання та державне управління туристичної галузі Люксембургу.....	62
2.5 Порівняльний аналіз інструментарію регуляторної політики туристичної галузі німецькомовних країн Західної Європи.....	66
 Питання для самоконтролю	69
 Список використаних джерел	70
 Додатки	76

Передмова

У багатьох економічно розвинених країнах туризм є необхідною умовою підвищення рівня мобільності та зайнятості населення, стабільного зростання економіки, раціонального використання об'єктів культурної та природної спадщини, розширення міжнародних ділових і культурних контактів. Враховуючи цей факт, великого значення набуває вдосконалення механізму державного регулювання міжнародної туристичної діяльності.

Якщо раніше розвиток міжнародного туризму характеризувався наявністю потенціалу для його саморегулювання, то поступове ускладнення господарських систем призвело до зростання ролі державної політики, спрямованої на забезпечення макроекономічних пропорцій, стабільного темпу і збалансованості розвитку. Держава визначає межі, у яких туристичний ринок самоорганізовується, відстоює інтереси національних виробників шляхом їх лобіювання на міжнародному туристичному ринку.

У сучасних умовах суспільний поділ праці детермінує розвиток туризму як самостійного виду економічної діяльності через низку факторів, основними серед яких є:

- на макрорівні: глобалізаційні процеси; науково-технічний прогрес, зокрема суттєве скорочення часу подолання відстаней, розвиток мережі телекомунікацій; інформатизація суспільства; діяльність інтеграційних об'єднань, які утворились за таких умов і проводять відповідну політику щодо сприяння розвитку міжнародного туризму (Всесвітня туристична організація, Міжнародна асоціація повітряного транспорту, Міжнародна організація цивільної авіації, Міжнародна асоціація в підтримку освіти в сфері готельного бізнесу та туризму та інші); безпека, мир у світі;

- на мезорівні: соціально-економічний розвиток країн; сприятлива державна політика країн, спрямована на стимулювання туристичних потоків, зокрема в спрощенні порядку перетину кордону, подовженні часу перебування в іноземній країні тощо; розвиток туристичної інфраструктури та інфраструктури загального призначення; відповідність туристичного продукту

міжнародним стандартам, його конкурентоспроможність; зростання кількості ділових поїздок, які дозволяють, окрім вирішення основних питань у вільний від роботи час, ознайомитись із туристично-рекреаційними ресурсами країни; розвиток міждержавної співпраці;

– на мікрорівні: виникнення нових потреб людини через задоволення базових, внаслідок зростання матеріального добробуту населення, його культурного та духовного розвитку.

Актуальність дослідження зумовили такі закономірності, як динамічний розвиток туристичної галузі в світі та Україні, посилення ролі місцевих органів державної влади в державному управлінні (децентралізація), висока ймовірність не лише позитивного впливу туристичної галузі на соціально-економічний розвиток регіону (поліфункціональне спрямування), але й виникнення загроз (ризиків) від неконтрольованих туристичних потоків, чутливість туристичної галузі до факторів зовнішнього макро- та мезооточення.

За своєю структурою навчальний посібник складається з 2 тематичних розділів. У *першому розділі* посібника розглядаються теоретичні аспекти регуляторної політики міжнародного туризму, проаналізовано сучасний стан і функції міжнародного туризму та світового ринку туристичних послуг. Особливу увагу звернено на інституційне та нормативно-правове забезпечення механізму управління міжнародним туризмом, а також розглянуто сучасні моделі державного регулювання туризмом на прикладі провідних країн світу. У *другому розділі* здійснено аналіз механізму державного управління туристичною галуззю на державному та регіональному рівнях у розрізі їх складових на прикладі німецькомовних країн Західної Європи, зокрема Німеччини, Австрії, Швейцарії та Люксембургу як провідних європейських туристичних центрів. Звернено увагу на порівняльну характеристику систем державного управління туристичною галуззю в означених країнах.

Навчально-методичне видання може використовуватись слухачами магістратури спеціальностей «Туризмознавство», «Міжнародний туризм», а також науковцями та викладачами туризмознавчих дисциплін.

Розділ 1. Теоретичні аспекти регуляторної політики міжнародного туризму

1.1 Суть і функції міжнародного туризму та ринку туристичних послуг

Сучасне суспільство розвивається шляхом посилення взаємозв'язку і взаємозалежності різних країн, народів і культур. Процес, що охопив різні сфери суспільного життя у всіх країнах світу, в сучасній науці формулюється як глобалізація. Розвиток процесів глобалізації пов'язаний з формуванням і становленням різноманітних мереж соціальних, політичних, економічних комунікацій, що охоплюють весь світ і перетворюють його в «єдиний соціальний простір». Одним з найяскравіших проявів цих процесів в кінці XX – початку XXI століття став туризм.

Туризм в контексті глобальних світових викликів – багатогранне явище, яке поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має практично невичерпний потенціал для постійного зростання, характеризується високими темпами розвитку, сприяє прискоренню економічного розвитку регіонів і країн та підвищенню рівня життя населення. Впродовж останніх шести десятиліть туризм демонструє постійне покращення макроекономічних показників, і є одним з найбільш динамічних секторів економіки у світі. За швидкі темпи зростання туризм визнаний економічним феноменом минулого століття і йому пророкують блискуче майбутнє у XXI столітті.

Теоретико-методологічне осмислення туризму, формування сучасної «туристичної свідомості», яка має бути притаманна всім суб'єктам туристичного процесу, – нагальна потреба часу, тому що цей феномен є одним із могутніх чинників, які істотно діють на сучасну цивілізацію. Якими будуть наслідки цього впливу – позитивними чи руйнівними, – покликані аргументовано відповісти соціальні філософи, економісти, правознавці, географи, історики, країнознавці, політологи, культурологи, екологи та педагоги, які безпосередньо або дотично пов'язані з туризмом.

Нині туризм став справді інтернаціональною та демократичною сферою суспільної діяльності. Це галузь світової економіки, що характеризується високими темпами розвитку. Особливо бурхливого розвитку туризм набув в останнє десятиріччя минулого століття після проведення у жовтні 1998 р. у Ванкувері (Канада) Першої всесвітньої конференції «Туризм як впливова сила збереження миру» за участю делегацій із 65 країн світу, де вперше пролунав заклик до пропаганди і поширення мирного туризму як гаранта миру і безпеки, що впливає на громадян різних країн, їхню економіку, культурну спадщину, традиції, релігію та ремесла. Саме таке визначення туризму було закріплено у прийнятому на конференції «Кредо мирного мандрівника». Відтоді туризм сприймається як чинник економічного і культурного розвитку держав, захисту навколишнього середовища та історико-культурної спадщини, міжнародного взаєморозуміння, миру, дотримання прав людини та основних свобод, незважаючи на расу, стать, мову та релігію.

Сучасний туризм є вагомим чинником соціально-економічного прогресу і охоплює все більше нових напрямів і регіонів, оскільки витрати відвідувачів на проживання, харчування і напої, місцевий транспорт, розваги і покупки є важливим стимулом для економік багатьох країн, створюючи робочі місця і можливості для розвитку бізнесу.

Міжнародний туризм під впливом процесів глобалізації та інтеграції стає одним із впливових чинників, від яких залежить зростання економіки, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках. Незважаючи на світову кризу, природні катаклізми, загострення політичної ситуації, туризм у першому десятилітті XXI ст. випередив за економічною ефективністю такі галузі, як: нафтодобування, автомобілебудування, телекомунікаційне обладнання, інші види послуг.

Туризм став одним з основних гравців у міжнародній торгівлі послугами і важливим джерелом доходу для багатьох країн. Сучасна туристична індустрія забезпечує 10 % світового ВВП, 6 % світового експорту та кожне 11 робоче місце в світі, 1,5 трлн. дол. США доходу.

У грудні 2015 року Генеральна Асамблея Організації Об'єднаних Націй затвердила прийняття 2017 року Міжнародним роком сталого розвитку туризму. У резолюції, яку прийнято 4 грудня, наголошується на важливості розвитку міжнародного туризму, а також висловлюється надія, що оголошення 2017 року «Міжнародним роком сталого розвитку туризму» сприятиме кращому взаєморозумінню між народами в усьому світі. За словами Генерального секретаря ВТО Талеба Ріфаї, декларування ООН 2017 року «Міжнародним роком сталого розвитку туризму» являє собою унікальну можливість для просування вкладу туристичного сектора в економічну, соціальну та екологічну стійкість, а також для підвищення обізнаності про справжні розміри сектора, який часто недооцінюється. Це рішення слідує за визнанням світовими лідерами на Конференції ООН зі сталого розвитку (Ріо + 20) того, що «добре продуманий та добре скерований туризм» може сприяти трьом аспектам сталого розвитку, створенню робочих місць та розвитку торгівлі.

Так, за даними Барометра міжнародного туризму Всесвітньої туристичної організації (ВТО), кількість міжнародних туристичних прибуттів в 2015 році зросла на 4,4 %, склавши в цілому 1184 млн., тим самим фіксуючи зростання шостий рік поспіль. У 2014 році число міжнародних туристичних прибуттів зросло на 4,3 % і склало 1138 млн. туристичних прибуттів, що на 51 млн. туристів більше, ніж 2013 року. ВТО прогнозує на 2016 рік збільшення числа міжнародних прибуттів на 4,0–4,5 %, що перевищує попередній довгостроковий прогноз (+3,8 % щорічно в період 2010–2020 рр.) (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Динаміка показників міжнародного туризму 1950-2030 рр.

Рік	Кількість прибуттів, млн. осіб	Середньорічні зміни, %	Доходи від міжнародного туризму, млрд. дол. США	Середньорічні зміни, %
1950	25,3	-	2,1	-
1960	69,3	+10,6	6,9	+12,60
1970	159,7	+8,70	17,9	+10,00
1980	284,8	+6,00	102,4	+19,10
1990	459,2	+6,56	262	+21,22
1995	530	+3,63	403	+13,43
2000	677	+6,24	475	+5,05
2001	676	-1,29	463,6	-3,01
2002	696	+1,97	474	+2,24
2003	690	-1,79	524	+10,55
2004	762	+10,4	623	+18,89
2005	807	+6	680	+9,1
2006	853	+5,7	745	+9,55
2007	909	+6,5	857	+15,03
2008	927	+2	944	+10,15
2009	891	-3,9	852	-9,74
2010	949	+6,5	930	+9,16
2011	995	+4,9	1 042	+8,92
2012	1 035	+4,0	1 075	+3,1
2013	1 087	+5,0	1 197	+7,8
2014	1 133	+4,3	1 245	+12,5
2020	1 400	+3,4	1 586	
(прогноз)				
2030	1 800	+2,9	2 000	
(прогноз)				

Отже, до 2030 року кількість міжнародних туристичних прибуттів в усьому світі, як очікується, збільшиться в середньому на 3,3 % на рік за період з

2010 по 2030 роки і буде складати 1 млрд. 800 млн. подорожуючих.

Упродовж довгого часу у туристичній галузі можна спостерігати практично безперервне зростання. Не дивлячись на випадкові потрясіння, туризм демонструє міцність і стійкість сектора. Прибутки від міжнародного туризму прибуття зросли з 25 мільйонів у всьому світі в 1950 році до 278 млн. в 1980 році, 674 мільйонів в 2000 році і 1186 млн. в 2015 році, що безперечно вказує на перспективність розвитку та бажання кваліфікованих кадрів працювати у туристичній галузі.

Розглянемо найбільш популярні світові туристичні напрями у 2014–2015 роках наведені у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Країни-лідери за обсягами туристичних прибуттів у 2014-2015 рр.

Країна	Кількість міжнародних туристичних прибуттів, млн. осіб		Динаміка зростання за період	
	2014	2015	2013/2014	2014/2015
Франція	83.7	84.5	0.1	0.9
Сполучені штати	75.0	77.5	7.2	3.3
Іспанія	64.9	68.2	7.0	5.0
Китай	55.6	56.9	-0.1	2.3
Італія	48.6	50.7	1.8	4.4
Туреччина	39.8	39.5	5.3	-0.8
Німеччина	33.0	35.0	4.6	6.0
Великобританія	32.6	34.4	5.0	5.6
Мексика	29.3	32.1	21.5	9.4
Росія	29.8	31.3	5.3	5.0

За даними таблиці 1.2 видно, що у сучасному світі традиційні лідери туристичного бізнесу певною мірою поступаються новим активним гравцям ринку. До першої десятки потрапили Китай, Туреччина, Російська Федерація та Мексика. Також значне зростання туристичних потоків спостерігається у

Іспанії, Італії та Німеччині. Найкраща динаміка відмічається у таких країнах як Німеччина та Мексика.

У Європі спостерігається абсолютне та відносне зростання туристичних потоків та прибутків від туристичної діяльності у порівнянні з іншими континентальними лідерами міжнародного туризму, незважаючи на нестабільне становище грошової одиниці Євро порівняно з Американським доларом. Більша частина нових прибуттів припадає саме на Європу, загальна кількість прибуттів у цьому регіоні у 2014 році склала 581,1 млн. осіб, у 2015 році – 609 млн. (+5.0). Тому Європейський континент лідирує як за обсягами туристичних потоків, так і за темпами зростання в абсолютному вираженні. Відносне зростання на +2,7 % у 2014 році та +5 % у 2015 році є значимим на фоні нестабільної міжнародної та регіональної економічної ситуації, міграційної кризи та того факту, що у 2011–2013 рр. не відмічалось суттєвої позитивної динаміки. Серед субрегіонів кращі результати спостерігаються в Північній Європі (+7 %), Південно-Середземноморській частині Європейського континенту (+5 %) та в Західній частині Європи (+3 %).

За даними показника ймовірності ВТО (*англ. The UNWTO Confidence Index*) у 2016 році й надалі буде спостерігатися зростання результатів діяльності світового туризму, хоча темпи будуть дещо нижчі у порівнянні з попередніми двома роками.

Враховуючи теперішні тенденції і перспективи, ВТО передбачає зростання міжнародних туристичних потоків на 4 % в 2016 році.

Збільшення обсягів туристичної діяльності супроводжується зростаючою диверсифікацією та конкуренцією серед країн і напрямів туристичних потоків. Якщо у 1950 році 88 % міжнародних відвідувань припадали на 15 популярних напрямів, то у 1970 їх частина становила 75 %, а в 2010 році вона зменшилась до 55 %, що відображає появу нових напрямів, більшість з яких сформувались поза традиційними центрами туризму. Нові напрямки неухильно збільшують свою частку на ринку. Європа і Америка були основними регіонами туристичних прибуттів між 1950 і 2000 роками і займали більше 90 % ринку. За

даними 2015 року, Європейський континент приваблює 51 % (608 млн.) міжнародних туристів, а Південна та Північна Америка – 16 % (193 млн.), тобто спільна частина ринку – 67 %. Ринкова доля країн з економікою, що розвивається відповідно збільшується від 30 % в 1980 році до 47 % в 2012 році, і, як очікується, досягне 57 % до 2030 року, що еквівалентно більше одного мільярда міжнародних туристичних прибуттів.

Проаналізуємо найбільш популярні європейські туристичні напрями та їхню динаміку змін 2010-2015 рр. наведені у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

**Європейські країни-лідери за обсягами туристичних прибуттів
2010-2015 рр.**

Країна	Кількість міжнародних туристичних прибуттів, млн. осіб				Динаміка зростання за період		
	2010	2013	2014	2015	13/12	14/13	15/14
Франція	77.6	83.6	83.7	84.4	2.0	0.1	0.9
Іспанія	52.6	60.6	64.9	68.2	5.6	7.0	5.0
Італія	43.6	47.7	48.5	50.7	2.9	1.8	4.4
Туреччина	31.3	37.7	39.8	39.4	5.9	5.3	-0.8
Великобританія	28.2	31.0	32.6	34.4	6.1	5.0	5.7
Німеччина	26.8	31.5	33.0	34.9	3.7	4.6	6.0
Росія	20.2	28.3	29.8	31.3	10.2	5.3	5.0
Австрія	22.0	24.8	25.2	26.7	2.7	1.9	5.6
Греція	15.0	17.9	22.0	23.5	15.5	23.0	7.1
Польща	12.4	15.8	16.0	16.7	6.5	1.3	4.6

Аналізуючи динаміку зростання туристичних потоків, необхідно відзначити одну країну, в якій спостерігається постійне зростання показників, а саме Німеччину. В усіх інших країнах, незважаючи на постійний приріст кількості туристів, динаміка зростання не є стабільною. Причиною можна вважати як політичні, так і економічні події, що відбуваються всередині країни.

Однак, позитивна динаміка туристичних потоків не завжди супроводжується зростанням надходжень від туристичного експорту (див. табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Європейські країни-лідери за надходженнями від міжнародного туризму 2010-2015 рр.

Країна	Обсяги надходжень від міжнародного туризму, млн. дол.			
	2010	2013	2014	2015
Іспанія	54.6	62.6	65.1	56.5
Франція	47.0	56.5	58.1	45.9
Великобританія	32.8	41.6	46.5	45.4
Італія	38.7	43.9	45.4	39.4
Німеччина	34.6	41.2	43.3	36.8
Туреччина	22.5	27.9	29.5	26.6
Австрія	18.5	20.2	20.8	18.3
Греція	12.7	16.1	17.7	15.6
Польща	9.5	11.3	11.2	9.7
Росія	8.8	11.9	11.7	8.4

Безперечним лідером є Іспанія, а також знову варто відзначити Францію та Великобританію. Країни – традиційні центри туризму демонструють зниження доходів (Італія, Росія) у вартісному виразі. Поясненням може бути превалювання різних видів в'їзного туризму. Адже, наприклад, рекреаційно-оздоровчий туризм приносить значно більші прибутки, ніж трудовий туризм.

Туризм є одним з небагатьох видів економічної діяльності, де постійно зростає кількість робочих місць. За даними ЮНВТО, у сфері туризму зайнято 127 млн. осіб, тобто кожний одинадцятий працюючий у світі; кожні 30 туристів, що відвідують країну, створюють прямо одне робоче місце та опосередковано – два. Робочі місця зазвичай створюються у менш розвинутих

регіонах країн – туристичних дестинаціях, що сприяє поліпшенню економічної ситуації та заохочує місцевих жителів не полишати традиційні зони у пошуках економічно привабливіших місць проживання. В промислово розвинених країнах і країнах, що розвиваються, туризм сприяє зайнятості у багатьох суміжних галузях – від будівництва до сільського господарства і телекомунікації.

Вклад туризму в економічний добробут залежить від якості й різноманітності туристичних ресурсів країни, рівня розвитку туристичної інфраструктури, наявності горизонтальних та вертикальних економічних зв'язків, ефективності приватно-публічного партнерства, підтримки туристичної галузі на всіх рівнях державної влади.

Одним з основних показників, що характеризує привабливість країни з погляду міжнародного туризму, є індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму, впроваджений для оцінки впливу різноманітних факторів та політичних подій на зміни тургалузі в певній країні.

Конкурентний статус країн експерти Всесвітнього економічного форуму разом з фахівцями «Booz & Company», «Deloitte», Міжнародної асоціації повітряного транспорту (скор. англ. IATA), Міжнародного союзу охорони природи (IUCN), Всесвітньої туристичної організації (скор. англ. UNWTO) і Всесвітньої Ради з подорожей і туризму (скор. англ. WTTC) розраховують індекс конкурентоспроможності країн у сфері подорожей і туризму (скор. англ. TTCI).

Світовий Економічний Форум кожні два роки звітує про проведене дослідження конкурентоспроможності країн у сфері подорожей і туризму. Звіт надає платформу і стратегічний інструмент бенчмаркінгу для бізнесу та урядів країн з розвитку сектора подорожей і туризму. За допомогою надання міжкраїнового аналізу та оцінки прогресу країн у конкурентоспроможності сектора, доповідь надає інформацію для стратегічних та інвестиційних рішень, пов'язаних з розвитком сектора подорожей і туризму. У звіті 2015 року методика визначення індексу конкурентоспроможності країн у секторі

подорожей і туризму зазнала значних змін. У той час як деякі з основних чинників конкурентоспроможності сектора залишаються незмінними, деякі інші фактори стають більш актуальними, а способи вимірювання, доступність і якість даних поліпшується. Це викликало необхідність удосконалення і еволюціонування методології розрахунку індексу. Оновлена методика складання Індексу конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму включає в себе чотири субіндекси, які ґрунтуються на 90 показниках, згрупованих у 14 складових (див. рис. 1.1), тоді як формула розрахунку кожного показника залишилась незмінною.



Рисунок 1.1 Складові Індексу конкурентоспроможності країн у секторі подорожей і туризму 2015 р.

Отже, основу методології складають чотири субіндекса, які розраховані на основі 14 складових на підставі даних, отриманих за допомогою опитування понад 15 тис. керівників та лідерів туристичного бізнесу і кількісних даних з інших джерел.

1. Субіндекс «Сприятливе середовище» – відображає основні параметри, необхідні для роботи в країні, охоплює такі складові:

- діловий клімат (12 індикаторів);
- безпека та охорона (5 індикаторів);
- здоров'я і гігієна (6 індикаторів);
- людські ресурси та ринок праці (9 індикаторів);
- стан інформаційно-комунікаційних технологій (8 індикаторів).

2. Субіндекс «Політика та сприятливі умови для сектора» – охоплює конкретні політики або стратегічні аспекти, які безпосередньо впливають на індустрію туризму та подорожей, а саме:

- пріоритезація в секторі (6 індикаторів);
- міжнародна відкритість (3 індикатора);
- цінова конкурентоспроможність (4 індикатора);
- екологічна стабільність (10 індикаторів).

3. Субіндекс «Інфраструктура» – фіксує доступність та якість інфраструктури економіки країни, охоплює складові:

- інфраструктура повітряного транспорту (6 індикаторів);
- наземна та портова інфраструктура (7 індикаторів);
- інфраструктура туризму (4 індикатора).

4. Субіндекс «Природні та культурні ресурси» – відображає наявність природних та культурних ресурсів необхідних для розвитку туризму, включає складові:

- природні ресурси (5 індикаторів);
- культурні ресурси і ділові поїздки (5 індикаторів).

Оцінки в балах присвоюється індикаторам в межах інтервалу від 1 до 7, причому оцінка «7» відповідає максимально можливій. Кожна із 14 складових

розраховується як незважене середнє значення окремих змінних складових (індикаторів). Субіндекси, у свою чергу, розраховуються як незважене середнє відповідних складових.

За географічною ознакою усі країни рейтингу можна поділити на 5 регіонів: Європа, Америка, Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Близький Схід і Північна Африка, Африка на південь від Сахари.

Шість країн європейського регіону домінують в рейтингу найкращих у 2015 році, завдяки світовому класу обслуговування, інфраструктурі туризму, відмінних гігієнічних умов, і, зокрема, завдяки міжнародній відкритості та інтеграції (див. табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Рейтинг країн світу у секторі подорожей і туризму за індексом конкурентоспроможності

№	Країна/економіка	Оцінка
1	Іспанія	5.31
2	Франція	5.24
3	Німеччина	5.22
4	США	5.12
5	Великобританія	5.12
6	Швейцарія	4.99
7	Австралія	4.98
8	Італія	4.98
9	Японія	4.94
10	Канада	4.92
11	Сінгапур	4.86
12	Австрія	4.82

Серед країн американського регіону лідируючі позиції займають США (4-е місце) і Канада (10-е), далі – Бразилія (28-е), Мексика (30-е) і Панама (34-е).

Найбільш конкурентоспроможними країнами у сфері подорожей і туризму у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні є: Австралія (7-е), Японія (9-е), Сінгапур (11-е), Гонконг (13-е) і Нова Зеландія (16-е). Об'єднані Арабські Емірати займають провідні позиції в рейтингу країн Близького Сходу і Північної Африки – 24-е місце, за ними слідують Катар (43-е), Бахрейн (60-е), Марокко (62-е) і Саудівська Аравія (64-е). Більшість країн у цьому регіоні мають перевагу у цінній конкурентоспроможності, деякі з них мають значні досягнення у розвитку туристичної інфраструктури в останні роки. П'ятірку провідних країн у рейтингу регіону Африка на південь від Сахари очолює Південна Африка (48-е), далі йдуть Сейшельські острови (54-е), Маврикій (56-е), Намібія (70-е) і Кенія (78-е). Багато країн в регіоні працюють над поліпшенням політичної та візової відкритості, разом з тим, проблеми інфраструктури та санітарно-гігієнічні умови стримують потенціал сектора подорожей та туризму і виступають у якості каталізатора для розвитку.

До рейтингу 2015 р. було включено 6 нових країн, які не було проаналізовано у попередньому звіті: Габон, Ангола, Туніс, Бутан, Лаос та М'янма. Разом з тим, 5 країн, досліджених у 2012 р. не увійшли до рейтингу через відсутність вірогідних даних, а саме Бенін, Боснія і Герцеговина, Бруней-Даруссалам, Еквадор і Україна. На 141 країну, охоплену дослідженням у звіті, припадає понад 98% світового ВВП.

Підсумовуючи показники, можна зробити висновок щодо рейтингу країн світу за індексом конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму 2015 р. порівняно з попередніми роками. Отже, список країн-лідерів зазнав кардинальних змін (див. табл. 1.6).

Таблиця 1.6

Рейтинг країн світу за індексом конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму, 10 країн-лідерів, 2007–2015 рр.

Країна	Рейтинг/ індекс	Регіональний ранг	Рейтинг
--------	--------------------	-------------------	---------

	2015	2015	2013	2011	2009	2008	2007
Іспанія	1 / 5.31	в Європі: 1	4	8	6	5	15
Франція	2 / 5.24	в Європі: 2	7	3	4	10	12
Німеччина	3 / 5.22	в Європі: 3	2	2	3	3	3
США	4 / 5.12	у Північній та Південній Америці: 1	6	6	8	7	5
Великобританія	5 / 5.12	в Європі: 4	5	7	11	6	10
Швейцарія	6 / 4.99	в Європі: 5	1	1	1	1	1
Австралія	7 / 4.98	в Азіатсько- Тихоокеанському регіоні: 1	3	4	2	2	2
Італія	8 / 4.98	в Європі: 6	26	27	28	28	33
Японія	9 / 4.94	в Азіатсько- Тихоокеанському регіоні: 2	14	22	25	23	25
Канада	10 / 4.92	у Північній та Південній Америці: 2	8	9	5	9	7

Таким чином, Іспанія вперше лідирує за індексом конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму, піднявшись з 4-го місця у 2013 році та зайнявши 15-те місце у 2007 році. У лідерах також з'являється Франція, покращивши свій результат та піднявшись з 5-го місця у 2013 році. Нижче розташувалися Німеччина, США та Великобританія. Необхідно зазначити, що Німеччина втримується у трійці країн-лідерів за індексом конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму з 2007 року, що свідчить про неабиякі успіхи в розвитку сфери туризму та заслуговує уваги зі сторони країн, які лише розвиваються у вказаному напрямку. У 2015 році вперше за усі роки у десятці найкращих країн за індексом конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму з'являються Італія та Японія, що може свідчити про покращення економічного клімату та умов для

розвитку сфери туризму у цих державах (піднявшись з 26-ої та 14-ої позиції у 2013 році відповідно). Загалом у рейтингу країн-лідерів представлено 6 європейських держав, які засвідчують високу конкурентоспроможність національних економік у світі, а також величезний досвід і знання розвитку та просування у розвитку туристичної сфери діяльності.

У минулі роки туристський попит формувався переважно під впливом туристської пропозиції, тоді як в даний час ситуація змінилася на протилежну. В сучасних умовах всезростаючого насичення ринку та більшого розуміння своїх запитів споживачами, що володіють до того ж більш широкими фінансовими і тимчасовими можливостями, попит визначає вигідність пропозиції. Саме тому зараз необхідне детальне й уважне вивчення і прогноз туристського попиту, щоб дати можливість сформулювати відповідну йому туристичну пропозицію.

Головною особливістю розвитку сучасного туризму є потреба у створенні індивідуалізованого туристичного продукту, який би відповідав постійно мінливому комплексному характеру потреб туристів і міг би бути гнучко і швидко трансформований з урахуванням впливу політичних, економічних та інших факторів світового розвитку.

Для сучасного етапу розвитку туризму характерне широке впровадження інноваційних технологій. Вони проявляються у вдосконаленні всіх компонентів інфраструктури міжнародного туризму, поглиблення і розширення диверсифікованості видів туристської діяльності, що задовольняє всі більш складні потреби сучасної людини в різноманітності відпочинку і дозволя, освоєнні нових напрямів і ринків міжнародного туризму.

Аналізуючи сучасні тенденції розвитку туризму, можна побачити, що кожна нова тенденція народжує і протилежний рух. В ході свого розвитку ці тенденції змішуються, дають непередбачуваний результат, що ускладнює визначення головного напрямку. Очевидно, ситуація в сучасному туризмі саме така, і чітко виділити одну або кілька домінуючих тенденцій не представляється можливим. Разом з тим широка диверсифікація туристської

діяльності свідчить про зрілість ринку. Туризм є настільки складним і багатогранним явищем, що його розвиток має різносторонній і комплексний характер і вимагає особливих підходів до дослідження.

1.2 Інституційні засади регуляторної політики міжнародного туризму

Регуляторну політику міжнародного туризму здійснюють світові туристичні організації, які задають векторні напрямки розвитку туризму в цілому з врахуванням останніх глобальних економічних і соціальних змін, тенденцій та подій, які відбулися в світовій економіці та, якимось чином, можуть вплинути на розвиток туристичної галузі. Усі міжнародні та регіональні туристичні організації здебільшого є неурядовими й об'єднують різноманітні громадські та приватні структури.

Визначальну роль у регулюванні міжнародного туризму відіграє Всесвітня Туристична Організація (анг. *World Tourism Organization (UNWTO)*) (далі скор. ВТО) до складу якої входять 156 країн, 6 асоційованих членів, а також понад 400 членів, що приєдналися.

Діяльність Всесвітньої Туристичної Організації має чітке спрямування на забезпечення лібералізації національних ринків туристичних послуг. ВТО провадить діяльність за важливими напрямками, з-поміж яких ключове місце займає зміцнення співпраці країн задля розвитку туризму, а саме: розробляє рекомендації та допомагає урядам країн у багатьох питаннях, включаючи розробку проектів, техніко-економічних обґрунтувань, визначення потреб у інвестиціях, передання технологій, розвиток комунікацій і системи документації у галузі туризму. ВТО є основним центром накопичення інформації (понад 180 країн і територій), аналізу й поширення відомостей про туризм. Організаційна структура ВТО охоплює підрозділи глобального й регіонального рівнів (див. рис. 1.2).

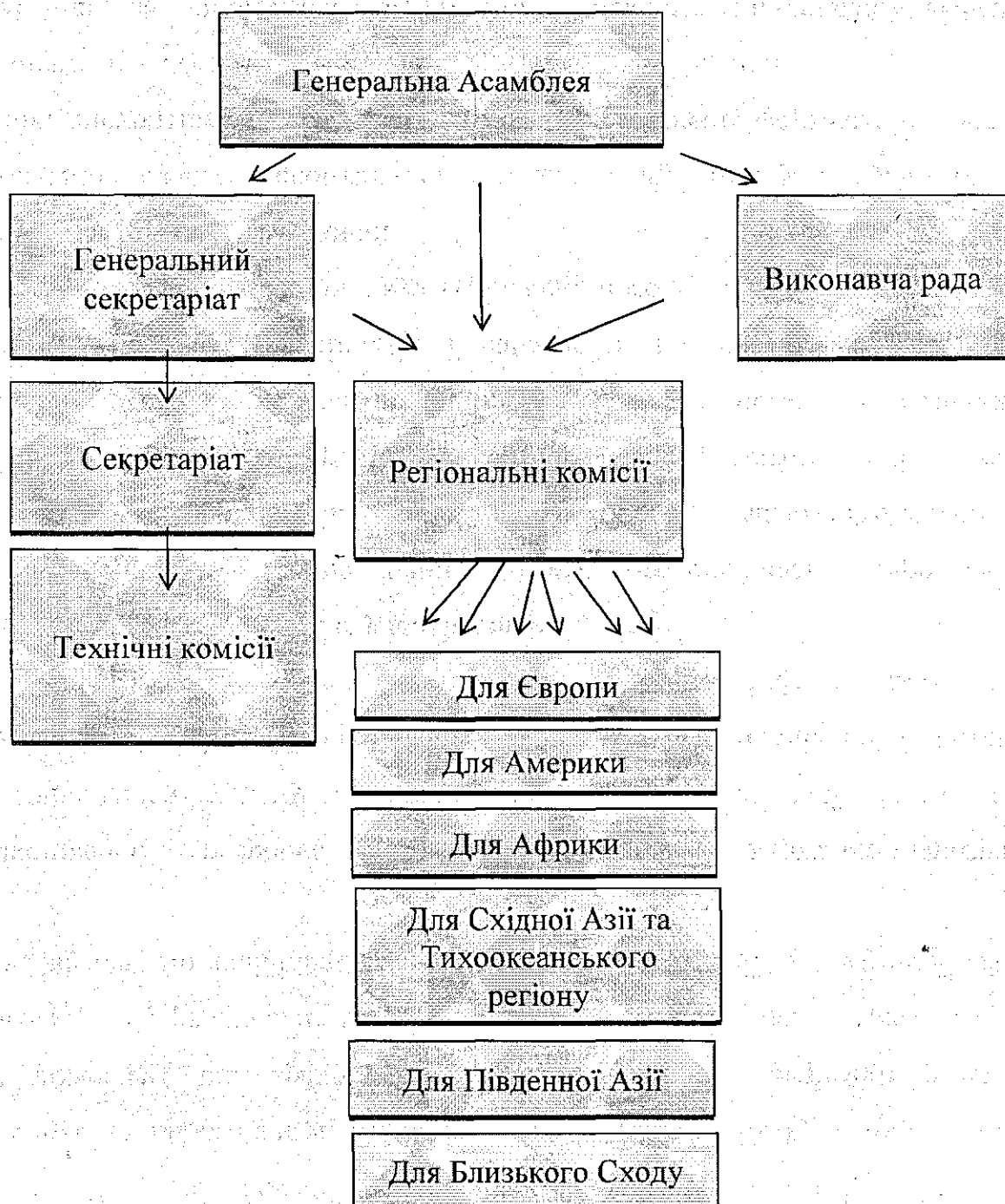


Рисунок 2.1 Організаційна структура Всесвітньої Туристичної Організації

Іншою впливовою міжнародною туристичною організацією є Міжнародна асоціація повітряного транспорту (анг. *International Air Transport Association, IATA*) (далі скор. МАПТ) – професійна асоціація авіаційних компаній, які здійснюють міжнародні рейси. Головна функція МАПТ – упорядкування міжнародного комерційного авіаційного сполучення, введення єдиних для всіх

членів правил і процедур, встановлення погоджених тарифів, пасажирські авіап перевезення на міжнародних маршрутах. МАПТ сприяє з'єднанню повітряних мереж багатьох приватних авіакомпаній в єдину систему, яка функціонує на користь подорожуючих.

Найбільшими неурядовими міжнародними туристичними організаціями, які займаються всіма основними питаннями розвитку міжнародного туризму є Всесвітня асоціація туристичних агентств і Міжнародна асоціація туроператорів. До вузькоспеціалізованих міжнародних туристичних агентств належать Міжнародна готельна асоціація, Міжнародна асоціація повітряного транспорту, Міжнародна асоціація конгресового бізнесу, Міжнародне бюро з соціального туризму, Міжнародне бюро молодіжного туризму й ін.

Значну роль у розвитку співробітництва в галузі міжнародного туризму відіграють регіональні туристичні організації. Вони покликані сприяти налагодженню спільної діяльності туристичних організацій регіону, відстоювати їхні інтереси в інших міжнародних туристичних організаціях або на міжнародних туристичних форумах. Найбільшими авторитетними регіональними туристичними організаціями є, наприклад, Американське товариство туристичних агентств (скор. англ. ASTA), Європейська туристична комісія (скор. англ. ETC), Асоціація туристичних агентств країн Тихоокеанського регіону (скор. англ. PATA), Конфедерація туристичних організацій країн Латинської Америки (скор. англ. COTAL).

Ускладнення процесів функціонування туристичного ринку, підвищення ролі туризму в національних господарствах і світовій економіці стимулювали створення науково-дослідних і освітянських інститутів з напряму економіки туризму: Інституту економіки туризму і транспорту при Вищій школі з економіки, права та соціальних наук у м. Сен-Галлен, Дослідницького Інституту з проблем вільного часу і туризму при Бернському університеті (Швейцарія); Європейського інституту туризму при університеті в м. Трір, факультету економіки Вищої школи в м. Мюнхен, Інституту з проблем туризму в м. Штарнберг (Німеччина) та ін.

Що ж стосується правового регулювання міжнародного туризму, то, перш за все, воно здійснюється в рамках Організації Об'єднаних Націй (далі скор. ООН), на котру покладено основну задачу, яка стосується налагодження міжнародної співпраці разом з вирішенням проблем як соціального так і економічного, а також гуманітарного та культурного характеру. Варто також зазначити, що саме в рамках ООН були розроблені та прийняті основні міжнародні конвенції з питань правового регулювання міжнародного туризму, які у подальшому склали основу міжнародного туристичного права.

Таким чином, діяльність міжнародних організацій сприяє координації зусиль провідних держав туристичної галузі з метою раціонального розподілу ресурсів, підготовки фахівців тощо.

1.3 Нормативно-правові засади розвитку міжнародного туризму

Не менш практичне значення мають юридичні документи, що урегульовують трудові стосунки. Серед основних міжнародно-правових документів, що регулюють правовідносини з надання туристичних послуг, найважливішим слід назвати Загальну резолюцію Конференції ООН з міжнародного туризму і подорожей, яка проходила у Римі 21 серпня – 5 вересня 1963 року. Резолюцію можна вважати витокom правового регулювання туристичних послуг на міжнародному рівні. На конференції були розглянуті такі питання, як умови розвитку співробітництва у міжнародному туризмі, у тому числі про участь країн у реалізації спільних проектів, надання консультативної допомоги, підготовці фахівців з надання туристичних послуг, обмін інформацією, правове забезпечення іноземних туристів та надання рекомендації для всіх країн щодо спрощення формальностей для іноземних туристів.

Загальна резолюція Конференції ООН з міжнародного туризму і подорожей стала першим кроком у розвитку правовідносин з надання туристичних послуг. Цей документ став першим в історії, у якому було

визначено, що сфера надання туристичних послуг є однією з основних і бажаних видів діяльності людини та заслуговує на схвалення з боку всіх народів і урядів. У Резолюції було наголошено на важливому соціальному та культурному значенні правовідносин з надання туристичних послуг для взаємовідносин між країнами та збереження миру. Актуальним на той час було положення щодо запобігання дискримінації, заснованої на релігійних, расових або політичних міркуваннях. Римська конференція ООН підтвердила актуальність прийняття подальших міжнародних нормативно-правових актів і стала для них важливою основою.

Першим спеціальним міжнародно-правовим актом, присвяченим правовідносинам з надання туристичних послуг, стала Манільська декларація зі світового туризму, прийнята на Всесвітній конференції з туризму, яка проходила в Манілі 27 вересня – 10 жовтня 1980 року. У Декларації було закріплено, що туризм, як діяльність, має важливе значення у житті народів, оскільки безпосередньо впливає на культурну, соціальну, освітню та економічну сфери життя держав та їх міжнародні відносини.

Знайомство з основними положеннями Манільської декларації дає можливість виокремити основні прерогативи розвитку туристичної галузі. Так, зокрема:

- проголошено право людини на відпочинок, відпустку та свободу пересування як природний наслідок права людини на працю;
- доведено, що завдяки туризму створюються нові види діяльності і це має значення, адже вони стають джерелом нових робочих місць;
- підкреслено, що туризм є позитивним елементом соціального розвитку в усіх країнах, де він практикується, незалежно від рівня їх розвитку.

Отже, у Декларації було вперше визначено важливу роль сфери надання туристичних послуг, прав людини на пересування тощо. Зазначене мало прогресивний характер та було важливим у контексті активного розвитку міжнародних відносин. Велику роль відігравало те, що у положеннях Манільської декларації була закріплена необхідність сприяти створенню

кращих умов праці для працівників туристичної галузі. Можна вважати, що проголошення в Манільській декларації важливої ролі правовідносин з надання туристичних послуг стало базисом для прийняття подальших міжнародно-правових актів у цій сфері.

Черговим міжнародно-правовим документом, який значно вплинув на правове регулювання правовідносин з надання туристичних послуг, слід вважати Документ Акапулько, який було прийнято 21–27 серпня 1982 року на Всесвітній нараді з туризму в Акапулько (Мексика). Всесвітня нарада з туризму є важливим кроком із впровадження положень, принципів і критеріїв Манільської декларації.

Основні положення Документу Акапулько зорієнтовані на те, щоб здійснити забезпечення соціального, культурного, освітнього, політичного й економічного керівництва сфери туризму, що здійснюється за допомогою державних заходів; сприяти підвищенню ролі міждержавних туристичних зв'язків; акцентувати увагу на поліпшенні організації переміщення туристів через державні кордони, уніфікації митних, валютних і медичних формальностей; окрім іншого, визначено, що рівень і якість туризму можуть залежати не лише від відповідної підготовки, а також і від зусилля зі створення найбільш сприятливих умов у навчанні і підготовці виконавців туристичних послуг.

Завдяки Документу Акапулько правовідносини з надання туристичних послуг все активніше розвивались, особливо завдяки нормам щодо спрощення всіх видів формальностей, які пов'язані з наданням та користуванням туристичними послугами. Також у цьому документі міститься норма, за допомогою якої активізувалась більш якісна робота постачальників туристичних послуг, що було актуально через стрімкий розвиток конкуренції. Результатом розвитку міжнародно-правового регулювання правовідносин з надання туристичних послуг стало прийняття Хартії туризму і Кодексу туриста, схвалених резолюцією VI сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристичної організації, яка відбулась у Софії 22 вересня 1985 року. У Хартії туризму в

концентрованому вигляді були закріплені положення попередніх міжнародних форумів з питань туризму.

Відмінними положеннями Хартії туризму, які стосуються виконавців туристичних послуг, є ті, у яких:

- визначено необхідність забезпечення високої якості наданого туристичного продукту;
- встановлено забезпечення перешкоди заохоченню використання туризму для всіх видів експлуатації людей;
- обґрунтовано надання необхідних сприятливих умов завдяки розвитку відповідного міжнародного і національного законодавства;
- зазначено способи перешкоджання дискримінації;
- наголошено на професійній співпраці, а також взаємодії з публічною владою через національні і міжнародні організації з метою поліпшення координації їх діяльності і підвищення якості послуг, що надаються ними.

Отже, у положеннях Хартії туризму детально розкрито особливості правовідносин з надання туристичних послуг. Беручи за основу норми попередніх міжнародних нормативно-правових актів, положення Хартії набувають важливої актуальності, тим паче, що вони були практично зорієнтовані та базувались на ідеї координації зусиль усіх зацікавлених держав.

Безпосереднім продовженням ідей, закріплених у Хартії туризму, є Кодекс туриста, у якому містяться такі основні положення:

- проголошено загальні права та обов'язки туриста в державі, яку він відвідує;
- окреслено ряд послуг, що повинні надаватися туристам у місцях їх перебування;
- наголошено на можливості користування, через відповідні урядові заходи, кращими умовами в транспорті впродовж тимчасового перебування, що можуть бути надані виконавцями туристичних послуг під час подорожі;
- зазначено про необхідність для туристів після прибуття до місць туристичного інтересу, а також впродовж всього їх транзиту і тимчасового

перебування, мати у своєму розпорядженні точну інформацію про умови і можливості, що надаються виконавцями туристичних послуг.

Завдяки положенням Кодексу туриста були розкриті питання стосовно обов'язків туриста, що мали велике значення для забезпечення безпеки туризму та гарантій прав туристів, обертання туристичних об'єктів, сприяння взаєморозумінню та дружнім відносинам між народами як на національному, так і на міжнародному рівні та збереження миру.

На Міжпарламентській конференції з туризму, що відбулася в Гаазі 10-14 квітня 1989 року, була прийнята Гаазька декларація з туризму. Це документ, у якому вагомо оцінюється розвиток правовідносин з надання туристичних послуг у міжнародній практиці. Так, у Гаазькій декларації, керуючись принципами Манільської декларації зі світового туризму, Кодексу туриста і Хартії туризму, які виділяли гуманістичний аспект даної галузі, було закріплено такі основні положення, які стосуються правовідносин з надання туристичних послуг:

- наголошено на необхідності включити в учбові плани шкіл та вищих навчальних закладів дисципліну стосовно сфери надання туристичних послуг;

- доведено забезпечення підвищення престижу професій у сфері надання туристичних послуг;

- підкреслення важливості створення мережі учбових закладів, здатних надавати освіту у сфері надання туристичних послуг на основі стандартизованого на міжнародному рівні учбового плану;

- обґрунтовано ефективність сприяння процесу освіти і проведення курсів підвищення кваліфікації для виконавців туристичних послуг або викладачів цієї сфери;

- проголошено визнання найважливішої ролі засобів масової інформації у розвитку правовідносин з надання туристичних послуг;

- зазначено, що державному і приватним секторам слід прийняти ефективні заходи з розширення можливостей процесу подорожування, поїздок і перебування шляхом спрощення туристичних формальностей;

– розглянута необхідність сприяння лібералізації юридичних положень, що застосовуються до туристів та виконавців туристичних послуг.

Положення Гаазької декларації з туризму підкреслили значення того, що якість туризму залежить від якості послуг, що надаються. Зазначалося, що відповідна освіта і навчання фахівців у сфері надання туристичних послуг є дуже важливими для розвитку правовідносин з надання туристичних послуг. Гаазька декларація з туризму була інструментом міжнародного співробітництва, зближення між народами і чинником колективного й індивідуального розвитку і, завдяки своїм положенням, закликала парламенти, уряди, держави, приватні організації й установи, відповідальні за надання туристичних послуг, постачальників туристичних послуг, а також самих туристів ретельно враховувати її принципи і постійно використовувати їх у своїй діяльності.

Потреба у розширенні правових основ туристичної галузі була реалізована у процесі діяльності Всесвітньої конференції міністрів з туризму в Осаці (Японія), а у підсумку обговорення прийнята Осацька декларація з туризму 1994 року, яка присвячена зростанню значення туризму, розвитку даної галузі, впливу міжнародного туризму на суспільство і довкілля, значення міжнародного туризму з метою забезпечення миру на землі.

В основних положеннях Осацької декларації наголошено на:

- обов'язку туристів з повагою та терпимістю ставитись до інших культур у період своїх подорожей;
- ролі урядів та міжнародних організацій при формуванні політичних стратегій, які мають будуватися з урахуванням потреб туризму;
- необхідності підтримки урядовцями туристичної галузі, відміни бюрократичних бар'єрів, а також забезпечення безпеки туристів.

Положення Декларації нагадували зміст попередніх міжнародно-правових актів і знову наголошували на стрімкому розвитку правовідносин з надання туристичних послуг і на обов'язках, покладених на всі сторони сфери надання та споживання туристичних послуг. Своєрідним логічним підсумком попередніх зусиль фахівців даної галузі було прийняття Глобального етичного

кодексу туризму (далі скор. ГЕКТ). Документ було прийнято у Сантьяго (Чілі) на сесії Генеральної асамблеї ВТО, яка відбулась у період з 27 вересня по 1 жовтня 1999 року, метою якого стало узагальнення різноманітних документів, кодексів та декларацій, що були вже опубліковані та мали аналогічні цілі, для того, щоб доповнити їх новими положеннями, які відображали б розвиток суспільства.

Зупинимося на характеристиці основних положень ГЕКТ, що стосуються правовідносин з надання туристичних послуг:

- підкреслено, що виконавці туристичних послуг і туристи повинні брати до уваги соціально-культурні традиції та звичаї всіх народів;
- доведено, що слід планувати об'єкти туристичної інфраструктури і види туристичної діяльності так, щоб забезпечувати захист екосистем, охороняти види дикої фауни і флори, яким загрожує зникнення.

Окремо виписано положення ГЕКТ, що стосуються виконавців туристичних послуг:

- встановлено, що виконавці туристичних послуг повинні погоджуватися з накладенням визначених обмежень на їх діяльність, яку вони здійснюють в особливо вразливих місцях, якими є зони пустель, полярні і високогірні райони, тропічні ліси і вологі зони, які підходять для створення природних парків і заповідників, що охороняються;
- проголошено, що виконавцям туристичних послуг свою діяльність слід планувати так, щоб забезпечити зберігання й процвітання традиційних ремесел культури і фольклору;
- зазначені обов'язки виконавців туристичних послуг стосовно того, що вони повинні надавати туристам об'єктивні правдиві свідчення про місця призначення та забезпечувати повну ясність положень договорів;
- обґрунтовано, що виконавці туристичних послуг повинні турбуватись про безпеку, запобігання нещасним випадкам, охорону здоров'я і гігієну харчування для осіб, що звертаються за їх послугами;

– сформульовано, що виконавці туристичних послуг повинні забезпечувати наявність належних систем страхування і допомоги; нести відповідальність, надавати справедливую компенсацію при невиконанні своїх договірних зобов'язань;

– визначено, що виконавцям туристичних послуг необхідно впливати на культурний та духовний розвиток туристів; проходити належне базове навчання і постійно підвищувати свою кваліфікацію.

Глобальний етичний кодекс туризму можна вважати найбільш вдосконалим міжнародним нормативно-правовим актом у сфері надання туристичних послуг, у якому були закріплені права та обов'язки туриста та виконавців туристичних послуг у повному обсязі. Через масове зростання туристів положення Кодексу наголошують на тому, що є дуже доречними деякі обмеження на діяльність виконавців туристичних послуг для того, щоб зберегти природу та забезпечити розвиток традиційних ремесел культури і фольклору. Положення Кодексу допомогли зробити важливий внесок у розвиток правовідносин з надання туристичних послуг, вдосконалили світову індустрію туризму в цілому та сприяли стійкому розвитку туризму і справедливому розподілу вигод, що утворюються в результаті його зростання за допомогою збалансування відносин між підприємствами направляючих і приймаючих країн.

Не безпідставно, 26-27 квітня 2016 року на 17-му засіданні Всесвітнього комітету з етики туризму, яке відбулося в штаб-квартирі ВТО в Мадриді, було прийнято рішення перетворити Глобальний етичний кодекс туризму в міжнародну конвенцію. За словами Генерального секретаря ВТО Талеба Ріфаї, перетворення Глобального етичного кодексу ВТО у міжнародну конвенцію є важливим кроком вперед у забезпеченні того, щоб розвиток туризму сприяв утвердженню добра і миру в країнах світу і до цього повинні прагнути всі держави-члени ВТО. Перетворення Кодексу в Конвенцію етики туризму сприятиме створенню відкритої і справедливої моделі розвитку країн.

Зазначений документ серйозно підсилив правові підвалини туристичної сфери і сприяв її швидкому розвитку.

Саме тому, відповідаючи на виклики часу, учасники Конференції лідерів туризму тисячоліття, яка пройшла 30 вересня – 1 жовтня 2001 р. в Осаці (Японія) в рамках сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристичної організації, і схвалили Осацьку декларацію тисячоліття.

В основних положеннях Осацької декларації тисячоліття розкрито напрями діяльності, що визначали нові віхи професійної діяльності, а саме:

- проголошено, що діяльність з надання туристичних послуг є одним з провідних секторів економіки, особливо найменш розвинених країн, і тим самим стає потужним союзником у боротьбі з бідністю;

- обґрунтовано застосування урядом і виконавцями туристичних послуг усіх заходів, необхідних для забезпечення безпечної обстановки для туристів і надання їм точних відомостей про стан безпеки в туристичних центрах;

- підкреслено, що необхідне здійснення подальшого спрощення міжнародних туристичних потоків;

- означена необхідність співпраці з місцевими товариствами щодо планування та розвитку туристичних центрів та послуг;

- підтверджено забезпечення стимулювання і підтримки освіти та професійної підготовки в області інформаційних технологій та електронного бізнесу для виконавців туристичних послуг.

Дослідивши особливості регулювання правовідносин з надання туристичних послуг, можна узагальнити, що в усіх перелічених міжнародно-правових актах зазначені подібні положення, що дає змогу доповнювати один одного та бути єдиною і невід’ємною міжнародно-правовою базою у сфері туризму в цілому.

Таким чином, основними положеннями, що закріплені у міжнародно-правових актах у сфері правовідносин з надання туристичних послуг, є:

- проголошення права людини на відпочинок, відпустку та свободу пересування;

- сприяння державами створенню кращих умов праці для виконавців туристичних послуг;
- закріплення загальних прав та обов'язків туриста, а також виконавців туристичних послуг;
- поліпшення організації переміщення туристів через державні кордони;
- забезпечення безпеки туристів;
- надання точної і вичерпної інформації туристам;
- сприяння поширенню інформації про звичаї місцевого населення, його традиційну і релігійну діяльність, місцеві заборони;
- забезпечення працівниками у сфері туристичної діяльності високої якості надаваного туристичного продукту, що потребує відповідної професійної підготовки;
- планування туристичної діяльності таким чином, щоб забезпечити оберігання культурної спадщини;
- впровадження у туристичну сферу інформаційних технологій;
- підвищення якості життя всіх народів і найважливішого чинника зміцнення світу і міжнародного взаєморозуміння за допомогою туризму.

1.4 Характеристика сучасних моделей державного регулювання туристичної галузі

Беручи за основу досвід різних країн світу, можна зазначити, що успіх розвитку туризму безпосередньо залежить від того, наскільки вона одержує гарантовану державну підтримку. Будь-яка цивілізована держава, для того, щоб отримувати від туристичної індустрії доходи до бюджету, повинна вкладати кошти в дослідження своїх територій для оцінки туристичного потенціалу, підготовки програм розвитку турбізнесу, проектів необхідної інфраструктури курортних регіонів і туристичних центрів, в інформаційне забезпечення,

рекламу, а також в освітні програми підвищення якості підготовки професійних кадрів.

Сучасний розвиток туризму повинен бути орієнтований на високу якість надання послуг, та доступність туристичного продукту, адже туристичне явище давно стало масовим глобальним феноменом, що підвищує кожен день вимоги стосовно рівня надання послуг. В багатьох країнах діють галузеві документи, які регулюють діяльність та визначають відповідні стандарти і вимоги стосовно підготовки професійних кадрів, надання туристичних послуг та ведення бізнесу. Значною мірою напрям розвитку залежить від характеру та загальної стратегії моделі економіки країни, її географічного розташування, природно-кліматичних факторів, політичного становища. Але, насамперед, керівництво країн повинно визначити місце туристичної галузі та її реальний та потенційний внесок до національної економіки. В країнах із лідируючими показниками в туристичній галузі чітко визначаються завдання, будується стратегія та контролюється її виконання. Тобто галузь має державне регулювання і не залишається на принципі саморегулювання.

Кожна країна має певну модель державного регулювання туристичної галузі, яка вибудовується з врахуванням політичного устрою та соціально-економічного становища окремої держави. Так, можна говорити про чотири моделі державного регулювання туристичної галузі.

Отже, перша модель державного регулювання у галузі туризму характерна, в основному, для країн, що розвиваються, її часто називають «латиноамериканською». У країнах Європи дана модель не отримала значного поширення. Така модель передбачає наявність сильного і авторитетного міністерства, в межах якого сконцентрований значний контроль над туристичною галуззю. Тільки три держави – Хорватія, Чорногорія та Ізраїль мають самостійні міністерства туризму.

Друга модель передбачає створення спільного міністерства, яке окрім туризму займається і іншими, суміжними видами діяльності. Так, наприклад, туризм зазвичай комбінується або з галузями матеріальної сфери

(промисловістю, енергетикою, торгівлею, транспортом, зв'язком), або з галузями невиробничої сфери (освітою, культурою, спортом, інформацією, охороною навколишнього середовища, природними ресурсами тощо).

Серед європейських держав найбільше поширення отримало комбінування сфери туризму з галузями невиробничої сфери, особливо з культурою (Азербайджан, Андорра, Албанія, Греція, Туреччина) і спортом (Російська Федерація, Білорусь, Казахстан, Польща, Сан-Марино). Спільні міністерства туризму і галузей матеріальної сфери існують лише у 6 країнах Європи – Люксембурзі, Іспанії, Ісландії, Болгарії, Румунії і на Кіпрі.

Характерними особливостями другої моделі є такі:

- визначення туризму як пріоритетного напрямку розвитку економіки і культури країни;
- необхідність досягнення збалансованості в розвитку туризму та інших галузей матеріальної та невиробничої сфер;
- чіткий розподіл повноважень між центральною та регіональними туристичними адміністраціями;
- широка реклама країни як найбільш популярного туристичного напрямку на зарубіжних туристичних ринках.

Третя модель характеризується створенням самостійної спеціалізованої структури Національної туристичної адміністрації (далі скор. НТА) в межах багатofункціонального міністерства або безпосередньо підпорядкованої уряду країни. Слід зазначити, що третю модель доцільно іменувати «європейською», маючи на увазі її найбільше поширення серед країн макрорегіону. При цьому, 21 країна Європи включає туризм до складу багатoproфільних міністерств, наприклад: міністерств з економічних справ (Швейцарія, Німеччина, Данія, Фінляндія, Австрія, Франція, Монако, Португалія, Сербія, Македонія, Словаччина, Словенія, Латвія, Литва, Естонія, Грузія, Вірменія), міністерств промислово-торговельного спрямування (Норвегія, Швеція), міністерства регіонального розвитку (Чехія) та міністерства культури, ЗМІ і спорту

(Великобританія). Інші країни організували НТА при уряді держави (Ватикан, Угорщина, Молдова, Італія, Ліхтенштейн, Мальта, Нідерланди).

Характерними особливостями третьої моделі державного регулювання в сфері туризму є те, що:

- туристична галузь займає певне місце в структурі економіки;
- активний пошук можливостей в плані узгодження інтересів держави і приватного бізнесу, центру і регіонів;
- отримання Національною туристичною адміністрацією відносної самостійності у прийнятті рішень;
- здійснення чіткого поділу НТА на дві структури – «адміністративну» і «маркетингову».
- в економічно розвинених країнах спостерігається загальна тенденція до зменшення ролі центральної виконавчої влади, що призводить до скорочення державних витрат, в тому числі і на розвиток туризму.

Четверта модель припускає відсутність центрального органу виконавчої влади у сфері туризму. Четверту модель державного регулювання обирають країни, що надають перевагу вирішенню проблеми розвитку туризму на регіональному рівні, або самостійно суб'єктами господарювання на основі принципів ринкової економіки. Також четверта модель притаманна країнам, які або не приділяють розвитку туризму належного значення, або мають недостатній рівень економічного розвитку, або знаходяться в стані політичної нестабільності.

За результатами дослідження системи державного регулювання сферою туризму всіх 193 країн світу можна зробити висновок, що найбільш поширеною є друга модель, при якій в структурі уряду створюється комбіноване міністерство, що об'єднує туризм із суміжними галузями, 41 % країн світу обирають її. Та все ж третина держав (31 %) дотримуються третьої моделі, де центральним органом виконавчої влади у сфері туризму може бути або багатопрофільне міністерство, або державна структура (адміністрація, комітет, департамент тощо), безпосередньо підпорядкована уряду. Кожна п'ята (21 %)

країна світу має окреме міністерство туризму, тобто керується принципом першої моделі, і лише 7 % держав не займаються регулюванням туристичної галузі на рівні центральної державної влади.

Слід зазначити, що жодна з існуючих моделей у чистому вигляді не може бути застосованою в Україні, на сьогоднішній день, з урахуванням особливостей норм чинного законодавства та стану галузі. У процесі вироблення державної політики та стратегії розвитку туристичної галузі України доцільно використовувати методи правового, легалізованого, регламентованого, координованого, планомірного та прогнозованого характеру.

На сьогоднішній день однією з найбільш відвідуваних зарубіжних країн Європи є Німеччина. З правової точки зору особливий інтерес до даної країни обумовлений не лише тим, що вона має давню культуру, але й тим, що сформувала розвинену правову систему зі встановленими правовими традиціями.

Відомо, що країни Євросоюзу, які об'єднують триста сімдесят мільйонів громадян, є значним споживачем на міжнародному туристичному ринку. В даний час в Європі чітко проявляється тенденція формування «спільного туристичного простору». Аналіз проблеми показує, що важливе місце в міграційних процесах Німеччини займає міжнародний туризм. Німеччина з самого початку зайняла позицію рушійної сили в процесі європейської інтеграції та офіційно визнає себе країною імміграції з 2004 року.

Наразі туризм є однією з найрозвиненіших і дуже успішних галузей економіки Німеччини. Разом з тим туристичну галузь супроводжує позитивний і доброзичливий імідж. Будь-які туристичні пропозиції підсилюються привабливістю і популярністю німецьких міст і регіонів, а отже, і зростанням економіки Німеччини в цілому.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Проаналізуйте базові засади формування поняття «міжнародний туризм».
2. Визначте показники прямого та непрямого впливу міжнародного туризму на економіку приймаючих країн.
3. Проаналізуйте функції міжнародного туризму.
4. Визначте основні прояви негативного впливу туризму на суспільство.
5. Які особливості регулювання міжнародної туристичної діяльності у світі?
6. Які питання, що стосуються сфери діяльності туристичних фірм, вирішуються на рівні загального законодавства, котре є предметом туристичних нормативних актів?
7. Які міжнародні туристичні організації Ви знаєте і в чому полягають їх завдання?
8. Яку роль відіграє Організація Об'єднаних Націй у розвитку міжнародного туризму?
9. Які структура, мета і форми роботи Всесвітньої організації туризму?
10. Наведіть приклади основних всесвітніх конференцій і нарад з питань туризму. Які головні питання обговорювалися на цих форумах?
11. Охарактеризуйте питання, що стали предметом розгляду Римської конференції ООН з міжнародного туризму.
12. Проаналізуйте основні положення Документу «Акапулько» (1982 р.).
13. Яким є значення Гаазької декларації для розвитку туризму?
14. Розкрийте значення Декларації Всесвітньої конференції міністрів туризму 1994 р.
15. Назвіть традиційних лідерів туристичного бізнесу у світі.
16. Назвіть традиційних лідерів туристичного бізнесу серед німецькомовних держав.
17. З допомогою чого визначається конкурентоспроможність країн у сфері подорожей і туризму?

18. Охарактеризуйте оновлену методику складання Індексу конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму.

19. Назвіть перший спеціальний міжнародно-правовий акт, присвячений правовідносинам з надання туристичних послуг і охарактеризуйте його.

20. Скільки сучасних моделей державного регулювання туристичної галузі Ви знаєте?

21. Охарактеризуйте першу модель державного регулювання туристичної галузі. Які країни відносяться до першої моделі державного регулювання туристичної галузі?

22. Охарактеризуйте другу модель державного регулювання туристичної галузі. Які країни відносяться до другої моделі державного регулювання туристичної галузі?

23. Охарактеризуйте третю модель державного регулювання туристичної галузі. Які країни відносяться до третьої моделі державного регулювання туристичної галузі?

25. Охарактеризуйте четверту модель державного регулювання туристичної галузі. Які країни відносяться до четвертої моделі державного регулювання туристичної галузі?

Розділ 2. Особливості державного регулювання туристичної галузі в німецькомовних країнах Західної Європи

2.1 Механізм державного регулювання туристичної галузі в Німеччині

Федеративна Республіка Німеччина (ФРН) – парламентська демократична федеративна держава. Уже сама назва «Федеративна Республіка Німеччина» визначає її федеративну структуру. Державою є не лише сама федерація, але й всі 16 її федеративних земель. Всі вони мають власну суверенну владу, яку реалізують через власне законодавство, виконавчу владу і юрисдикцію. Кожна з земель має власну конституцію. Єдиною вимогою до земельних основних законів є відповідність принципам державного устрою, викладеним в Конституції країни, а саме: бути республіканською, демократичною, соціальною і правовою державою. Стосовно п'ятого принципу, а саме федералізму, то права земель щодо самоорганізації в інституційній сфері обмежуються лише вимогою дотримуватися «фундаментального демократичного і ліберального порядку». Решта питань залишається на розсуд земель.

Уряд країни (нім. *Bundesregierung*) приділяє особливу увагу туристичній галузі, яка сприяє створенню робочих місць в державі. Досвід багатьох країн показує, що на міжнародному ринку праці потреба у фахівцях, здатних без проблем працювати в мультинаціональних компаніях, вирішуючи глобальні проблеми людства, досить висока, і приклад тому – Німеччина. Безпосередньо в сфері туризму зайнято 2,9 млн. чоловік. На частку турбізнесу ФРН припадає 4,4 % всієї валової доданої вартості, що в абсолютному вираженні становить 100 млрд. євро.

Кількість правових досліджень у сфері туризму Німеччини в порівнянні з економічними не є такими значними та в більшості випадків такі напрямки, як

економіка, менеджмент, маркетинг, логістика, безпека в туризмі, сервіс і юриспруденція в окремих німецьких спеціалізованих виданнях тісно переплітаються і доповнюють один одного. Проте є підстави вважати, що на сьогоднішній день є достатня кількість німецької наукової та практичної літератури, присвяченої особливостям правової регламентації, маркетингу та менеджменту туризму в Німеччині. Дослідження вчених спрямовані на окремі питання цивільно-правового регулювання туристичної діяльності в ФРН, аналіз типових цивільно-правових договорів у сфері туризму, особливостей взаємодії міжнародного і національного регулювання туризму, деякі публічно-правові аспекти регулювання туризму в ЄС.

Виділяючи особливості правового регулювання туризму в ФРН, слід звернути увагу на відсутність окремого законодавства для туристичної галузі (спеціального закону або кодексу). Як наслідок, туристична галузь ФРН є інтегрованою складовою частиною економіки країни і підпадає під дію цивільного законодавства, а також повною мірою уособлює регулюючий вплив норм різних галузей: підприємництва, транспорту, торгівлі, зв'язку, культури, охорони здоров'я, страхування, захисту прав споживачів та ін. Крім того, особливе значення відводиться цивільному праву.

Німецьке цивільне укладення / Цивільний кодекс Німеччини (*нім. Burgerliches Gesetzbuch, скор. BGB*), будучи основним законом ринкової економіки, своїми нормами регламентує й сферу туризму. У Німеччині діє Закон про загальні умови угод (1977 р.) (*нім. Allgemeine Geschäftsbedingungen, скор. AGB*), положення якого увійшли в § 305 - 310 Німецького цивільного укладення. Цим Законом встановлюються умови для укладання договорів, в тому числі договорів надання туристичних послуг. Можна констатувати широку правову базу німецького законодавства щодо надання туристичних послуг.

До інших важливих законодавчих актів Німеччини, спрямованих на реалізацію державних завдань у сфері розвитку туризму та засобів їх досягнення, зокрема, відносяться: Закон про перебування в країні (*нім.*

Aufenthaltsgesetz, скор. AufenthG); Закон про статус іноземних громадян (нім. *Verordnung zur Durchführung des Ausländergesetzes, скор. DVAuslG*); Положення про підприємництво (нім. *Gewerbeordnung, скор. GewO*); Закон про підприємства громадського харчування (нім. *Gaststättengesetz*); Державний договір про внески за користування суспільно-правовими теле- і радіоканалами (нім. *Rundfunkbeitragsstaatsvertrag*); Положення про інформування Цивільного кодексу Німеччини (нім. *Verordnung über Informations- und Nachweispflichten nach bürgerlichem Recht, скор. BGB-InfoV*); Закон про регулювання ринку інформаційно-комунікаційних послуг (нім. *Telemediengesetz, скор. TMG*); Положення про інформування про ціни (нім. *Preisangabenverordnung, скор. PAngV*) та інші акти.

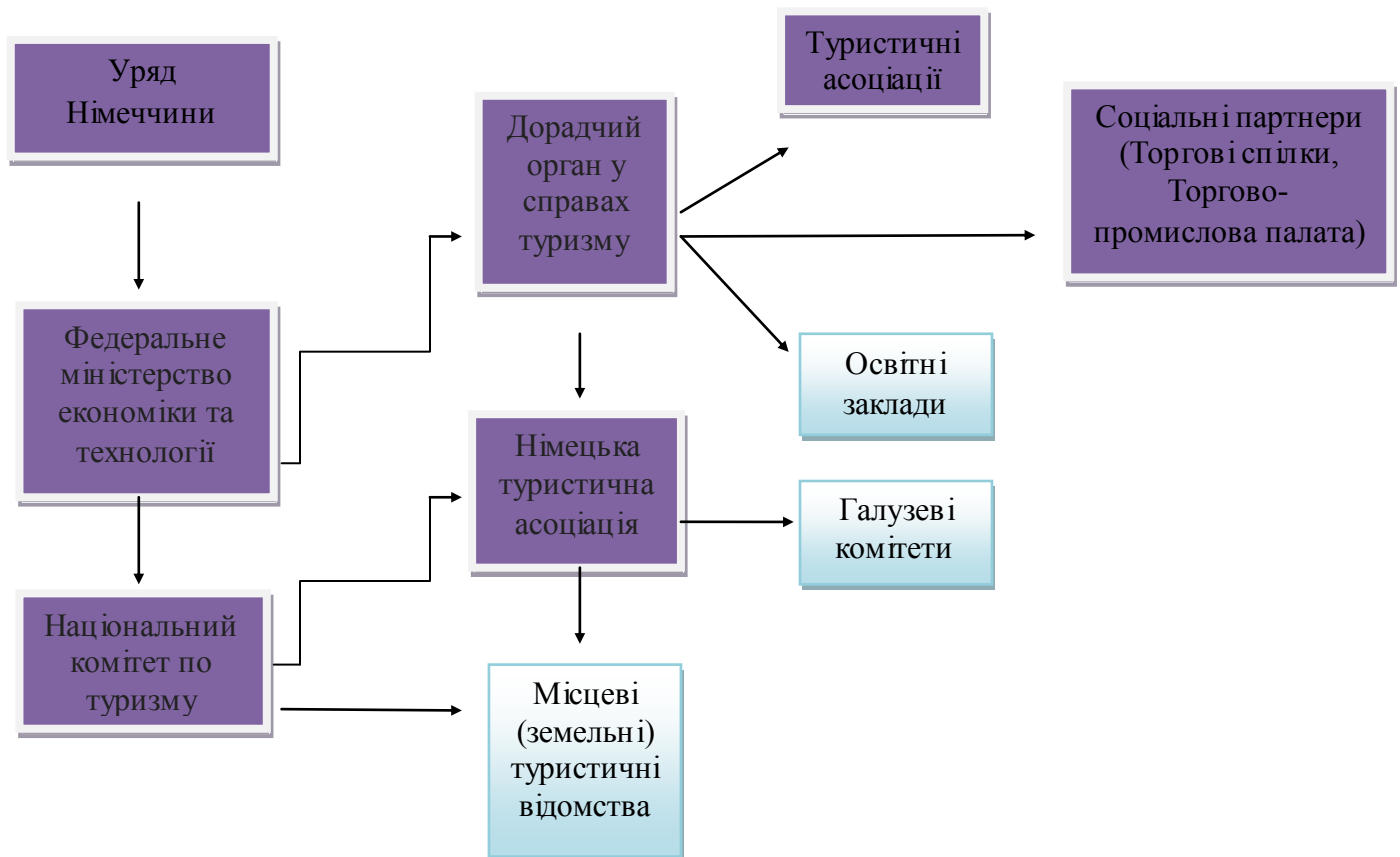
Важливе значення в регулюванні відносин між виробником і споживачем туристичних послуг в ФРН має судова практика, зокрема рішення Федерального Верховного суду Німеччини (нім. *Bundesgerichtshof, скор. BGH*) і земельних судів, наприклад Земельного суду Франкфурта-на-Майні.

Державне регулювання туризму в ФРН відноситься до компетенції Федерального міністерства економіки та технології (нім. *Bundesministerium für Wirtschaft und Energie*), в структурі якого виділяється спеціалізований орган – Національний комітет Німеччини по туризму, який є основною платформою для співпраці федеральних та місцевих органів влади (нім. *Deutsche Zentrale für Tourismus, скор. DZT*) (див. рис. 2.1).

Національний комітет Німеччини по туризму, на чолі з Федеральним міністерством економіки та технології, збирається на засідання двічі на рік для обміну необхідною інформацією та координацією дій та засобів щодо розвитку туристичної галузі на рівні федеральних земель.

Варто зауважити, що федеральні органи загальнодержавного рівня відповідають за вироблення та побудову загальної стратегії розвитку галузі в країні, просування туристичного образу країни всередині країни і за кордоном, а також за загальноекономічні заходи з розвитку внутрішнього та в'їзного

туризму, а місцеві (земельні) органи влади – за розвиток інфраструктури та реалізацію загальнодержавної стратегії на своїх територіях.



■ **Федеральний рівень регулювання**

■ **Місцевий (кантоніальний) рівень регулювання**

Рисунок 2.1 Структура державного регулювання туристичної галузі Німеччини

Федеральне міністерство економіки та технологій тісно співпрацює з Дорадчим органом у справах туризму (нім. *Beirats für Fragen des Tourismus*), який узгоджує інтереси уряду, комерційних підприємств, освітніх закладів, органів місцевої влади та бізнес-груп.

Як видно зі схеми, окрім державних органів, активну участь в регулюванні та формуванні туристичної галузі приймають різні підприємства сфери туризму, їх об'єднання та спілки, науково-дослідні інститути та ін. Можливість взаємного впливу на прийняття рішень різними рівнями державної влади,

спілок і об'єднань підприємств туристичної галузі та різних експертів реалізовується завдяки наявності ефективної системи взаємокоординації і взаємоконтролю туристичної галузі в країні. Так, Німецька туристична асоціація (нім. *Der Deutsche Tourismusverband*, скор. *DTV*), заснована в 1902 році, є керівним органом муніципальних, регіональних і національних туристичних організацій в Німеччині. Будучи головним координуючим і консультативним органом, Німецька туристична асоціація сприяє успішному розвитку туризму в країні та фінансується виключно за рахунок членських внесків, але задля проведення деяких спеціальних проєктів отримує тимчасове фінансування з відповідних федеральних міністерств, в основному з Федерального міністерства економіки та технологій. До членів Німецької туристичної асоціації належать тринадцять земельних (регіональних) туристичних об'єднань (нім. *Landestourismusorganisationen*), два міста, які отримали статус землі, а також три регіональні туристичні асоціації. Крім того, членство в організації мають 39 німецьких міст, усі муніципальні асоціації ФРН, а також деякі економічні партнери, в числі яких всесвітньо відомі ADAC і Deutsche Bahn AG, що представляють у Німецькій туристичній асоціації свої інтереси.

Сьогодні Німецька туристична асоціація надає численні послуги зв'язку, консультаційні та сервісні послуги, зокрема: презентація статистичних даних, проведення фундаментальних досліджень, представлення спільних відомостей про туристичну галузь Німеччини; доступ до основних норм, стандартів та інформації з різних галузей; створення мережі партнерських відносин в бізнесі, політиці і на інституційному рівні; організація та підтримка на загальнонаціональному рівні найважливіших заходів туристичної сфери діяльності; організація представництв інтересів учасників туристичної діяльності з числа муніципальних, регіональних і національних на політичному рівні; практичні поради для членів шляхом надання юридичних консультацій. Технічну підтримку асоціації надають чотири галузевих комітети: комітет «Кемпінгу і караванінгу» (нім. *Der Fachausschuss «Camping und Caravaning»*),

що займається кемпінг-індустрією на ринку туристичних послуг; комітет «Мобільність» (нім. *der Fachausschuss «Mobilität»*), що займається, зокрема, питаннями безпеки туристичної галузі; комітет «Сталого туризму» (нім. *Fachausschuss «Nachhaltiger Tourismus»*); комітет «Ініціативи якості в туризмі» (нім. *Fachausschuss «Qualitätsinitiativen im Tourismus»*), що несе відповідальність за постійну підтримку якості туристичної галузі.

Таким чином, Німецька туристична асоціація вже понад століття є однією з гігантів сучасного туристичного бізнесу Федерації, які розробляють найсучасніші стратегії і привабливі проекти для формування позитивного туристичного іміджу ФРН як всередині країни, так і за кордоном.

Федеральне міністерство економіки та технології також регулярно контактує з багатьма туристичними асоціаціями, співпрацює зі спілкою підприємців, які представляють інтереси туристичного бізнесу, розглядаючи та затверджуючи проекти, які спрямовані на покращення конкурентоздатності та інноваційного розвитку ключових гравців туристичної галузі Німеччини.

Національною рекламою Німеччини як туристичної країни займається Німецький туристичний центр (нім. *Deutsche Zentrale für Tourismus*). Це маркетингова туристична організація, яка за дорученням федерального уряду займається питаннями поширення реклами для приваблення до Німеччини іноземних туристів. Діяльність Німецького туристичного центру спрямована на підтримку мобільності та оптимізації засобів створення іміджу країни як привабливого туристичного центру. З цією метою вона має свої представництва в багатьох країнах. Крім того, організація відслідковує пропорційне балансування між успішним розвитком економіки країни, станом навколишнього середовища та захистом прав споживачів.

Як уже зазначалось, туристична галузь є інтегрованою складовою економіки Німеччини, тому у системі державного управління туризмом на федеральному рівні задіяні різні міністерства, а саме: Міністерство закордонних справ (нім. *Auswartiges Amt*), Федеральне міністерство праці та соціальних справ (нім. *Bundesministerium für Arbeit und Soziales*, скор. *BMAS*),

Федеральне міністерство освіти і наукових досліджень (нім. *Bundesministerium für Bildung und Forschung*, скор. *BMBF*), Федеральне міністерство продовольства, сільського господарства та захисту прав споживачів (нім. *Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz*, скор. *BMELV*), Федеральне міністерство фінансів (нім. *Bundesministerium der Finanzen*, скор. *BMF*), Міністерство у справах сім'ї, людей похилого віку, жінок та молоді (нім. *Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend*, скор. *BMFSFJ*), Федеральне міністерство охорони здоров'я (нім. *Bundesministerium für Gesundheit*, скор. *BMG*), Міністерство внутрішніх справ (нім. *Bundesministerium des Innern* (*BMI*)), Федеральне міністерство юстиції (нім. *Bundesministerium der Justiz*, скор. *BMJ*), Федеральне міністерство навколишнього середовища, охорони природи та безпеки ядерних реакторів (нім. *Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit*, скор. *BMU*), Федеральне міністерство транспорту, будівництва і міського розвитку (нім. *Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung*, скор. *BMVBS*), Федеральне міністерство економічного співробітництва та розвитку Німеччини (нім. *Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung*, скор. *BMZ*). Перераховані міністерства співпрацюють як у законодавчому полі, так і у сфері професійної діяльності фахівців даної галузі.

2.2 Правове та державне регулювання австрійської туристичної галузі

Так як в Німеччині, в Австрії відсутнє окреме законодавство туристичної галузі (спеціальний закон або кодекс). Туристична галузь також є інтегрованою складовою частиною економіки країни. Правове регулювання справами з туризму здійснюється федеральним парламентом, урядом і його окремими відомствами, а також належать до компетенцій федеративних земель відповідно до §10-15 Федеративного Закону Австрії (нім. *Bundesverfassungsgesetz*) з поправками від 01.08.2016.

Відповідно до головного закону Австрії, дев'ять федеральних земель (федеральних держав, нім. *Länder*), які утворюють Федеральну Республіку Австрія, мають законодавчі та виконавчі повноваження в справах туристичної галузі. Як вже наголошувалось, туристична галузь Австрії – це типовий міждисциплінарний сектор, до якого застосовуються як федеральні, так і європейські закони, які імплементуються та можуть зазнавати деяких корективів (кожна земля має право приймати постанови, необхідні для покращення економічного та соціального становища на окремих територіях).

У 2006 році австрійським Парламентом був створений Парламентський комітет у справах туризму, який досліджує міжнародний та національний стан розвитку туристичної галузі з подальшим визначенням директив для просування туристичного продукту як в середині країни, так і на міжнародному рівні.

На національному рівні політикою в галузі туризму в Австрії займаються федеральний парламент (нім. *Österreichisches Parlament*), федеральні міністерства та їх окремі підрозділи, зокрема: Федеральне Міністерство економіки, науки та досліджень (нім. *Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft*), Федеральне Міністерство економіки, сім'ї та молоді (нім. *Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend*), Торгово-промислова палата Австрії (нім. *Wirtschaftskammer Österreich*), Австрійський національний туристичний офіс (нім. *Österreich Werbung*), Австрійський банк розвитку туризму (нім. *Österreichische Hotel- und Tourismusbank*), Відділ статистики та досліджень (нім. *Touristische Forschung und Statistik*), а також соціальні та приватні організації, які задіяні у процес регулювання туризму в країні.

Управління туристичною галуззю Австрії передбачає чіткий поділ повноважень між федеральними та місцевими органами влади. Так, на місцевому рівні справами туристичної галузі займаються парламенти та уряди федеральних земель (нім. *Landesregierungen*), та їх департаменти в справах туризму, які створені у кожній окремій федеральній землі, зокрема: Бургенланд (нім. *Burgenland*) – Відділ у справах туризму (нім. *Hauptreferat Tourismus*),

Каринтія (нім. *Kärnten*) – Відомче управління федеральної землі (нім. *Landesamtsdirektion*), Нижня Австрія (нім. *Niederösterreich*) – Відділ у справах економіки, спорту та туризму (нім. *Wirtschaft, Sport und Tourismus Abteilung*), Верхня Австрія (нім. *Oberösterreich*) – Економічний відділ (нім. *Wirtschaft Abteilung*), Зальцбург (нім. *Salzburg*) – Відділ у справах економіки, туризму та громади (нім. *Wirtschaft, Tourismus und Gemeinden Abteilung*), Штирія (нім. *Steiermark*) – Відділ у справах економіки, спорту та туризму (нім. *Wirtschaft, Tourismus, Sport Abteilung*), Тіроль (нім. *Tirol*) – Відділ у справах туризму (нім. *Tourismus Abteilung*), Форарльберг (нім. *Vorarlberg*) – Економічний відділ (нім. *Wirtschaft Abteilung*), Відень (нім. *Wien*) – Віденське туристичне об'єднання (нім. *Wiener Tourismusverband*). Місцеві організації, які зацікавлені чи задіяні в діяльності туристичної галузі також приймають активну участь у процесі управління. (див. рис. 2.2)

Основна мета Федерального міністерства економіки, науки та досліджень полягає в підтримці структурних змін за рахунок форсування досліджень, технологій та інновацій.

Завдання Міністерства виконуються окремими центрами та підрозділами, які зосереджені на таких напрямках роботи:

- наука і вища освіта;
- дослідження;
- економічна політика, інновації та технології;
- політика зовнішньої торгівлі та європейської інтеграції,
- політика ведення бізнесу;
- туризм і історичні об'єкти;
- енергетика та гірничодобувна промисловість.

Варто наголосити, що відділ туризму та історичних цінностей (нім. *Sektion für Tourismus und Historische Objekte*), який сформовано при міністерстві економіки, науки та досліджень відіграє роль:

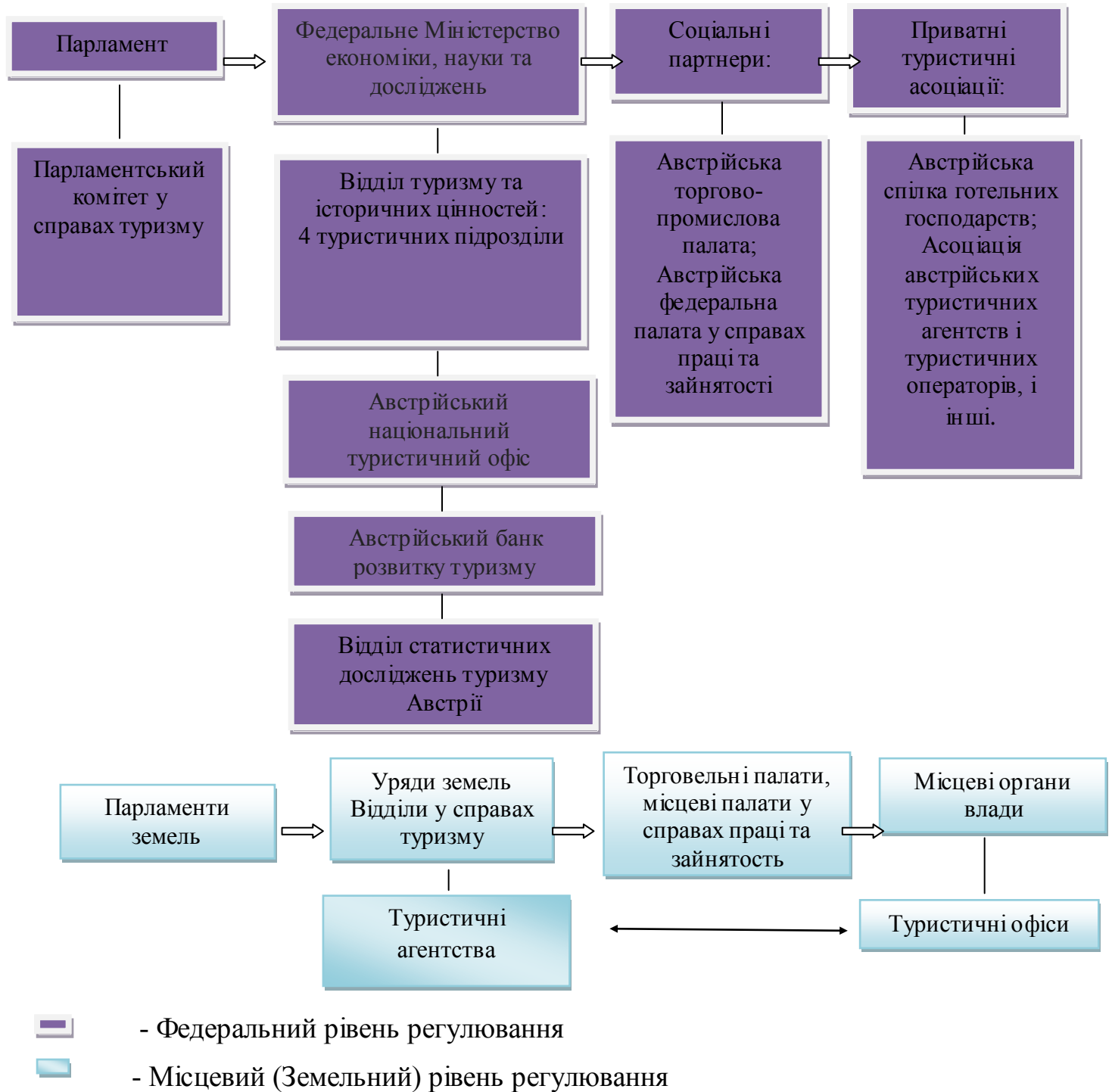


Рисунок 2.2 Система державного регулювання туристичної галузі Австрії

- національного інформаційного центру туризму та рекреації;
- координаційного центру для осіб та організацій національного та міжнародного рівня, залучених у туристичну діяльність;

– представництва федеральних інтересів в Австрійському національному туристичному офісі, який розробляє та імплементує національну маркетингову стратегію туризму.

Окрім цього, відділ туризму та історичних цінностей реалізовує діяльність в туристичній галузі за чотирма основними напрямками:

1. Політика в туристичній галузі: загальні питання політики туризму і стратегії розвитку туризму в країні; стратегічні дослідження; загальні статистичні питання туризму; координаційна діяльність в туристичній галузі, якщо це не перешкоджає діям інших відділів; аналіз стану діяльності Австрійського національного туристичного офісу.

2. Аналіз стану міжнародного туризму: аналіз стратегічних напрямів політики міжнародного туризму; аналіз діяльності міжнародних організацій та установ у туристичній сфері, австрійського представництва при Європейському Союзі в справах туризму; посилення співпраці в туристичній сфері діяльності.

3. Координаційна та промоутерська діяльність: координація контактів між діловими партнерами в сфері туризму; інформування та управління знаннями щодо тенденції в туристичній галузі, інновації та надійність (наприклад, зміна клімату, енергетика, навколишнє середовище, мобільність, навчання, доступність); загальна для усіх земель PR-стратегія та імпульсні проекти; єдина державна цінова політика; кризове управління туристичною галуззю; незалежна комісія з арбітражу при Федеральному міністерстві економіки, науки і досліджень.

4. Підтримка та співпраця: фінансування туризму в цілому; сприяння кредитуванню сільського господарства та сфери туризму; просування національного продукту на території ЄС; сприяння державної підтримки та інвестування країн Євросоюзу в розвиток національного туристичного продукту. Таким чином охоплено основні сфери, які регулюють діяльність туристичної галузі.

Відповідно до законодавчих і виконавчих ініціатив розвитку туризму Австрії та враховуючи горизонтальний характер державного управління туристичної галузі, співробітництво в даній сфері має важливе значення. На федеральному рівні, міністерство економіки, науки та досліджень співпрацює з іншими міністерствами по кожному конкретному випадку. Дев'ять федеральних земель, в законодавчій базі яких знаходиться відповідальність за туристичну галузь Австрії приймають активну участь в так званій Стратегічній групі задля подальшої розробки та виконання національної стратегії розвитку туризму.

Так, у лютому 2010 році Міністр Федерального уряду Австрії, який відповідає за стан та розвиток туристичної галузі, анонсував стратегію «Нові можливості туризму», яка характеризується тісною та стратегічною координацією питань розвитку та підтримки туристичної галузі органами влади на національному та регіональному рівнях, тобто посилює співпрацю федеральних відомств з місцевими органами влади.

Як національна організація, Австрійський національний туристичний офіс (далі скор. АНТО) у співпраці з австрійськими партнерами у туристичній галузі відповідає за збереження та зміцнення конкурентоспроможності Австрії як туристичної країни. Таким чином, АНТО здійснює серйозний внесок у збільшення частки Австрії на міжнародному туристичному ринку.

З 1955 р. основною метою організації (заснована під назвою «Австрійська рекламна організація з туризму», з 1989 р. перейменована на «Австрійський національний туристичний офіс») є створення іміджу Австрії як країни з безмежними туристичними можливостями.

Першочерговими завданнями АНТО є:

- просування бренду «Відпустка в Австрії»: бренд виділяє Австрію серед інших туристичних країн і додає емоційного забарвлення перебуванню в Австрії;

- врахування найперспективніших для австрійського туризму міжнародних ринків за допомогою інноваційних, сучасних маркетингових засобів;
- партнерство з австрійськими туристичними підприємствами.

Як правило, усі заходи організації фінансуються за рахунок бюджетних коштів АНТО. При цьому наявні пропозиції та сервісні послуги в однаковій мірі надаються всім учасникам туристичної сфери. Під час проведення маркетингових заходів, в яких партнери з туризму можуть брати участь, презентуючи власні, конкретні товари та послуги, АНТО бере на себе базове фінансування, яке, за необхідності, дофінансується внесками партнерів-учасників.

Необхідно зазначити, що кожного року АНТО проводить у всьому світі більше 1.500 маркетингових заходів. Діапазон діяльності коливається від класичної реклами Австрії як туристичної країни з використанням засобів масової інформації, випуском тематичних проспектів, організацією виставок і торговельних платформ, до співпраці з місцевими туроператорами і турагентствами, до організації тренінгів для представників туристичного та виставкового бізнесу.

Також АНТО здійснює інформаційну підтримку туристів із допомогою «інформаційного сервісного центру АНТО» та Інтернет-порталу www.austria.info. На цій найбільшій австрійській туристичній Інтернет-платформі представлено інформацію та туристичні пропозиції по всій Австрії, які зорієнтовані на потенційних гостей країни (на 20 мовах).

Важливу фінансову підтримку туристичної галузі Австрії здійснює Австрійський банк розвитку туризму, який був заснований у 1947 році.

Австрійський банк розвитку туризму гарантує фінансування державних та приватних проєктів спрямованих на розвиток туристичної галузі держави, створює основу фінансової співпраці між федеративним урядом та місцевими органами влади. Метою фінансової установи є фінансування необхідних проєктів з урахуванням структури та особливостей розвитку туристичної галузі

в межах окремої землі, тим самим створюючи індивідуальні пакети підтримки конкретних ініціатив і пропозиції того чи іншого регіону Австрії. Тісна співпраця між компетентними державними органами та Австрійським банком розвитку туризму сприяє економному засвоєнню державних коштів, які виділяються на розвиток туристичної галузі у регіонах, а також спрощує доступ приватних компаній туристичної сфери діяльності до джерел фінансування власних проектів.

Кожного року (до 2016 року) віце-канцлер, міністр туристичної галузі Райнхольд Міттерленер за участі Австрійського банку розвитку туризму проводили конференцію з залученням зацікавлених осіб та компаній, на якій були представлені та розглядались ініціативи і проекти розвитку туризму в Австрії. Проекти, які були визнані інноваційними та економічно вигідними для держави, отримували статус «пілотних» та отримували всебічну державну та фінансову підтримку в їх реалізації.

Необхідно наголосити, що Австрійський уряд і зацікавлені державні та недержавні організації постійно працюють над вдосконаленням інноваційного та інформаційного забезпечення туристичної галузі держави. Так, 20 вересня 2016 року, за ініціативи Федерального уряду, Австрійського банку розвитку туризму, Австрійської торгово-промислової палати, федерального економічного відділу у справах туризму та дозвілля, Австрійської спілки готельних господарств та інших громадських організацій було презентовано Crowdfunding-Portal (www.we4tourism.at). Це туристичний портал, на якому можна ознайомитися з останніми міжнародними та національними новинами, тематичними блогами сфери туризму. Значимою подією є те, що платформа дає можливість зацікавленим сторонам в галузі туризму (підприємцям, підприємцям-початківцям, партнерам по фінансуванню, промоутерам, та ін.) у будь-який час подавати до розгляду власні проекти та ініціативи, які в найкоротший термін будуть розглянуті та отримають відповідну резолюцію. Таким чином, з відкриттям туристичного порталу Австрії, проведення

щорічних конференцій з ініціативними групами осіб втратило свою необхідність.

Отже, основними принципами державного регулювання туристичної діяльності в Австрійській Республіці є:

- сприяння туристичній діяльності та створення сприятливих умов для її розвитку;
- державні гарантії щодо позик і субсидій, які надаються комерційними банками на розвиток туристичних проектів;
- визначення та підтримка пріоритетних напрямків розвитку туризму в державі та за її межами;
- промоутерська діяльність, спрямована на створення позитивного та привабливого іміджу країни на міжнародному туристичному ринку;
- захист прав туристів і підтримка туроператорів, турагентів і їх об'єднань.

2.3 Швейцарський досвід формування механізму державного регулювання туризму

Не менш успішною країною щодо розвитку туристичної галузі є Швейцарія, яка неодмінно заслуговує нашої уваги.

Швейцарія є федеративною державою, до складу якої входять 26 кантонів (20 кантонів та 6 напівкантонів), з яких кілька німецькомовних (Гарус, Тургау, Цюрих, Шаффгаузен, Швіц), кілька франкомовних (Во, Женева, Лозанна, Невшатель, Юра) і один італомовний (Тічино). Деякі кантони двомовні (Берн, Вале, Фрібур) – де говорять французькою та німецькою мовами, а в кантоні Граубюнден розмовляють одразу трьома мовами (німецька, ретороманська та італійська).

Кантони та напівкантони мають свою конституцію, парламент, уряд і суд, а також широкі права в таких сферах, як освіта, охорона здоров'я, управління земельними ресурсами, охорона правопорядку та судові організації, що стало

традиційною рисою німецькомовних держав Західної Європи. Кантони поділяються на громади (комуни), що мають більшу чи меншу ступінь автономії залежно від кантону. Для Швейцарії є характерним різноманіття форм місцевого самоврядування (гетерогенність). Кожен кантон самостійно визначає питання організації місцевого самоврядування, тому практично в кожному кантоні своя система і свої особливості. Всього в Швейцарії близько 2900 громад з різним статусом. Фактично громади – це утворення з обмеженою автономією. Вони підпорядковуються законодавству відповідного кантону і федерації. На громади покладаються всі ті завдання, які з вагомих причин не відносяться до компетенції більших політичних одиниць.

Конфедерація несе відповідальність за всі сфери національних інтересів, тобто оборону, закордонні справи, валюту, поштові послуги і залізницю. Розподіл обов'язків між Конфедерацією і кантонами фіксується Конституцією. Однак Конфедерація та кантони тісно співпрацюють і надають один одному взаємну підтримку. Наприклад, кантони проводять консультації щодо деяких федеральних проектів, зокрема тих, які пов'язані із затвердженням законів.

Основними тенденціями розвитку індустрії гостинності на сучасному етапі є поглиблення спеціалізації підприємств та формування готельних і ресторанних ланцюгів. У Швейцарії зафіксована найбільша кількість готельних ланцюгів в Європі. Швейцарська міжнародна готельна організація (*англ. Swiss Quality Hotels International*) є найбільшою некомерційною організацією та готельною мережею в Швейцарії, представлена 82 готелями в 52 містах Швейцарії. Слід зазначити, що готелі в країні класифікуються Швейцарською готельною асоціацією і повинні пройти експертну оцінку Програмою швейцарської якості туризму (*нім. Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus*).

Дослідження історії розвитку сфери туризму в Швейцарії показало, що туризм як сукупність занять, послуг та підприємств створює величезну кількість робочих місць. При цьому досягнення ефективності функціонування господарської одиниці відбувається не стільки завдяки її кількісним параметрам, скільки якісним – кваліфікаційному рівню її фахівців.

Швейцарія – один з лідерів на міжнародному ринку туризму, а завдяки своїм дивовижним пейзажам, культурним традиціям, відмінній інфраструктурі і якості надання послуг, Швейцарія вважається лідером туристичних відвідувань з великим потенціалом економічного зростання. Перш за все, розвитком туризму, як для місцевого населення, так і для іноземних туристів займається федеральний уряд Швейцарії (нім. *Bundesverwaltung*), який орієнтований на стратегічне управління проблемами сфери туризму, яке полягає в тому, щоб спочатку окреслити проблему і, далі, конструктивно співпрацювати з відповідними партнерами задля її вирішення.

Варто зауважити, що істотну фінансову підтримку галузі надає федеральний уряд, а також залучені фонди з членськими внесками, які забезпечують додаткове фінансування сфери туризму.

Зупинимось детальніше на структурі сучасної системи регулювання туристичної галузі Швейцарії. По горизонталі існують 3 рівноправні, відносно незалежні гілки (субсистема) інститутів, що регулюють туристичне виробництво: органи державної влади та місцевого самоврядування; приватні інститути; приватно-правові об'єднання, спілки.

Вертикальна ієрархія системи регулювання туризму має 3 основні рівні: федеральний, кантональний і локальний. У деяких кантонах існують також регіональні об'єднання в справах туризму.

Співпраця регіональних і кантональних інститутів в межах регулювання туристичного ринку є особливістю Швейцарії. Поряд з адміністративним поділом на кантони, в Швейцарії існує система туристичних регіонів, яка була запропонована Центральним відомством у справах туризму (далі скор. ЦВТ) (нім. *Schweiz Tourismus*). Туристичні регіони не обов'язково співпадають з адміністративними межами кантонів. На 25 кантонів припадає 11 туристичних регіонів, з них лише 4 співпадають з кантоніальними одиницями. Межі цих регіонів встановлювались на основі визначення спільних інтересів та потреб окремих адміністративних одиниць. Існуючі регіональні туристичні організації

виконують функції «зв'язкового» між національним рекламним агентством з туризму, яким є ЦВТ, і значною кількістю туристичних підприємств.

Вертикальний зв'язок інститутів системи регулювання в туристичній галузі побудовані за так званим «принципом конвергенції». Його сутність полягає в наступному: весь інформаційний потік здійснюється по вертикалі від верхніх рівнів до базового (рівня підприємства). На федеральному рівні розробляється національна концепція розвитку туристичної галузі (або її окремого аспекту), яка являє собою комплексний розгляд проблем галузі у взаємозв'язку з встановленими системами суспільного буття: економікою, навколишнім середовищем, соціальним життям суспільства. Діяльність інститутів туристичної політики на кантональному рівні (федерації) базується на кантональному законодавстві туризму, яке, в свою чергу, є основою для статутів місцевих і регіональних інституцій туристичної галузі. Останні, в свою чергу, є провідниками загальнодержавної політики в галузі туризму на місцевому рівні з врахуванням інтересів безпосередніх виробників.

Державна політика Швейцарії в галузі туризму ґрунтується на принципі поділу функцій і координації діяльності всіх відповідальних структур. В ієрархічній системі державного регулювання зростає роль відповідних інститутів як інформаційно-консультативних та координаційних центрів. Порівняємо функції окремих інститутів різних рівнів системи регулювання ринку туризму.

На національному рівні кожен з федеральних департаментів Швейцарської Конфедерації розглядає окремі аспекти туристичного виробництва в межах своєї компетенції. Так, Департамент фінансів (нім. *Eidgenössische Finanzdepartement*, скор. *EFD*) опікується питаннями експертної оцінки фінансування заходів, спрямованих на розвиток туристичної сфери діяльності; Департамент зі статистики (нім. *Bundesamt für Statistik*) відповідає за організацію регулярного статистичного звіту з туризму і здійснює розрахунок національного туристичного балансу; Департамент народного господарства (нім. *Bundesamt für Landwirtschaft*) здійснює та контролює фінансування в

межах регіонального планування розвитку туризму, надає інвестиційну допомогу та кредити підприємствам туристичної сфери діяльності, проводить заходи щодо вдосконалення професійної підготовки кадрів для туріндустрії та інш.

У системі державного регулювання галузі Центральне відомство у справах туризму відповідає за напрацювання основоположень туристичної політики уряду країни, а також тісно взаємодіє з усіма туристичними організаціями Швейцарії.

Функціональна децентралізація неминуче обумовлює необхідність існування органу, що координує дії усіх структурних елементів системи регулювання туристичної галузі держави. Подібним органом в Швейцарії є Дорадча комісія у справах туризму (нім. *Schweizer Tourismus-Verband*), яка об'єднує представників 5 федеральних міністерств, які будь-яким чином пов'язані з туристичною сферою діяльності, а також Швейцарське Центральне відомство у справах туризму, Товариство з кредитування готельного господарства (нім. *Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit*) та 12 найбільших туристичних спілок і підприємств країни. (див. рис. 2.3)

Напрацювання Федеральним урядом загальної концепції ведення політики в туристичній галузі є прерогативою Державної служби у справах економіки (нім. *Staatssekretariat für Wirtschaft, скор. SECO*) при Федеральному департаменті економіки, освіти та досліджень (нім. *Eidgenössisches Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung, скор. DWBF*). У коло її завдань входять співпраця та підтримка в відкритті туристичного підприємства, реклама туризму, участь в діяльності міжнародних туристичних організацій. Разом з тим, Федеральна служба координує діяльність федеральних відомств, а також федеральних органів, туристичних підприємств та організацій.

Дорадча комісія у справах туризму при Федеральному уряді координує діяльність усіх зацікавлених федеральних відомств, а також організацій, що надають турпослуги. Дорадча рада остаточно визначається з формулюванням федеральної концепції розвитку туристичної галузі, яка є основою

кантонального туристичного законодавства та регіональних програм розвитку галузі. Організація має своє друковане медіа-джерело – журнал «Hotel+Touristikrevue», у якому публікує інформаційні бюлетені про діяльність федерації та ведення політики в туристичній галузі держави.

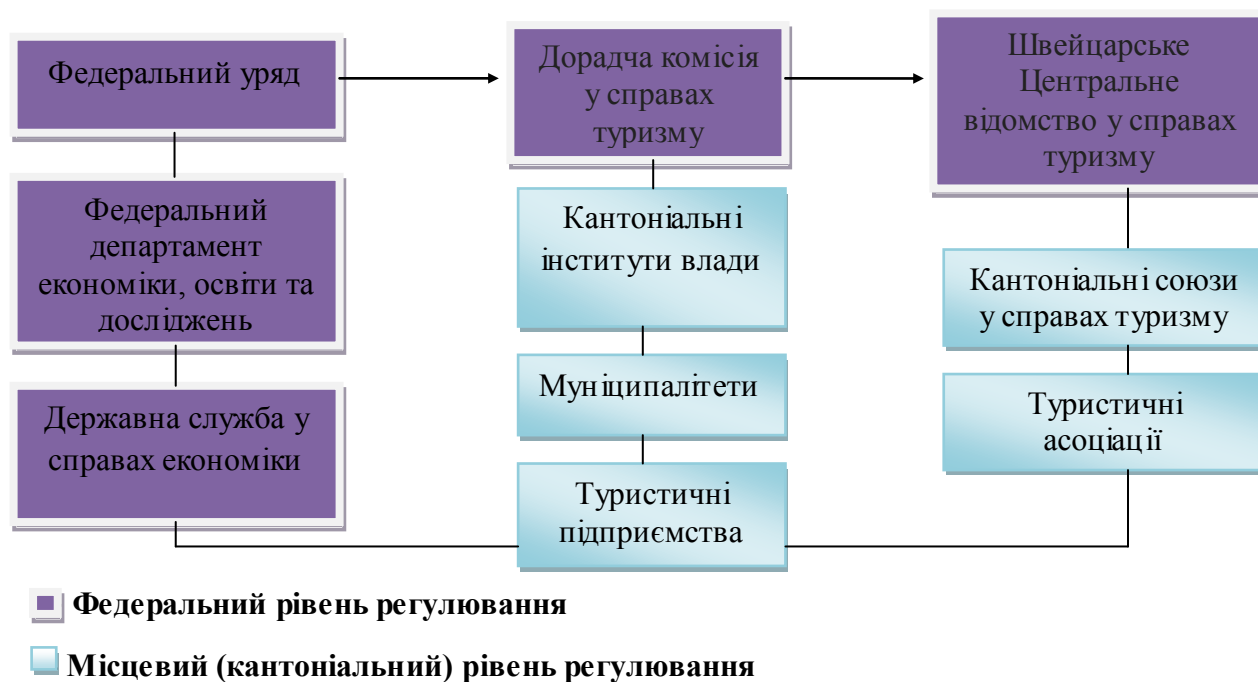


Рисунок 2.3 Структура державного регулювання туристичної галузі

Швейцарії

Найважливішими джерелами надання фінансової підтримки підприємствам сфери туристичних послуг є державні та приватні туристичні інститути, які частково субсидуються федеральним урядом. Йдеться, перш за все, про Швейцарське центральне відомство у справах туризму, Швейцарське товариство з кредитування готельного господарства та Державної служби у справах економіки.

Швейцарське центральне відомство у справах туризму – це найбільше національне рекламне агентство, основною метою якого є залучення в країну іноземних туристів і пожвавлення туристичного попиту всередині країни. Діяльність цієї організації в значній мірі фінансується Федеральним урядом. Найважливішими функціями відомства є: стимулювання попиту на туристичні

послуги за кордоном і всередині Швейцарії; координація маркетингової діяльності регіональних і кантональних Союзів у справах туризму (нім. *Verkehrsvereine*); ринкові дослідження та інформаційні послуги.

Приватні туристичні інститути також мають чітко виражену функціональну спеціалізацію. Одним із таких установ є Спілка швейцарських власників готелів (фран. *Hotelleriesuisse*), яка фінансує систему підготовки та перепідготовки кадрів для готельного господарства. Інтереси власників середніх, сімейних готельних комплексів представляє Швейцарська спілка власників сімейних готельних підприємств (нім. *Hotels und Ferienhäuser für Gruppen*).

Підсумовуючи вищесказане, необхідно наголосити, що ієрархія відомств різних рівнів – це логічна схема, яка не має підрядного характеру. Кожне об'єднання у справах туризму на національному, комунальному чи іншому рівні є самостійним, незалежним господарським суб'єктом діяльності, підзвітним лише своїм засновникам. Координація діяльності всіх ланок системи регулювання туристичної галузі Швейцарії значною мірою побудована на принципі економічної доцільності і розумінні необхідності об'єднання зусиль навколо спільної мети, яка полягає у покращенні умов надання туристичних послуг.

Дослідивши структуру регулювання туристичної галузі Швейцарії, вважаємо необхідним розглянути деякі нормативні документи, що розроблялись на середньострокову та довгострокову перспективу:

1. Концепція розвитку туризму Швейцарії (фр.. *Conception suisse du tourisme*, 1979). Одним із стратегічних завдань даної концепції є координація інтересів розвитку економіки туризму з громадськими інтересами та поліпшенням екології навколишнього середовища.

2. Стратегія розвитку туризму в Швейцарії на 2012–2015 рр.. (нім. *Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz*)

Таким чином, політика в галузі туризму базувалась на чотирьох основних стратегіях:

- 1) ідентифікація та опрацювання проблеми на ранньому етапі (стратегічне управління проблемою);
- 2) посилення координації та співробітництва;
- 3) збільшення привабливості швейцарського туристичного продукту;
- 4) закріпити присутність Швейцарії як туристичної країни на лідируючих позиціях у світі.

Науково-практичний інтерес викликає програма стимулювання політики в сфері туризму на 2016–2019 рр. (нім. *Umsetzungsprogramm der Tourismuspolitik 2016–2019*), яка спрямована, зокрема, на підтримку туристичної галузі. Крім того, вона сприяє вирішенню проблем, пов'язаних з високою вартістю швейцарського франка. Програма включає в себе чотири напрями:

- модернізація готельної індустрії;
- покращення та закріплення якості надання туристичних послуг;
- оптимізація структури та посилення співпраці;
- просування та популяризація швейцарського туристичного продукту у світі.

Необхідно відзначити, що керівні принципи державної політики у сфері туризму характеризують Швейцарію як успішну і привабливу туристичну країну, так само як найбільш конкурентоспроможну в світі. Зрозуміло, що розвиток та процвітання туристичної галузі держави залежить не лише від регулюючих органів, але й від забезпечення висококваліфікованих кадрів, які в змозі забезпечувати надання туристичних послуг на високому рівні.

2.4 Адміністративно-правове регулювання та державне управління туристичної галузі Люксембургу

Велике Герцогство Люксембург (фр. *Grand-Duché de Luxembourg*) є парламентарною державою, яку очолює монарх, що разом з урядом становить виконавчу владу. В адміністративному відношенні Люксембург поділяється на

3 округи (Люксембург, Дікирш, Гревенмахер), які складаються з 12 кантонів, а ті, в свою чергу, включають в себе 105 міських та сільських комун. Згідно діючої конституції (1868 рік) представницьких органів в адміністративних одиницях немає, функції місцевої адміністрації виконуються вищими посадовими особами, що призначаються Урядом: в округах – комісарами, в кантонах – бургомістрами.

Люксембуржці, що мають кельтське коріння з домішкою французького та німецького етносу, розмовляють трьома мовами (французькою, німецькою та місцевою мовою – люксембурзькою). Формально існує мовна рівноправність, хоча у законодавчій сфері пріоритет закріплений за французькою мовою.

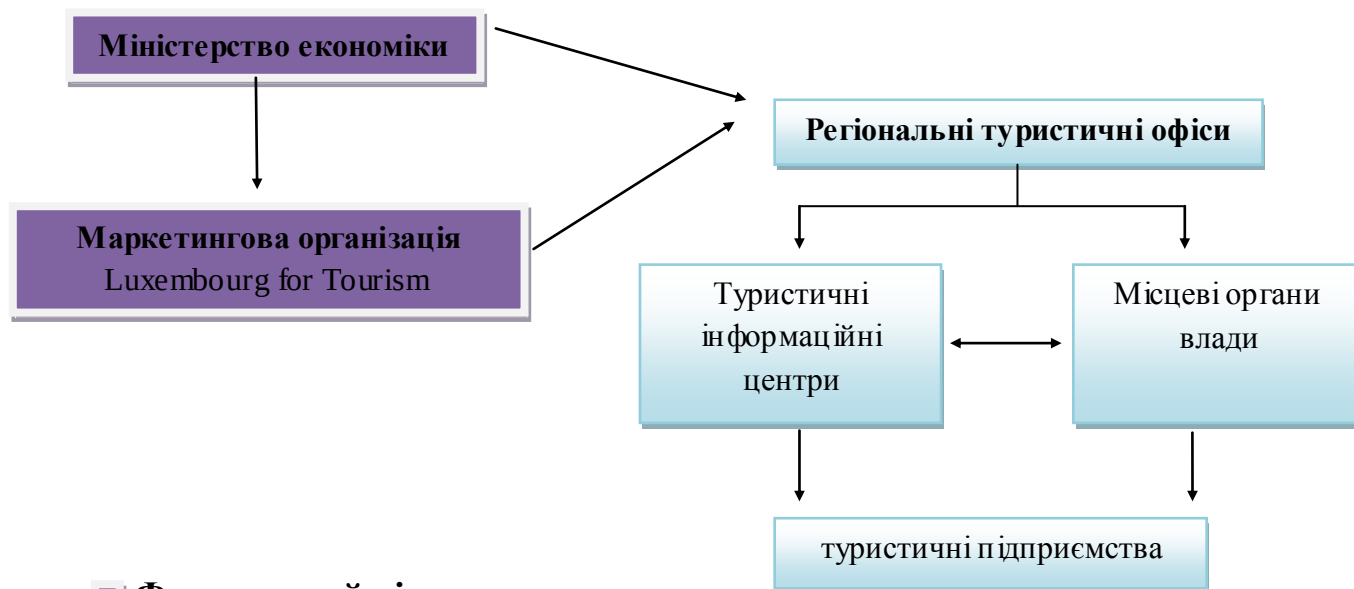
Люксембург був одним із засновників Європейського Союзу. Країна знаходиться у мейнстрімі політики ЄС, беручи участь у всіх заходах і новаціях – від впровадження євро до новітніх соціально-економічних та політичних ініціатив.

Люксембург є однією з найбільш економічно розвинених країн світу. Основу економіки формує сфера послуг, що є характерною ознакою розвинених країн на сучасному етапі. На послуги припадає близько 83% ВВП країни, з них 2,9 % (8 млрд. євро) забезпечує туристична галузь країни, яка налічує 7 000 працівників, що становить 3,9 % від загального обсягу ринку праці.

Щодо регулювання туристичної галузі, необхідно відзначити, що так само, як і в Німеччині, Австрії та Швейцарії, цими питаннями опікується Міністерство економіки (*фр. Direction générale du tourisme*) (див. рис. 2.4.).

Організація «Люксембург для туризму» (*анг. Luxembourg for Tourism, LFT*) була створена при Міністерстві економіки у 2015 році. Це новий державний орган, який займається просуванням та рекламуванням Люксембургу як туристичної країни на національному та міжнародному рівні. У січні 2016 року «Люксембург для туризму» замінив раніше діючий Національний офіс у справах туризму (*фр. Office National du Tourisme*), який також займався маркетингом туристичної галузі. LFT значною мірою фінансується урядом.

Кожен округ має також відповідний орган, Регіональний офіс у справах туризму (анг. Regional Offices for Tourism), який займається проблемами туристичної сфери на окружному рівні. Перші туристичні офіси регіонального значення з'явилися у 2008 році. Завданням Регіональних туристичних офісів є покращення стандартів туристичної галузі та координація дій організацій та спілок, задіяних у організації туризму в державі.



■ **Федеральний рівень регулювання**

■ **Місцевий (кантоніальний) рівень регулювання**

Рисунок 2.4 Державне регулювання туристичної галузі Люксембургу

Національні та регіональні органи державного регулювання туризму Люксембургу регулярно співпрацюють з інформаційними центрами, туристичними асоціаціями та зацікавленими приватними організаціями у питаннях фінансування, обміну інформацією, законодавчого регулювання, просування та управління якістю надання туристичних послуг.

Велике Герцогство Люксембург має значний потенціал, щоб бути привабливим світовим туристичним напрямком, але міжнародна туристична репутація держави ще не настільки міцно встановлена, як у інших німецькомовних держав (Німеччина, Австрія, Швейцарія). Тому уряд регулярно вживає заходів для покращення умов перебування іноземних туристів у Люксембурзі, а також намагається підкреслити та прорекламувати численні

історичні пам'ятки країни, звертаючи увагу на її привабливість як місця рекреації.

У 2016 році Уряд Люксембургу прийняв Середньострокову стратегію розвитку туризму до 2020 року. Пріоритетними напрямками реалізації політики уряду є:

- підвищення якості туристичних продуктів, стимулювання й субсидування інвестицій суб'єктами туристичної сфери діяльності, спрямованих на поліпшення якості надання туристичних послуг, а також розвиток знаку якості обслуговування;

- створення відділу організацій виставок, зібрань, ярмарків і конференцій (*анг. Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions (MICE) sector*), в тому числі створення MICE групи за участі успішних туристичних організацій з метою розробки іміджу Люксембургу як привабливого місця для проведення відповідних заходів;

- диверсифікація туристичних продуктів і розвиток активного туризму, а саме пішохідні, велосипедні прогулянки та винні тури. Це передбачає розробку нового туристичного продукту, особливо в рамках роботи регіональних офісів туризму, а також розвиток та рекламування окремих видів рекреації в межах LFT;

- полегшення доступу до інформації щодо туристичних послуг країни з допомогою підходу Design for All, який передбачає ознайомлення та зацікавлення європейських інвесторів туристичною країною Люксембург, а також розробку програми EureWelcome, яка передбачає залучення інвесторів у туристичну галузь Люксембургу;

- покращення роботи щодо ведення статистичних даних у сфері туризму;

- врегулювання вимог щодо класифікації туристичних розміщень, яка передбачає модернізацію системи класифікації, з метою забезпечення більш прозорих пропозицій, захисту споживачів послуг, стимулювання належної конкуренції між установами туристичної сфери діяльності та стимулювання інвестування задля поліпшення якості їх пропозицій.

Необхідно зазначити, що в країні не існує єдиного закону, що регулює туристичну галузь Люксембургу. Законодавче регулювання туристичної сфери діяльності складається з декількох законів, а саме: Закон щодо інвестування коштів у інфраструктуру туристичної сфери діяльності, Закон щодо регулювання діяльності готельних господарств, Закон щодо регулювання зеленого туризму; Закон, який контролює переміщення туристів по закладах надання туристичних послуг.

Отже, Люксембурзька держава посіла одне з найвищих місць серед країн Євросоюзу щодо економічного розвитку. Такі здобутки викликані низкою чинників, серед яких – стратегічні зусилля уряду. Аналізуючи стан туристичної галузі країни, можна зробити висновок, що уряд Люксембургу робить впевнені кроки до поліпшення своєї позиції на світовому туристичному ринку, адже згідно світового рейтингу країн за індексом конкурентоспроможності у секторі подорожей і туризму у 2015 році, Люксембург зайняв 26 позицію, тоді як Німеччина – 3, Швейцарія – 6, Австрія – 12. На нашу думку, причиною цього є зосередження керівництва країни на більш вигідній ланці економіки – фінансово-банківському секторі – та використання інтеграційного фактору, максимально задіявши торговельний потенціал відкритої економіки. Не дивлячись на це, уряд Люксембургу намагається виправити ситуацію, яка склалась у туристичній галузі, приймаючи цілий ряд стратегічних дій, спрямованих на виведення країни у Європейські лідери на міжнародному ринку туризму.

2.5 Порівняльний аналіз інструментарію регуляторної політики туристичної галузі німецькомовних країн Євросоюзу

Детальний огляд державного регулювання туристичної галузі німецькомовних держав Західної Європи дає змогу структурувати основні

подібні та відмінні ознаки систем державного регулювання туристичної галузі (див. табл. 2.1)

Таблиця 2.1

Система державного регулювання туристичної галузі німецькомовних країн Західної Європи

	<i>Німеччина</i>	<i>Австрія</i>	<i>Швейцарія</i>	<i>Люксембург</i>
	1	2	3	4
<i>Тип моделі державного регулювання</i>	III	III	III	II
<i>Управління на федеральному рівні</i>	Федеральне міністерство економіки та технології	Міністерство економіки, науки та досліджень	Федеральний департамент економіки, освіти та досліджень	Міністерство економіки
<i>Управління на регіональному рівні</i>	Уряди федеральних земель	Уряди федеральних земель	Уряди кантонів	Регіональні офіси у справах туризму
<i>Громадське управління (провідна установа)</i>	Німецька туристична асоціація	Австрійська торгово-промислова палата; Австрійська спілка готельних господарств; Асоціація австрійських туристичних агентств і туристичних операторів, і ін.	Дорадча комісія у справах туризму	Громадські туристичні організації
<i>Фінансове забезпечення</i>	Федеральний уряд, громадські організації	Австрійський банк розвитку туризму	Швейцарське центральне відомство у справах туризму, Швейцарське товариство з кредитування готельного господарства та Державної служби у справах економіки	Уряд Люксембургу, громадські організації

	1	2	3	4
<i>Маркетингова діяльність</i>	Туристичний центр Німеччини	Австрійський національний туристичний офіс	Швейцарське центральне відомство у справах туризму	Люксембург для туризму
<i>Законодавче регулювання</i>				
<i>Уніфікована законодавча база</i>	-	-	-	-
<i>Наявна законодавча база</i>	Цивільний кодекс; Закон про перебування в країні; Закон про статус іноземних громадян; Положення про підприємництво; Закон про підприємства громадського харчування; Закон про регулювання ринку інформаційно-комунікаційних послуг; Положення про інформування про ціни.	Закон здійснення комерційної діяльності; Закон про робочий час; Закон про працю, відпочинок, дітей та молодь; Закон про зайнятість; Закон про захист екології; Міжнародні договори.	Конституція Швейцарії; Концепція розвитку туризму Швейцарії; Стратегія розвитку туризму в Швейцарії на 2012-2015 рр...; Програма стимулювання політики в сфері туризму на 2016-2019; Програмою швейцарської якості туризму.	Закон щодо інвестування коштів у інфраструктуру туристичної сфери діяльності; Закон щодо регулювання діяльності готельних господарств; Закон щодо регулювання зеленого туризму; Закон, який контролює переміщення туристів по закладах надання туристичних послуг.

Отож, туристична галузь є пріоритетною складовою розвитку економіки країн, адже саме міністерства економіки займаються регулюванням туризму в Німеччині, Австрії, Швейцарії та Люксембурзі. Враховуючи те, що розглянуті німецькомовні країни мають федеральний устрій державного управління, значна частина повноважень щодо регулювання означеної сфери діяльності покладена на регіональні уряди, які приймають законодавчу базу розвитку місцевого туризму. Необхідно підкреслити, що лише в Люксембурзі створені профільні департаменти регіонального рівня, які безпосередньо займаються питаннями туризму в округах. В інших державах органи федерального і

регіонального рівня розділяють сферу впливу на туристичну галузь між декількома департаментами.

Позитивним моментом є активна співпраця урядів та міністерств держав з громадськими організаціями, особливо якщо створюється громадський координуючий орган співпраці держави з туристичними організаціями (Німеччина, Австрія, Швейцарія). Такий координаційний центр сприяє дослідженню реального стану туристичної галузі в регіонах, виокремленню нагальних питань і донесення інформації до федеральних органів, які в змозі вплинути на покращення ситуації та вирішення окреслених проблем.

Варто зауважити, що усі вищезгадані країни приділяють значну увагу створенню позитивного іміджу країни як привабливого туристичного центру на національному та світовому туристичних ринках, створюючи окремий підрозділ, що розробляє маркетингову стратегію розвитку туризму. Також, на нашу думку, ще однією з переваг державного регулювання туристичної галузі є створення фінансового центру, який розподіляє, спрямовує та контролює фінансування туризму, що робить туристичну сферу привабливішою та надійнішою. На даний момент, такий центр створено лише в Австрії, але вже визнаний Євросоюзом як один із найуспішніших проєктів, що сприяє розвитку туристичної галузі.

Необхідно зазначити, що жодна німецькомовна країна не має уніфікованої законодавчої бази туристичної галузі, в більшості випадків вона регулюється законами суміжних галузей. Цікавим є випадок із законодавчим регулюванням туристичної галузі в Швейцарії, основу якого складають статті Федеральної Конституції, що регулюють економічну діяльність в країні. Стратегію розвитку туризму визначає Федеральний уряд, який приймає для цього необхідні концепції та постанови.

Таким чином, державна політика туристичної галузі й туристської освіти, як система методів і заходів економічного, політичного, соціального, правового, освітнього характеру, що здійснюються як державними, так і недержавними органами, відповідальними за туристичну діяльність і освіти

формує передумови створення дієвої системи регулювання та координації галузі в німецькомовних країнах Західної Європи.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. На яких рівнях здійснюється регулювання туризму у ФРН?
2. Які державні установи приймають участь у регулюванні туризму на федеральному та місцевому рівні в Німеччині?
3. Чи існує єдина законодавча база, яка регламентує туристичну діяльність Німеччини?
4. До компетенції якого міністерства відноситься державне регулювання туризму в ФРН?
5. Назвіть недержавні установи, які приймають участь у регулюванні туризму в ФРН.
6. Назвіть організацію, яка займається рекламуванням ФРН як туристичної країни.
7. Охарактеризуйте горизонтальну та вертикальну ієрархію системи регулювання туризму в Швейцарії.
8. Які державні установи приймають участь у регулюванні туризму на національному та місцевому рівні в Австрії?
9. Чи існує єдина законодавча база, яка регламентує туристичну діяльність Австрії?
10. До компетенції якого міністерства відноситься державне регулювання туризму в Австрії?
11. Назвіть організацію, яка займається рекламуванням Австрії як туристичної країни. Чи відноситься така організація до державних установ?
12. Назвіть медіа-джерела, що використовуються в німецькомовних державах як засіб туристичного інформування.
13. Які публічні заходи проводяться австрійським урядом для стимулювання розвитку туризму в країні?

14. Охарактеризуйте нормативні документи, що розроблялись на середньострокову та довгострокову перспективу розвитку туризму в Швейцарії.
15. Яке міністерство опікується питаннями розвитку туризму в Люксембурзі?
16. Який державний орган Люксембургу займається питаннями рекламування країни як європейського туристичного центру? Які його функції?
17. Охарактеризуйте рівень сформованості систем державного регулювання туристичної галузі німецькомовних країн Західної Європи відповідно до зведених даних в Табл. 2.1.
18. Охарактеризуйте особливості інвестиційної політики німецькомовних держав відносно міжнародного туризму.
19. Проаналізуйте відмінності між урядовими функціями німецькомовних країн у галузі управління та контролю за розвитком туризму.
20. Для чого створюються регіональні туристичні організації? Наведіть їх приклади у німецькомовних країнах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Антропова Н.А. Межкультурная компетенция как неотъемлемая составная часть профессиональной подготовки. *Международный журнал экспериментального образования*. 2012, № 4. С. 12 – 13.
2. Антропов Р.В. Правовой и организационный аспекты миграционной политики ФРГ в части социальной интеграции трудовых мигрантов: опыт для России. *Миграционное право*. 2013, № 4. С. 50 – 52.
3. Войтушенко О. П. Новітні підходи до сучасних туристичних авіаційних перевезень . *Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права*. Серія : Філософські науки. 2011, Вип. 11. С. 275– 283.]
4. Гаазька декларація Міжпарламентської конференції з туризму : Міжнародний документ від 14.04.1989 р. URL : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_904.
5. Глобальний етичний кодекс туризму : Міжнародний документ від 01.10.1999 р. URL : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/983_001.

6. Декларація тисячоліття Організації Об'єднаних Націй : Міжнародний документ від 08.09.2000 р. URL : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_621.
7. Документ Акапулько. URL : <http://docs.cntd.ru/document/901813697>.
8. Історія держави та права зарубіжних країн та правові системи світу. Люксембург. *Історично-правовий портал – zen.in.ua*. URL : <http://www.zen.in.ua/l/lyuksemburg-velike-gercogstvo-lyuksemburg/derzhavnij-ustr%D1%96j>).
9. Кодекс туриста : Міжнародний документ від 01.01.1982 р. URL : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_641.
10. Конституція Великого Герцогства Люксембургського. Конституции государств Европы: в 3 т. / общая ред. Окунькова Л.А.. М : Норма, 2001. Т.2. С.395 – 418.
11. Манильская декларация по мировому туризму. URL : <http://www.eco-tourism.kz/eco4.html>.
12. Міністерства економічного розвитку та торгівлі : веб-сайт. URL : <http://www.me.gov.ua/Documents/Print?lang=uk-UA&id=ffc9a9b9-4ce5-439b-aa44-c4f26e86abbb>).
13. Міщенко А.Г. Міжнародне співробітництво у сфері туризму. *Науковий вісник Київського гуманітарного інституту*. Серія «Економічні науки». 2008, № 1. С. 18 – 24.
14. Научный портал «4Science». Австрийское федеральное министерство науки, исследований и промышленности : веб-сайт. URL : <https://4science.ru/finsources/Avstriiskoe-federalnoe-ministerstvo-nauki-issledovani-i-promishlennosti>.
15. Посохов С., Артем'єв Е. Розвиток індустрії туризму німеччини : досвід для України. *Вісник харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія : «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2013, № 1086. С. 175 – 179.
16. Соколова Н.А. Туризм в Российской Федерации : учеб. пособие. М. : Волтерс Клувер, 2010. 224 с.

17. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму : теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія [2-ге вид., випр. та доповн.]. К., 2009. 463 с., с. 85 – 86.
18. Фалько Е. А. Розвиток інформатизації міжнародного туристичного бізнесу в умовах глобалізації : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.02 / Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, 2014. 392 с.
19. Хартія туризму : Міжнародний документ від 01.01.1985 р. URL : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_640.
20. Annual tourism report, 2013: Germany. *European Commission*. 13 p.
21. Annual tourism report, 2014: Austria. *European Commission* : Website. URL : <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/vto/content/annual-report-tourism-2014-austria>.
22. BFS/OFS [Federal Statistical Office]. Auslanderinnen und Auslander auf dem Arbeitsmarkt. Neuchatel : BFS/OFS, 2004. URL : <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/en/index.html>.
23. Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Tourismus : Website. URL : <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Dossier/tourismus.html>.
24. Bundesrecht konsolidiert : Bundes-Verfassungsgesetz Art. 10, tagesaktuelle Fassung. Bundesministerin für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort : Website. URL : <https://www.ris.bka.gv.at/NormDokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000138&Artikel=10&Paragraf=&Anlage=&Uebergangsrecht>.
25. Cassens M. Gesundheitstourismus und touristische Destinationsentwicklung: Lehrbuch. Oldenbourg : Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2013. 289 S.
26. Dettmer H. Marketing-Management im Tourismus : Lehrbuch. Oldenbourg : Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2011. 382 S.
27. Deuschertourismusverband.de. Tourismusverband : Website. URL : <http://www.deuschertourismusverband.de/>.
28. Dornberg. A. Reiseveranstalter-Management : Funktionen, Strukturen, Management : Lehrbuch. Oldenbourg : Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2012. 560 S.

29. Dreyer A. Radtourismus : Entwicklungen, Potentiale, Perspektiven : Lehrbuch. Oldenbourg : Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2012. 308 S.
30. Education Policy Outlook : Luxembourg. OECD Publishing, 2016. 26 p. URL : www.oecd.org/education/policyoutlook.tn/.
31. Henschel U.K. Hotelmanagement : Lehrbuch. Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2013. 367 S.
32. InformPortal «htr.ch Hotellerie. Gastronomie. Tourismus» : Website. URL : <https://www.htr.ch/home>.
33. International Air Transport Association : Website. URL : <http://www.iata.org/about/pages/index.aspx>.
34. Kirstges T. Management von Tourismusunternehmen : Organisation, Personal- und Finanzwesen bei Reiseveranstaltern und Reisemittlern : Lehrbuch. Oldenbourg : Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2011. 185 S.
35. Luxembourg : OECD Tourism Trends and Policies. OECD Publishing, 2014. p. 235-238
36. Luxembourg Tourism Policies and Trends. etravel week for professionals by professionals : Website. URL : <https://etravelweek.com/imported/luxembourg-tourism-policies-and-trends>.
37. OECD Tourism Trends and Policies 2014. Annual tourism reporting 2016. OECD countries profiles – luxembourg : Website. URL : <https://etravelweek.com/imported/luxembourg-tourism-policies-and-trends/>.
38. Potentiale erkennen. Tourismusbank 2016. Österreichische Hotel- und Tourismusbank, Wien. URL : http://www.oeht.at/fileadmin/user_upload/Dokumente/Downloads/OEHTTaetigkeitsbericht_2016.pdf?rnd=0.930112515170.
39. Siller H.J. Entrepreneurship und Tourismus : Unternehmerisches Denken und Erfolgskonzepte aus der Praxis : Lehrbuch. Wien : Linde, 2010. 210 S.
40. Schmeer-Strum M.-L. Reiseleitung und Gasteführung : Professionelle Organisation und Führung : Lehrbuch. Oldenbourg : Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2011. 215 S.

41. Schneider O. Die Ferien-Macher : Eine Branche macht Urlaub : Lehrbuch. Frankfurt : Frankfurter Allgemeine Buch, 2013. 98 S.
42. Schulz A. Verkehr und Tourismus : Ein Studienbuch in Fallbeispielen : Lehrbuch. Oldenbourg : Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2012. 127 S.
43. Swiss Tourism Federation. Tourismus in der Schweiz (Tourism in Switzerland). Bern : Schweizer Tourismus-Verband.; Bieger, T. Tourismuslehre – Ein Grundriss (Tourism studies – A layout). Bern : Haupt, 2004.
44. Swiss Tourism Policy – Background report. URL : <http://www.oecd.org/cfe/tourism/33651085.pdf>.
45. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. Growth through Shocks / Insight Report. World Economic Forum. Geneva, 2015. 519 p. URL : http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf.
46. Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung von 17. 24.05.2013. URL: <http://www.bundesregierung.de/>.
47. UNWTO Tourism Highlights / World Tourism Organization. 2016 Edition. URL : <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>.
48. UNWTO Data. : Website. URL: <http://www2.unwto.org/content/data>.
49. Urteil des Bundesgerichtshofs vom 30.09.2010, Xa ZR 130/08. URL : <http://juris.bundesgerichtshof.de/>.
50. Urteil des LG Frankfurt am Main vom 30.10.2008, Az: 2-24 S 64/08 . URL : https://www.jurion.de/Urteile/LG-Frankfurt_am_Main/2008-10-30/2-24-S-64_08.
51. Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz : Bericht des Bundesrates vom 18. Juni 2010 in Erfüllung des Postulates 08.3969, Darbellay vom 19. Dezember 2008. 88 S.
52. We4Tourism. Die Tourismusplattform für Österreich : Website. URL : <https://www.we4tourism.at/>.
53. Wolf C. Umsatzsteuer in der Touristik : mit Freizeitwirtschaft und Business Travel : Lehrbuch. Berlin: Schmidt (Erich), 2012. 89 S.

54. Zitiervorschlag : Umweltbundesamt (2013) : Zehnter Umweltkontrollbericht. Umweltsituation in Österreich. Reports, Bd. REP-0410. Umweltbundesamt, Wien. 288 S.
55. Österreich Werbung. Austrian National Tourist Office : Website. URL : <https://www.austriatourism.com/oesterreich-werbung/>.

ДОДАТКИ

Додаток А.

Економіко-географічна характеристика Німеччини

Офіційна назва країни – Федеративна Республіка Німеччина (нім. Bundesrepublik Deutschland) (скор. Німеччина). Столиця ФРН – Берлін (з червня 1991 р.). До цього впродовж 42 років столицею було західнонімецьке місто Бонн.

Німеччина розташована у західній частині Європи. Площа країни становить 357.0 тис. км². Її оточують дев'ять високорозвинених країн-сусідів: Данія – на півночі; Нідерланди, Бельгія, Люксембург і Франція – на заході; Швейцарія та Австрія – на півдні; Чехія та Польща – на сході.

На півночі Німеччина має досить зручний вихід до Північного і Балтійського морів, які з'єднані між собою Нільським каналом і перетинає основу Ютландського півострова. Вихід до моря забезпечує Німеччині доставку великої кількості вантажів, зокрема палива, сировини.

За обсягом валового національного продукту (2,25 трлн. дол.) Німеччина перевищує своїх сусідів – Францію, Англію, поступаючись у світі США, Китаю, Японії та Індії. Золотовалютні запаси Німеччини є найбільшими у світі.

Поняття федеративної держави ґрунтується на історичній формі держави. Воно належить до всієї федерації та земель, що входять до складу союзної держави. Кожна земля має функції держави і виконує власну державну владу, яка не залежить від федерації. Тому вони володіють повноваженнями автономної організації. Це означає, що землі мають право на прийняття власних законів і на вирішення власних справ. У зв'язку з цим кажуть про «двочленне поняття федеральної держави».

Державна влада розділена між федерацією і землями. Як федерація, так і всі землі мають свої власні конституційні органи: ландтаги, земельні уряди,

конституційні суди. Завдання центральних органів і земель доповнювати один одного.

Федеральні закони мають вищу юридичну силу порівняно з законами земель, і федерація здійснює нагляд за дотриманням законів землями. Землі є протиположністю політичній владі федерації і є свого роду обмежувачем і контролем державної влади в цілому. Компетенція передбачає повноваження щодо федерації та земель. Принципово землі мають право на законодавство, якщо Конституція не делегує ці повноваження федерації. Гарантуючи функціонування обох гілок законодавства, Конституція передбачає, що закони земель не можуть суперечити федеральним законам.

Республіканська форма державного устрою закріплена конституційною назвою країни – «Федеративна Республіка Німеччина». Це означає, що главою держави, на відміну від монархії, є федеральний президент, а ФРН вважається парламентською республікою, система центральних органів якої ґрунтується на принципі поділу влади.

Федеральний уряд Німеччини включає федерального канцлера і федеральних міністрів. Канцлер головує в уряді і користується правом його формування (відбирає кандидатів на пост міністрів і представляє їх на розгляд і призначення президентом країни; приймає рішення про чисельний склад та структуру уряду). У компетенцію канцлера входять такі функції, як визначення зовнішньополітичного курсу ФРН, проведення переговорів та участь в укладанні міжнародних договорів і угод.

Кожен федеральний міністр керує самостійно і під свою відповідальність своєю галуззю (він відповідальний перед парламентом). До ключових міністерств належать: міністерство фінансів, міністерство закордонних справ, міністерство внутрішніх справ, міністерство юстиції, міністерство економіки, міністерство оборони. На сьогодні в уряд входять 14 міністрів.

Поряд із федеральними і земельними урядами в системі виконавчої влади існують федеральні і земельні органи управління, підпорядковані відповідному

міністерству (статистичне відомство, відомство кримінальної поліції, з охорони навколишнього середовища, з охорони конституції та ін.).

Населення Німеччини складає 81.8 млн. осіб. Німеччина є однонаціональною державою (95 % жителів – німці). Серед інших національностей переважають турки (2,3 %), італійці (0,7 %), серби, хорвати, іспанці, греки, голландці, датчани, цигани, євреї та ін. За віросповіданням серед жителів Німеччини переважають католики та протестанти (лютерани).

Середня щільність населення висока – 230 осіб/км². Найбільша вона в районі Рурського вугільного басейну – понад 2 тис. осіб/км², найменша – на південному сході (Баварія) і північному сході (Померанія).

Країна вважається високоурбанізованою. У містах проживає 86 % населення країни. Приблизно 30 % населенні проживає в великих містах і агломераціях. Найбільші серед них – Рейнсько-Рурська агломерація (11 млн. осіб – найбільша в Європі), Штутгартська, Мюнхенська та ін. Вони разом з агломерацією Рандстадт у Нідерландах злилися у Прирейнський мегаполіс з населенням понад 30 млн. осіб.

У Німеччині є три міста мільйонера – Берлін, Мюнхен (1241 тис. осіб), Гамбург (1675 тис. осіб), Кельн (1млн. осіб). Інші великі міста – Франкфурт-на Майні, Есен, Дортмунд, Дюссельдорф, Дрезден.

Природні умови сприятливі для сільського господарства, туризму та рекреації. Німеччина має густу річкову сітку. Найбільшу протяжність в межах країни мають ріки Рейн, Дунай, Ельба, які впродовж року є повноводними. 25 % території країни займають лісові масиви, що проростають переважно в горах.

На території країни переважає рівнинний рельєф, близько половини території зайнято низовинами (Північнонімецька низовина), середню частину країни займають зруйновані гори, а південну частину – середньовисокі та високі гори (Шварцвальд, Швабські Альпи та ін.).

Клімат країни характеризується як помірно морський. Середня температура взимку становить $+3...-2^{\circ}\text{C}$, влітку – $+16...+20^{\circ}\text{C}$. Опадів випадає 600-800 мм.

Економічно активне населення становить 65 % від загальної кількості населення людей працездатного віку. Близько 60 % зайнятого населення працюють у сфері послуг, близько 37 % – у промисловості і будівництві, понад 3 % – у сільському господарстві. Безробіття становить майже 10 % від економічно активного населення.

Після об'єднання Німеччини економічна система колишньої НДР перейшла на засади соціальної ринкової економіки з глобальним управлінням економічними процесами, що означає відмову від державного регулювання і гарантування свободи приватної ініціативи і приватної власності. Для проведення такої економічної політики східні землі Німеччини отримали велику стартову допомогу.

Транспорт активно розвивається в Німеччині у зв'язку з центральним розташуванням у Європі, віддаленістю більшої частини території від моря, переважанням сухопутних кордонів над морськими та розбудовою ефективного внутрішньонімецького сполучення «схід–захід», у зв'язку із об'єднанням Німеччини і входженням її східної частини у європейський ринок. За обсягами перевезень як пасажирів, так і вантажів, перше місце утримує автомобільний транспорт.

Мережа доріг міжрегіонального сполучення має загальну довжину 52,7 тис. км, з них 11,2 тис. км автобанів та 41,5 тис. км федеральних доріг. Після США Німеччина має найбільшу мережу автомагістралей у світі. Важливим видом транспорту залишається залізничний. Загальна протяжність залізниць перевищує 46 тис. км і за їх щільністю Німеччина займає одне із перших місць у світі.

Важливе значення для здійснення економічних зв'язків у середині країни відіграє річковий транспорт. Загальна протяжність водних шляхів Німеччини – 7,4 тис. та. Найважливішим міжнародним водним шляхом, яким перевозиться

близько двох третин німецьких річкових вантажів, є Рейн. Зростає значення каналу Рейн-Майн-Дунай, який є прямим водним шляхом сполучення між Північним і Чорним морями. Морський транспорт обслуговує, головним чином, зовнішньоторговельні перевезення країни. Найбільшими морськими портами є Гамбург, Бремен, Бремергафен, Вільгельмсгафен, Енден, Любек і Росток.

Додаток Б.

Економіко-географічна характеристика Австрії

Австрія – нейтральна держава у Центральній Європі. Країна межує з Німеччиною та Чехією на півночі, Швейцарією та Ліхтенштейном на заході, Словаччиною та Угорщиною на сході, Словенією та Італією на півдні. Одна із найбільш гірських країн Європи.

Офіційна назва країни – Австрійська Республіка. Австрія – це федеративна республіка, главою якої є федеральний президент. Глава федерального уряду – канцлер. Парламент складається з двох палат: Федеральної ради і Національних зборів.

Площа території країни становить 83,858 тис. кв. км (113 місце в світі). Як федеративна республіка, Австрія складається з 9 федеральних земель (*нім. Bundesland*). Населення країни становить 8,15 млн. чол. Столицею держави є Відень (1,543 млн. осіб). Інші великі міста: Грац (223 тис. осіб), Лінц (185,8 тис. осіб.), Зальцбург (145,2 тис. осіб), Інсбрук (114,7 тис. осіб), Клагенфурт (90,1 тис. осіб). Державна мова Австрії – німецька.

За віросповіданням серед жителів країни переважає католицизм і протестантство. Державний прапор складається з двох червоних і центральної білої горизонтальних смуг. Державний герб зображений у вигляді орла у вільному польоті, на голові якого золота башта міської стіни з трьома тризубами. У правій лапі орла – золотий серп, у лівій – золотий молот. Грошова одиниця країни – євро.

Приблизно 42 % земельної площі Австрії використовується в сільському господарстві. Сільськогосподарські культури, фруктові сади і виноградники

займають приблизно 43 % оброблюваної землі; луки і пасовища – близько 57 %. Майже 39 % усієї території покрито лісами, 19 % земель не може бути використано ні в сільському, ні в лісовому господарстві. Альпійські передгір'я і частини Штирійського і Віденського басейнів – найродючіші сільськогосподарські землі. Загалом переважають в сільському господарстві країни невеликі або середні земельні володіння.

Економічне зростання Австрії тісно пов'язане з розширенням промислового виробництва. У 1960–1970-х роках в багатьох районах країни були побудовані нові заводи. Найстарішим промисловим центром є Віденський промисловий басейн, що виробляє метали, текстиль і продукти харчування. Долина рік Мур і Мюрц у Штирії є центром металургії, виробництва автомобілів, паперу і деревини, а також продукції важкого машинобудування.

Австрійська промисловість успішно конкурує з передовою світовою промисловістю й експортує свою продукцію в усі країни світу. Серед провідних галузей промисловості виділяються харчова, текстильна, хімічна промисловість, металургія, виробництво паперу, електроустаткування, транспортних засобів, будівельного каменю, цементу і кераміки.

В Австрії приблизно 5,6 тис. км. залізниць, усі головні лінії електрифіковані. Австрія славиться системою своїх автодоріг, у країні приблизно 1600 км швидкісних автострад (автобанів). У 1957 році була створена компанія «Австрійські авіалінії», а на початку 1990-х у неї з'явився приватний конкурент – авіакомпанія «Лауда ейр». Розвиток повітряного та наземного транспорту сприяв процвітанню туризму в Австрії.

Додаток В.

Економіко-географічна характеристика Швейцарії

Офіційна назва Швейцарії – Швейцарська Конфедерація. Територія країни становить 41,3 тис. кв. км. Столиця держави – Берн (128 тис. мешканців). Швейцарці офіційно називають Берн не столицею, а «федеральним містом»,

підкреслюючи при цьому рівноправність головних міст всіх кантонів (земель). Берн також є адміністративним центром кантону Берн.

Швейцарія – мультилінгвальна країна. Офіційними мовами країни є німецька (64 %), французька (19 %), італійська (8 %), ретороманська (0,6 %). Населення Швейцарії становить 7,2 млн. осіб, з них майже 20 % іноземців.

Швейцарія – федеративна парламентська республіка. Основні принципи швейцарської конституції — федералізм і демократія. У Швейцарії президент обирається Федеральними зборами з числа членів Федеральної ради (уряд) терміном на один рік без права переобрання на наступний термін. Президент є також главою уряду. Основними функціями президента є: прийом високих іноземних гостей і ведення засідань Федеральної ради. Законодавча влада належить Федеральним зборам, які складаються з двох палат: нижньої – Національної ради і верхньої – Ради кантонів.

Швейцарія поділяється на 23 кантони або 20 кантонів і 6 напівкантонів. (Кожний з трьох кантонів: Аппенцелль, Базель, Унтервальд поділяється на 2 напівкантони). Деякі кантони складаються практично з одного міста (наприклад, Женева), на території інших – суцільні гори й долини (як в Урі). Деякі кантони займають площу не більше бразильської ферми, наприклад, місцевий Базель (площа – 37 км²), у ньому, однак, чисельність населення (187,7 тис. осіб) вища, ніж у найбільшому кантоні Граубюнден, де на території 7105 км² проживає 186,7 тис. осіб. У кантоні Цюрих – 1,2 млн жителів, а населення напівкантону Аппенцелля Іннерродена (15 тис. осіб) ледь заповнить футбольний стадіон. Найбільшими містами країни є Цюрих (337,9 тис. осіб (28,7 % іноземців)), Женева (175,0 тис. осіб (43,8 % іноземців)), Базель (166,0 тис. осіб (29,1 % іноземців)), Берн (122,5 тис. осіб (22,0 % іноземців)), Лозанна (114,9 тис. осіб (35,3 % іноземців)).

Дата заснування Швейцарської Конфедерації – 1 серпня 1291 року, в той час як три лісові кантони (землі) – Урі, Швіц і Унтервальден, захищаючи незалежність від австрійських Габсбургів, уклали оборонний союз («вічний

союз») в рамках «священної Римської імперії». До речі, назва Швейцарії походить від назви одного з цих кантонів – Швіца.

Грошовою одиницею держави є швейцарський франк. Швейцарський франк – одна з найстабільніших у світі валют. Національний банк контролюється федеральною владою і має великий вплив на економічну політику Конфедерації.

Швейцарія є членом багатьох міжнародних організацій, зокрема ЄАВТ (Європейської асоціації вільної торгівлі), СОТ (Світової організації торгівлі), Міжнародного валютного фонду (МВФ), Світового Банку, міжнародного банку реконструкції і розвитку, ОБСЄ та Організації економічної співпраці й розвитку (ОЕСР), Ради Європи (РЄ), ЄКА, МФКК.

3 березня 2002 року у Швейцарії відбувся референдум щодо її вступу до ООН. «Так» членству країни в ООН сказали 54,6 відсотка учасників референдуму, ідея членства також здобула підтримку більшості виборців у 12 з 23 кантонів. Таким чином, багатовіковий традиційний нейтралітет Швейцарії іде в минуле. За 16 років, що минули після попереднього подібного референдуму, настрої у швейцарському суспільстві дуже змінилися. У Женеві розташовані штаб-квартири Світової організації торгівлі, Міжнародної організації праці, Всесвітньої організації охорони здоров'я, Міжнародного союзу електрозв'язку, Всесвітньої метеорологічної організації та Європейське відділення ООН і Управління Верховного комісара ООН у справах біженців. У Берні, столиці країни, розмістився Всесвітній поштовий союз, у Лозанні – Міжнародний олімпійський комітет. Інші організації, які мають основну резиденцію у Швейцарії, – Всесвітня рада церков і Міжнародний Червоний Хрест, заснований швейцарцем Анрі Дюнаном.

Окрім зовнішньополітичної активності, Швейцарія є високорозвинутою індустріальною країною з експортно-орієнтованою економікою та інтенсивним сільським господарством. Основні фактори, які стимулюють економічний розвиток, – внутрішній і зовнішній попит. За розмірами національного доходу

на душу населення країна посідає одне з перших місць у світі. Важлива стаття доходу – іноземний туризм.

Країна має практично повну зайнятість. Рівень безробіття протягом останніх років становить 1–2 %. Економічна політика Швейцарії спрямована, перш за все, на підтримку професійних знань працездатного населення, підприємницької ініціативи, підвищення привабливості країни для підприємців та інвесторів.

Характерними особливостями промисловості Швейцарії є її велика залежність від зовнішніх джерел сировини, спеціалізація на виробництві високоякісної дорогої продукції (в окремих галузях експортна квота коливається від 80 % до 90 %).

Головні галузі промисловості – металообробка і машинобудування, зокрема, прецизійне верстатобудування, виробництво транспортних засобів і текстильного устаткування, електромашинобудування, а також хімічна, біохімічна, фармацевтична (15 % експорту медикаментів у світі), текстильна, годинникова (50 % світового експорту) та харчова промисловість.

Окрім того, близько 12 % площі Швейцарії використовується під сільське господарство і ще 28 % для екстенсивного розведення великої рогатої худоби та виробництва молочних продуктів. Приблизно третина території країни зайнята непродуктивними землями, особливо в кантонах Урі, Вале і Граубюнден, і чверть країни вкрита лісами.

Варто зауважити, що Конфедерація є одним із провідних фінансових та банківських центрів світу, одним з найбільших у світі експортерів капіталу. Близько третини всіх світових приватних капіталів, які знаходяться поза межами країн, проходять через швейцарські банки. За міжнародною класифікацією країна належить до фінансових центрів, які мають досконалу систему регулювання та контролю фінансового ринку.

В управлінні швейцарських банків знаходиться третина всіх світових активів (гроші та цінні папери – близько 4 трлн. доларів США). Крім того, тут розміщені штаб-квартири більшості провідних енергетичних та інвестиційних

компаній, щорічно укладається понад 70 % всіх контрактів в енергетичній галузі.

Високорозвинута зовнішня торгівля Швейцарії базується на експорті промислової продукції, наприклад, машин, годинників, медикаментів, електронного устаткування, хімічних товарів та одягу. Продукти сільського і лісового господарства також мають чималу частку в експорті країни.

Важливою статтею імпорту Швейцарії є сировина, яку небагата на природні ресурси Швейцарія використовує для виробництва високоякісних товарів. Також імпортуються машини й устаткування, хімічні товари, транспортні засоби, прилади, дорогоцінні каміння і метали та вироби з них, сільськогосподарські товари, метали, папір та вироби з нього, шкіра, каучук, пластмаси. Понад дві третини експорту та чотири п'ятих імпорту Швейцарії припадають саме на ЄС.

Основними зовнішньоторговельними партнерами Швейцарії є ФРН, США, Італія, Франція та Великобританія.

Додаток Г.

Економіко-географічна характеристика Люксембургу

Офіційна назва країни – Велике Герцогство Люксембург (*франц. Grand Duche de Luxembourg*). Держава розташована в Західній Європі та межує з Бельгією, Німеччиною і Францією. Виходу до моря країна не має. Разом з Бельгією і Нідерландами Люксембург входить до об'єднання країн Бенілюксу.

Площа Люксембургу становить всього 2,586 тис. кв. км. Населення країни – 435,7 тис. осіб, з яких люксембуржці – 76 %, а також німці, французи, італійці, португальці. Столицею Великого Герцогства Люксембург є місто Люксембург. Найбільшими містами є Еш-сюр-Альзет (24,6 тис. нас.), Діфферданж (16,4 тис. нас.) і Дюделанж (16 тис. нас.).

Люксембург – унітарна держава. Адміністративно-територіальний поділ країни охоплює 3 округи (*франц. arrondissement*), які поділяються на 12 кантонів (*франц. canton*). Кантони, в свою чергу, поділяються на 118 комун

(франц. *commune*). Представницьких органів в цих адміністративних одиницях немає, і функції місцевої адміністрації виконуються вищими посадовими особами, що призначаються Урядом: в округах – комісарами, в кантонах – бургомістрами.

Главою держави є Великий герцог. Великий герцог представляє країну в зовнішніх відносинах, укладає міжнародні договори, має право за згодою парламенту оголошувати війну і укладати мир. Він призначає і звільняє урядовців. Певною мірою він бере участь у здійсненні законодавчої влади шляхом реалізації свого права законодавчої ініціативи, затвердження та оприлюднення прийнятих законів. Великий герцог призначає міністрів.

Законодавча влада здійснюється парламентом Люксембургу – Палатою депутатів. Це представницький однопалатний орган, який обирається строком на 5 років шляхом загальних виборів на основі пропорційного представництва. До складу Палати депутатів налічують 60 членів. Головна її функція – прийняття законів.

Уряд Люксембургу здійснює виконавчу владу, формально приналежну Великому герцогові. Фактично воно проводить всю внутрішню і зовнішню політику. Уряд складається з голови, який іменується Державним міністром, і міністрів. Уряд повинен містити принаймні 3 особи. Члени Уряду не можуть бути депутатами парламенту. Кожен міністр зазвичай керує декількома міністерствами. За свою діяльність Уряд відповідає перед Палатою депутатів.

Люксембург є мультілінгвальною державою, у якій статус державної мови мають французька, німецька і люксембурзький діалект (з 1982 року).

Грошовою одиницею Люксембургу з 1 січня 2002 р. є Євро (до 28 лютого 2002 року – люксембурзький франк).

Люксембург є членом міжнародних організацій, зокрема ООН, НАТО, ЄС, Економічний союз країн Бенілюксу.

Економіка Люксембургу вважається стабільною і зростаючою, рівень безробіття нині становить приблизно 3 %. Повоєнна історія економіки пов'язана з металургійною галуззю і поступовим, але досить болісним

процесом її заміни сектором фінансових послуг. Залізник у Люксембурзі був відкритий у 1850 році. Ця дата вважається датою народження металургійної галузі, з якою пов'язаний стан економіки більшої частини XX століття. Незважаючи на спад у 1980-х роках, металургія як і раніше забезпечує найвищу зайнятість і 25 % експортних доходів.

Після війни уряд вирішив змінити курс економіки. Щоправда, як і в більшості розвинутих країн, послуги розвивалися саме від промислового виробництва. Таким чином, у країні розпочалося процвітання фінансових послуг. Наразі Люксембург вважається одним із фінансових центрів Європи. У 1995 році тут знаходилися представництва 220 іноземних банків, які залучалися ухваленими наприкінці 1970-х років найсприятливішими в ЄС законами про банківську діяльність, що гарантували збереження таємниці внесків. Проте гармонізація законів у країнах ЄС, проведена в 1993 році, дещо нівелювала переваги Люксембургу перед іншими країнами Союзу. Наразі серед європейських країн Люксембург посідає друге місце після Лондона за кількістю банків (220 банків). Можливо, приватний банківський капітал у Люксембурзі є найбільшим у Європі.

Невеликі розміри та розташування країни стали причиною її тісної інтеграції з сусідами. З 1921 року Люксембург підтримує тісне співробітництво з Бельгією, а після Другої світової війни до цього союзу приєдналися Нідерланди, в результаті чого утворився Бенілюкс. Це об'єднання стало прототипом Європейського Союзу.

У 1995 р. валовий внутрішній продукт (ВВП) оцінювався в 17,1 млрд. дол., або 44 172 дол. з розрахунку на душу населення (проти 26 556 дол. у Бельгії і 43 233 дол. у Швейцарії). У 1997 році в країні відзначено найвищий у світі показник ВВП на душу населення – 44,2 тис. доларів.

В економіці Люксембургу важливе значення приділяється створенню телекомунікаційних мереж і виробництву аудіо- та відеотехніки. Виробляються хімічні продукти, машини, пластмаси, тканини, скло, порцеляна. Багато нових

підприємств створено великими фірмами США. Для іноземних компаній привабливим фактором є те, що місцеві робітники знають кілька мов.

Майже вся енергія, що споживається в Люксембурзі, імпортується, включаючи нафту, природний газ, кам'яне вугілля. Приблизно чверть території Люксембургу задіяна у сільському господарстві. Основні галузі сільського господарства – м'ясомолочне тваринництво і зернокормове рослинництво. Врожаї сільськогосподарських культур значно нижчі, ніж у Бельгії і Нідерландах. Сільське господарство країни отримує субсидії від держави і ЄС для підтримання стабільного рівня цін і прямих виплат фермерам. Незважаючи на те, що економіка країни значно виграла від участі у Бельгійсько-Люксембурзькому економічному союзі та в митному союзі Бенілюксу, сільське господарство не було модернізоване на рівні інших галузей економіки.

Люксембург значною мірою залежить від зовнішньої торгівлі. Більша частина промислової продукції йде на експорт, причому третину становлять метали і готові вироби. Люксембург повністю імпортує енергоносії для промисловості – кам'яне вугілля і нафту; ввозяться також автомобілі, тканини, бавовна, продовольство і сільськогосподарські машини. До середини 1970-х років торговельний баланс був позитивним, і надходження від експорту перевищували витрати на імпорт, але скорочення виробництва сталі істотно змінило баланс. У 1995 вартість експорту становила 7,6 млрд. дол., а вартість імпорту – 9,7 млрд. Торговельний баланс зводиться за рахунок великих прибутків фінансового сектора. Основні зовнішньоторговельні партнери Люксембургу – країни ЄС. Транспорт Люксембургу відрізняється високим рівнем розвитку, що, в свою чергу сприяє процвітанню туризму в країні.

О.О. Самохвал

**ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ
МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В
НІМЕЦЬКОМОВНИХ КРАЇНАХ
ЗАХІДНОЇ ЄВРОПИ**

Навчальний посібник

Редактор: Фатєєва Т. Д.
Комп'ютерна верстка: Білоус Т.В.

Підп. до друку 28.12.2018 р. Формат 60х84/16. Папір офсетний
Друк різнографічний. Ум. друк. арк. 5,11.
Обл.-вид. арк. 3,72. Тираж 300. Зам. № 587

Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ
21000, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25