

ПРАВОВЕ ТА ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИЗМУ У США

НАТАЛІЯ ОПАНАСЮК

*кандидат юридичних наук, доцент кафедри туризму та рекреації
Київського національного торговельно-економічного університету,
віце-президент Туристичної асоціації України*

ОЛЕКСАНДР ТУНИК

студент Київського національного торговельно-економічного університету

Трансформаційні процеси та конфлікти у сучасному світі формують потребу у глибокому дослідженні та впровадженні правових механізмів захисту прав та безпеки туристів. Дослідження правової системи США, як одного з найбільших експортерів та імпортерів туристів у світі (за даними UNWTO), дозволить виявити та акумулювати ефективні правові норми країни, які доцільно використовувати в державному управлінні інших держав світу.

Згідно даних UNWTO, понад 110 країн світу мають прийняті нормативно-правові та законодавчі акти для регулювання туристичних взаємовідносин та безпеки іноземних громадян. Більшість із них спрямовані на визначення державних стратегічних цілей розвитку сфери туризму, регулюванні взаємовідносин між виробниками туристичних послуг (туристичним бізнесом) та споживачами (туристами), унормуванні туристичних формальностей та зменшенні ризиків для подорожуючих

У міжнародному туризмі суб'єктами правовідносин українські та російські вчені виділяють три основні сторони [1]:

- 1) туристи – споживачі туристичних послуг (туристичного продукту), основна частина якого надається в іншій державі;
- 2) фірми – виробники і реалізатори туристичних послуг (турпродукту), які беруть участь у наданні послуг туристам;
- 3) державні органи – здійснює нормативно-правові, адміністративні, регуляторні, розпорядчі та інші функції.

Модель “туристичного трикутника” лише частково відображає структуру туристичних правових взаємовідносин сторін при міжнародному туризмі, адже не враховує ряд особливостей, які виникли в процесі глобалізації в наслідок стрімкого науково-технічного прогресу та технологічної революції. Тому для характеристики туристичних правовідносин у США доцільно використовувати “туристичний чотирикутник США”, як модель, яка відображає не лише структуру взаємовідносин при міжнародному та внутрішньому туризмі, а й включає невід’ємний елемент сучасного туризму – Інтернет (рис. 1).

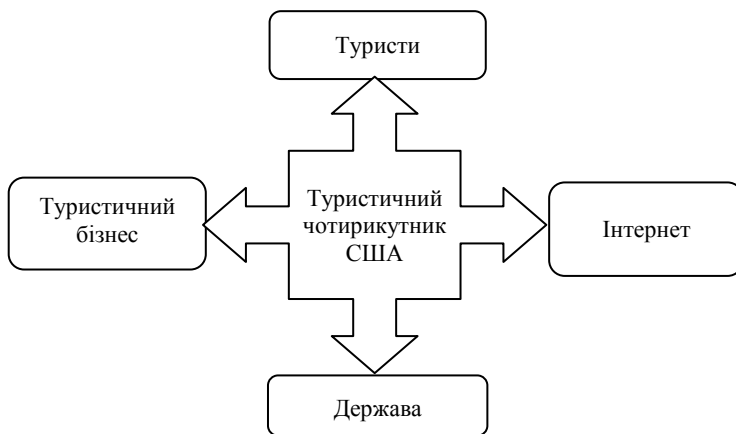


Рис. 1. Модель туристичних правовідносин США – “Туристичний чотирикутник”

Модель “туристичного чотирикутника США” дозволяє чітко відобразити законодавче та нормативно-правове регулювання туристичних відносин сторін у США, яка включає в себе, такі суб’єкти та об’єкти: “туристи – держава”, “туристи – туристичний бізнес”, “туристи – Інтернет”, “туристичний бізнес – держава” та “держава – Інтернет”.

США були однією з перших держав світу, які прийняли національне туристичне законодавство. У 1961 році у США було прийнято Національний закон “Про міжнародний туризм”, у 1981 році – Закон “Про національну політику в сфері туризму”, у 1992 році – Закон “Про політику у сфері туризму та розвитку експорту”. У 1995 році Білий дім провів Національну конференцію з розвитку туризму з метою залучення уваги до цієї галузі [1].

Крім законодавства прийнятого на національному рівні у США також діє ряд правових актів прийнятих на федеральному рівні кожним із штатів. Важливу роль приділено саморегулюванню туристичної галузі на місцях і пропаганді туризму, це обумовлено важливістю сфери для країни, адже туризм є однією з найприбутковіших сфер, які формують ВВП США.

Державна політика урегульована законодавством США спрямована на дослідження кон’юнктури туристичного ринку, формуванні та реалізації державних програм розвитку туризму, наданні підтримки окремим штатам, містам та округам країни. При цьому США є однією з небагатьох країн із розвинутою економікою де фактично відсутня державна

структура управління туризмом, адже з 1997 року у США відсутній центральний орган державного регулювання сфери туризму. Всі функції регулювання галузі покладені на принципи ринкової економіки (“самоорганізація” та “саморегулювання”) і суб’єктів господарювання. Така модель регулювання сфери може використовуватися лише державами привабливими для іноземних туристів (не потребуючими особливої уваги на міжнародному ринку), які мають сучасну інфраструктуру та систему безпеки туристів, високий рівень надання банківських, страхових та медичних послуг, а також активні громадські організації (асоціації, федерації тощо) [2].

На національному рівні у США діє Office of travel and tourism industries (ОТТІ), який створює сприятливий бізнес клімат для розвитку в сфері подорожей і туризму за рахунок зниження інституційних бар’єрів для туризму, реалізує маркетингову стратегію, забезпечує офіційну статистику подорожей і туризму, а також координує зусилля всієї федеральних органів в рамках Ради політики в галузі туризму [3]. Управління працює для підвищення міжнародної конкурентоспроможності США в індустрії подорожей і туризму та збільшення експорту, створюючи тим самим США зайнятості та економічного зростання за рахунок: статистичної системи для оцінки економічного внеску галузі; виконання заходів для прогнозування та розширення експорту послуг; розвитку і управління туристичною політикою, формуванням стратегії та пропаганди туризму; технічної допомога для розширення експорту (міжнародний туризм) і допомоги у внутрішньому економічному розвитку галузі [4; 5].

Загалом структуру органів державного регулювання сфери туризму у США можна відобразити за допомогою схеми наведеної на рисунку 2.

Порівнюючи модель державного та правового регулювання туризму США та України можна виокремити певні схожі та відмінні риси:

1) в Україні, як і в США, ліквідовано центральний орган виконавчої влади у сфері туризму (функції передано Міністерству економічного розвитку та торгівлі України);

2) в Україні, як і в США, наявне національне туристичне законодавство (Закон України “Про туризм”), але на відміну від США в Україні законодавство потребує удосконалення з міжнародними нормами права та регулювання туризму;

3) “саморегулювання” на основі принципів ринкової економіки – діє в США, але в Україні застосування такої моделі не можливе;

4) забезпечення прав та безпеки туристів – в Україні, на відміну від США, не можливо повністю гарантувати безпеку туристів.

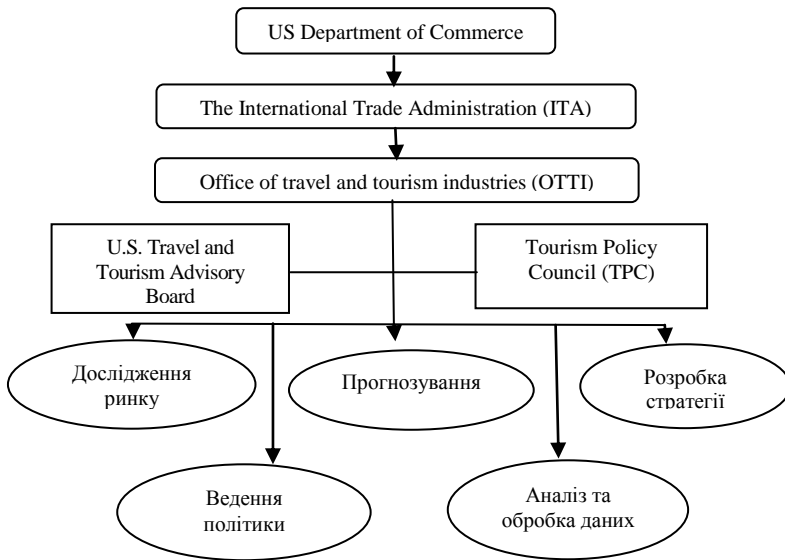


Рис. 2. Організаційна структура органів державного регулювання сфери туризму у США

Отже, аналіз правового і державного регулювання туристичної індустрії Сполучених Штатів Америки допоміг сформуванню основних особливостей структури регулювання галузі країни й визначити, що принципи “саморегулювання” галузі, які діють у США не можуть застосовуватися для будь-яких країн. Такі принципи можуть собі дозволити лише стабільні високорозвинені країни світу, які мають дієві системи безпеки, медицини та захисту прав туристів.

Список використаних джерел:

1. Маринін М. Туристські формальності і безпека в туризмі [Текст]: прак. видання / М.М. Маринін. – М.: Фінанси і статистика, 2002. – 144 с.
2. Галасюк С. Необхідність удосконалення державного регулювання сфери туризму України / С.С. Галасюк // Туристична освіта в Україні: проблеми і перспективи: зб. наук. праць. – К.: Тонар, 2007. – С. 67-73.
3. Толочко А. Національна специфіка організації та регулювання міжнародного туризму / А.О. Толочко // Дослідження міжнародної економіки: зб. наук. праць. Вип. 4 (69). – К.: Інститут світової економіки і міжнародних відносин, 2011. – С. 90-91.
4. Office of travel and tourism industries (OTTI) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://travel.trade.gov/>
5. Cornell University Law School Search Cornell. U.S. Code [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.law.cornell.edu/>