

повноту і правильність податкових розрахунків, їх відповідність даним обліку та звітності підприємства, податкової декларації.

Інструментарієм організації та проведення контролюючо-перевірочної роботи є сукупність різних видів перевірок. На сьогодні до такого переліку належать: камеральна (кабінетна), кабінетний аудит, виїзна, планова виїзна, позапланова виїзна, попередня, комплексна документальна, оперативна, зустрічна, рівночасна, інформативна, тематична, повторна, дослідча.

### Висновки

Таким чином, для здійснення практичних реформ у галузі контролю за справлянням податків, зборів та обов'язкових платежів необхідно продовжувати дослідження в галузі податкового контролю, а в умовах обмеженості фінансових ресурсів держави особливу увагу необхідно приділити вивченню та вдосконаленню на практиці механізму здійснення податкового контролю. Для досягнення цієї мети необхідно враховувати такі принципи податкового контролю, як системність, послідовність, автоматизація та професійне консультування.

Вдосконалення податкового контролю в Україні сприятиме: зменшенню державного втручання у підприємницьку діяльність, звууженню тіньового сектору економіки, виконанню податковими органами своїх контрольних функцій відповідно до вимог законодавства України, налагодженню партнерських взаємовідносин між податковими органами та платниками податків.

Усі ці чинники позитивно впливають на динаміку економічного зростання в Україні та підвищують соціальну та політичну стабільність у державі.

### Список використаних джерел

1. Кірейцев Г.Г. Регулювання розвитку бухгалтерського обліку в сільському господарстві [Текст]: Наук. доповідь на міжнар. наук.-практ. конф. Подільського держ. аграрно-техн. університету (Кам'янець-Подільський. – 24–25 вересня 2009 р.) / Г.Г. Кірейцев. – К.-Под., 2009. – 28 с.
2. Дерій В.А. Витрати і доходи підприємству системі обліку та контролю: монографія. – Тернопіль: ТНЕУ, «Економічна думка», 2009. – 272 с.
3. Калюга Є.В. Фінансово-господарський контроль у системі управління. Монографія / Є.В. Калюга. – К.: Ельга, Ніка-Центр, 2002. – 360 с.
4. Симоненко В.К. Основи єдиної системи державного фінансового контролю в Україні (макроекономічний аспект) / В.К. Симоненко, О.І. Барановський, С.П. Петренко. – К.: Знання України, 2006. – 206 с.
5. Кушнір Ю. Правові форми фінансового контролю державної податкової служби / Ю. Кушнір // Підприємництво, господарство і право. – 2008. – №6. – С. 106–109.
6. Шутюв М.І. Державний фінансовий контроль в Україні (теорія і практика). Монографія / Шутюв М.І., Бабенко В.А., Стоянова Н.М. – Одеса: «Юридична література». 2004. – 136 с.
7. Податковий кодекс України [текст]: затверджено Верховною Радою України від 02.12.2010 №2755-VI // Офіційний вісник України. – 2010. – №92.
8. Ногина О.А. Налоговый контроль: вопросы теории / О.А. Ногина. – СПб.: Питер, 2002. – 160 с.
9. Онищенко В.А. Податковий контроль (основи організації) / Онищенко В.А. – К.: Ред. жур. «Вісник податкової служби України», 2002. – 432 с.
10. Кучерявенко Н.П. Налоговое право: учебник / Кучерявенко Н.П. – Харьков: Легас, 2001. – 553 с.
11. Організація і методика податкових перевірок: навч. посіб. / О.П. Чернявський, В.П. Хомутенко, В.В. Немченко. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 228 с.

Д.І. СОЛОВІЙОВ,  
Бердянський університет менеджменту і бізнесу

## Закордонні туристичні представництва як важлива складова державного регулювання туристичної сфери

*У статті розглянуті організаційно-економічні основи створення закордонних туристичних представництв як важливої складової державного регулювання туристичної сфери, а також принципи співпраці державного та приватного секторів у цьому напрямі.*

**Ключові слова:** державне регулювання, туризм, туристична сфера.

*В статье рассмотрены организационно-экономические основы создания зарубежных туристических представительств как важной составляющей государствен-*

*ного регулирования туристической сферы, а также принципы сотрудничества государственного и частного секторов в этом направлении.*

**Ключевые слова:** государственное регулирование, туризм, туристическая сфера.

*The article deals with the organizational and economic basis of a foreign tourist offices as an important component of state regulation of tourism. Principles of cooperation between public and private sectors in this regard.*

**Keywords:** *government regulation, tourism, tourism industry.*

**Постановка проблеми.** Закордонне туристичне представництво – це дієва система просування національного туристичного продукту на міжнародному ринку, проведення реклами туристичних можливостей України, розширення зв'язків із туристичними відомствами та підприємствами країни перебування, налагодження прямих контактів українських туристичних підприємств із зарубіжними партнерами. Нагальність потреби створення туристичної представницької структури зумовлюється і можливістю залучення більшої кількості іноземних туристів в Україну, забезпечення захисту прав та інтересів українських туристичних підприємств і вітчизняних туристів за кордоном, залучення іноземних інвестицій у туристичну галузь нашої країни [1].

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** Питанням розвитку туристичного ринку присвячені праці таких вчених, як А. Александрова, В. Бабарицька, В. Євдокименко, Н. Кабушкін, В. Квартальнов, А. Мазаракі, Г. Папірян, В. Шмагіна та ін. Зазначені науковці досліджують питання розвитку ринку туризму, аналізують основні напрями розвитку туристичної сфери. Проте потребує подальшого, більш детального дослідження такі окремі специфічні питання розвитку туристичної сфери України, як створення закордонних туристичних представництв.

**Метою статті** є розробка організаційно-методичних основ створення закордонних туристичних представництв.

**Виклад основного матеріалу.** Загальні принципи та порядок створення, діяльності і ліквідації туристичних представництв згідно із законодавством визначається Кабінетом Міністрів України відповідно до міжнародних договорів України [2]. Окремі спроби створення культурно-інформаційних центрів та формування позитивного іміджу країни були зроблені державою починаючи з 2003 року. Спочатку було затверджено Державну програму забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003–2006 роки. Основна мета Програми полягала у формуванні та підтриманні позитивного іміджу України як усередині, так і поза її межами, створенні зовнішньої інформаційної атмосфери, необхідної для здійснення внутрішньополітичних та соціально-економічних перетворень [3].

Наступним кроком було прийняття у 2006 році Положення про культурно-інформаційний центр у складі закордонної дипломатичної установи України. Основними завданнями таких центрів стали сприяння розвитку міжнародного співробітництва України з державою перебування в сфері культури, освіти, науки та техніки, туризму, фізичної культури і спорту, поширення в державі перебування інформації про Україну, поширення інформації про туристичні можливості і привабливість України [4]. В цілому було заплановано відкриття 29 культурно-інформаційних центрів у складі закордонних дипломатичних установ відповідно до Переліку

закордонних дипломатичних установ України, у складі яких утворюються культурно-інформаційні центри [5].

Але необхідно зазначити, що культурно-інформаційні центри стали насамперед каналом розповсюдження інформації про політичне, економічне та культурне життя України. Туристична складова в загальному обсязі заходів популяризації нашої країни недостатня для повноцінного просування національного туристичного продукту в країнах розташування.

Необхідним заходом стимулювання розвитку національної туристичної сфери мають стати закордонні туристичні представництва, теоретично-методичні основи створення і діяльності яких мають регулюватися відповідною програмою. Реалізація такої Програми дозволить істотно підвищити конкурентоспроможність вітчизняного туризму та забезпечити потреби іноземних представників в інформації про туристичні можливості України. Результатом виконання Програми буде вирішення завдань просування національного туристичного продукту на світовому ринку.

Така програма мусить містити загальні організаційні принципи діяльності туристичних представництв, їх цілі, завдання та функції. Забезпечення організаційно-економічних основ діяльності закордонних туристичних представництв, на нашу думку, необхідно покласти на Міністерство культури і туризму України та встановити, що питання розміщення представництв вирішуються за погодженням з ним.

До обов'язків Кабінету Міністрів в частині створення та функціонування представництв необхідно віднести затвердження Програми створення закордонних туристичних представництв (далі – Програма) та забезпечення її реалізації (в частині фінансування робіт та формування кола виконавців).

Предметом діяльності закордонних туристичних представництв має стати діяльність, спрямована на залучення, зміцнення та зростання туристичних потоків з конкретних країн. Основними цілями діяльності закордонних туристичних представництв має стати діяльність щодо сприяння розвитку візного туризму в Україні як напряму для туризму та ділових поїздок, співпраця в розробці та реалізації стратегії просування туристичних можливостей України в країні розташування, формування сучасної системи інформаційного забезпечення туризму та участь в реалізації положень державної політики у сфері туризму.

Завдання створення закордонних туристичних представництв повинні коригуватися в залежності від специфіки кожної окремої країни, але основними завданнями мають стати:

- просування міжнародних туристичних конференцій та торговельних ярмарок, що відбуваються в Україні, на іноземні ринки;
- забезпечення вільного доступу до інформації рекламного характеру представників країни розташування;
- просування можливостей національної туристичної сфери в країні розташування;
- участь у міжнародних туристичних заходах, що проходять на території країни розташування;

- сприяння зміцненню зв'язків на всіх рівнях у туристичній сфері;

- проведення досліджень у сфері туризму в країні розташування;

- співпраця з національними туристичними агентствами та їхніми представництвами в країні розташування;

- проведення рекламних заходів щодо туристичних можливостей нашої країни для представників іноземних засобів масової інформації та туристичних операторів, зацікавлених в українському напрямі;

- тимчасове надання представникам туристичних операторів наочних матеріалів, присвячених Україні, для демонстрації потенційним клієнтам [6];

- організація спеціальних поїздок в Україну для представників ЗМІ та турсоператорів країни розташування з метою формування позитивного іміджу України [7];

- допомога закордонним туристичним операторам в організації турів в Україну та забезпечення їх безкоштовними інформаційними матеріалами;

- сприяння туристам в придбанні туристичних послуг.

Відповідно до встановлених завдань туристичне закордонне представництво повинне, на нашу думку, мати такий перелік функцій:

- обробку, зберігання, оновлення та поширення інформації про туристичні ресурси, а також обмін зазначеною інформацією з іншими закордонними туристичними представництвами України;

- внесення інформації про туристичний потенціал країни – розташування в єдину базу даних по туризму України;

- збір, вивчення та аналіз інформації щодо іноземного досвіду використання технологій туристських ресурсів в організації турдіяльності, надання висновків до Державного агентства по туризму і курортів;

- забезпечення своєчасного доступу до інформаційних ресурсів;

- надання вичерпної інформації за напрямками: туристичні території та історико-культурні центри України, учасники її туристського ринку, їхні продукти та послуги, основні туристські маршрути, останні туристичні новини країни;

- координація діяльності з підготовки рекламної продукції, в тому числі: розробка та реалізація рекламно-інформаційних програм з туризму, забезпечення видання рекламно-інформаційної продукції, участь у підтримці офіційного туристичного сайту України;

- співпраця з туристичними центрами країн розташування [8].

Важливою складовою повноцінної діяльності закордонних туристичних представництв є фінансування. Закордонна практика визначає на теперішній час два підходи до фінансування діяльності відповідних заходів. Перший передбачає фінансування діяльності представництв виключно за державний кошт (Іспанія, Польща), другий – співпрацю приватного та державного секторів (Франція, Італія). В цьому ви-

падку рівень співпраці, а відповідно і обсяги вкладених коштів визначаються по кожному представництву окремо в залежності від зацікавленості приватного сектору в цьому напрямку. В нашому випадку виключне фінансування закордонних туристичних представництв державою неможливе через складний фінансовий стан у країні. Тому при створенні та фінансуванні діяльності закордонних туристичних представництв необхідно використовувати кошти державного та приватного секторів. Джерелами фінансування представництв у такому випадку мають стати кошти державного бюджету, внески юридичних та фізичних осіб, доходи від здійснення діяльності, інші доходи.

Результатами виконання Програми мають стати заходи, що будуть забезпечувати: 1) формування та підтримку позитивного туристичного іміджу країни; 2) поширення в країні розташування інформації про туристичні можливості України; 3) збільшення туристичного потоку з країни розташування; 4) сприяння залученню іноземних інвестицій у турсферу України; 5) забезпечення процесу економічної інтеграції України у світові туристичні процеси та розвитку відносин з країнами світу, приведення національного законодавства в частині державного регулювання туристичною сферою у відповідність зі світовими стандартами.

Порядок створення та діяльності закордонних туристичних представництв, як зазначалося вище, мусить забезпечувати Кабінет Міністрів України спільно з Міністерством закордонних справ, Міністерством культури і туризму, Міністерством освіти і науки, молоді та спорту, Державним комітетом телебачення та радіомовлення. До цієї роботи (за бажанням) залучаються також представники приватного сектору та громадські організації країни. На етапі створення кожного окремого пункту закордонних представництв головні функції щодо проведення досліджень і наступного формування цілей, завдань та принципів діяльності бере на себе Державне агентство по туризму і курортів спільно з науковим центром розвитку туризму. Якщо зацікавленість у відкритті закордонного представництва проявляють представники приватного сектору, то вони направляють свої пропозиції щодо міста розташування та обсягів фінансування до цього агентства, які, в свою чергу, після проведення необхідних досліджень, направляють сформовану пропозицію до Кабінету Міністрів. Розміри закордонного туристичного представництва та чисельність його персоналу, на нашу думку, мають залежати від розмірів туристичних потоків, пріоритетності розвитку чи підтримки туристичних потоків з кожної окремої країни.

Важливою складовою діяльності представництв повинна стати оцінка економічної, соціальної та екологічної ефективності Програми.

Об'єднаний ефект від реалізації Програми доцільно розглядати як сукупність результатів від наступних ефектів – економічного, соціального, бюджетного, іміджевого, екологічного. Економічний ефект буде досягатися шляхом реалі-

зації механізму державного регулювання туристичною сферою, діючого на засадах партнерства державного та приватного секторів та направлено в першу чергу на збільшення обсягів візного туризму і поліпшення платіжного балансу. Підвищенню економічного ефекту сприятиме той факт, що Україна отримає високоприбуткову та стабільну сферу, яка матиме високі показники незалежності від вартості сировини на світових ринках, тобто стане чинником зміцнення економічної безпеки країни. Соціальний ефект в першу чергу буде проявлятися у створенні додаткових робочих місць, впровадженні нових видів комунікацій та вдосконаленні транспортної інфраструктури, необхідних для розвитку туристичної сфери, і головне – стабільне забезпечення зайнятості населення.

Головним показником бюджетного ефекту будуть обсяги надходження до бюджетів всіх рівнів підчас і за результатами реалізації заходів Програми, а також динаміка показників економії коштів державного бюджету. Основними джерелами збільшення надходжень, на нашу думку, стануть податки, що сплачуватимуть існуючі та знов створені суб'єкти господарювання туристичної сфери. Основними показниками бюджетної економії будуть показники, що характеризуватимуть позитивну динаміку ефективності державних інвестицій та залучених приватних інвестицій та показники економічного розвитку окремих регіонів.

Іміджевий ефект передбачає формування образу України як країни, сприятливої для туризму. Програма не тільки створюватиме умови для просування національного туристичного продукту на світовому ринку, а й сприятиме розвитку соціально-економічних і культурних зв'язків України з іншими країнами, покращуватиме думку світової громадськості про країну в цілому.

Екологічна ефективність буде насамперед зорієнтована на показники збереження і відтворення природно-ресурсного потенціалу турсфери.

### Висновки

Державну структуру закордонних туристичних представництв необхідно розглядати як важливу складову системи підтримки авторитету України у політичній, культурній та економічній сферах. Виходячи з цього необхідною є розробка Програми створення закордонних туристичних представництв з чітким визначенням координації між всіма органами для спільної та ефективної роботи на загальну мету відповідних відділів, Міністерства культури і туризму, представників приватного сектору. Програма має бути розроблена щонайменше на п'ять років з чітким визначенням ролі всіх суб'єктів, що беруть участь у процесі.

Важливим для ефективної роботи закордонних туристичних представництв є чітке визначення послуг, на отримання яких можуть розраховувати представники країни розташування з боку таких представництв та розроблення стратегії діяльності таких представництв на кожен рік у країні розташування із визначенням фінансування на виконання напрямків стратегії. Перелік основних послуг має бути чітко визначений на веб-сайті представництв, означений у інформаційних матеріалах, які розповсюджуються на різноманітних заходах.

Також необхідно створити аналітичний центр з питань розвитку візних туристичних потоків на базі Державного агентства по туризму та курортів. До основних завдань такого майбутнього центру, крім інших, будуть відноситися накопичення, систематизація та передача інформації, що надходить від представництв та безпосередньо представників бізнесу, які зацікавлені в експорті туристичних продуктів у зарубіжні країни.

### Список використаних джерел

1. Рекреаційно-туристичний потенціал України / Туристична бібліотека. – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/potencial.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/potencial.htm)
2. Про внесення змін до Закону України «Про туризм»: Закон України від 18.11.2003 №1282-IV [Електрон. ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1282-15>
3. Державна програма забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003–2006 роки. Постанова від 15.10.2003 №1609 [Електрон. ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1609-2003-%EF>
4. Положення про культурно-інформаційний центр у складі закордонної дипломатичної установи України. Указ Президента України від 20.02.2006 №142/2006 [Електрон. ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=142/2006>
5. Перелік закордонних дипломатичних установ України, у складі яких утворюються культурно-інформаційні центри. Розпорядження Кабінету Міністрів від 19.04.2006 №213-р [Електрон. ресурс] / Мера-НАУ. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1095.756.0>
6. Японская национальная туристическая организация [Електрон. ресурс] / Познай Японию. – Режим доступу: <http://visitjapan.ru/about>
7. О наших Представительствах / Национальная организация туризма Кореи. – Режим доступу: [http://russian.visitkorea.or.kr/rus/ET/ET\\_RU\\_9\\_3\\_2.jsp](http://russian.visitkorea.or.kr/rus/ET/ET_RU_9_3_2.jsp)
8. Рекомендации по созданию и деятельности в РБ туристско-информационных центров. Приказ Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 05.06.2006 №445 [Електрон. ресурс] / Национальное агентство по туризму. – Режим доступу: <http://belarus-tourism.by/tourbusiness/law/recommendations/?print=1>