

*Лекція 7*  
**МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ  
ВІДНОСИНИ У СФЕРІ  
ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**



## **План лекції**

**1. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму**

**2. Особливості транснаціоналізації світового туристичного ринку**

**3. Глобалізаційні тенденції розвитку міжнародного туристичного бізнесу**

- Міжнародний туризм сьогодні істотно впливає на розвиток світогосподарських зв'язків, економіку окремих країн.
- Розвиток туризму, ріст об'єму туристичних послуг збільшує кількість робочих місць. За оцінками спеціалістів, в даний час в туристичній індустрії працює більше 100 млн. чоловік, кожне 16-е робоче місце в світі приходить на туризм, а до 2005 року кожен 8-й працездатний чоловік в світі буде зайнятий в цьому секторі.
- Туристичний бізнес стимулює розвиток інших галузей господарства: будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництво товарів народного споживання і т.д.
- Крім впливу на економіку багатьох країн, міжнародний туризм впливає на їх соціальну і культурну сферу, екологію. А останні, в свою чергу, впливають на туризм і туристів.







Демографічні та соціальні  
кількість населення;  
вікова структура;  
наявність вільного часу;  
урбанізація,  
підвищення добробуту людей;  
підвищення якості життя

Економічні та фінансові  
економічна нестабільність;  
зростання безробіття;  
інфляція – негативні  
макроекономічні чинники; і,  
навпаки, коли економіка на  
підйомі – призводить до  
туристичної активності

Політичні  
концепція пріоритетного  
розвитку туризму;  
безпека подорожі;  
фінансування галузі;  
підвищення рівня життя  
населення;  
розвиток туристичної  
індустрії

Зовнішні чинники


Чинники впливу на ринок туристичних послуг

Внутрішні чинники

Попит і пропозиція на  
туристичному ринку  
платоспроможний попит  
людей;  
рівень та умови життя;  
кон'юнктура ринку;  
доступність ресурсів

Сегментація туристичного  
ринку за ознаками  
соціально-економічні;  
демографічні;  
географічні;  
поінформованість споживачів


Маркетингова політика суб'єктів ринку  
туристичної галузі  
цінова політика;  
маркетингова стратегія;  
маркетингові дослідження



Процеси транснаціоналізації у туристичній індустрії розвиваються дещо інакше, ніж в будь-якій іншій сфері - на ці процеси впливають навіть ті компанії, які безпосередньо не входять у структуру туристичної індустрії. Взаємодія процесів глобалізації та розвитку світового туристичного ринку проявляється у вигляді функціонування ТНК, стратегічних альянсів та глобальних союзів.

Залежно від галузі функціонування ТНК у туристичній сфері можна виділити три основні групи:

- 1) транснаціональні готельні корпорації („готельні ланцюжки”);
- 2) транснаціональні туристичні транспортні корпорації (передусім, у сфері повітряного транспорту);
- 3) транснаціональні туроператорські корпорації (компанії, що переважно займаються формуванням пекідж-турів).



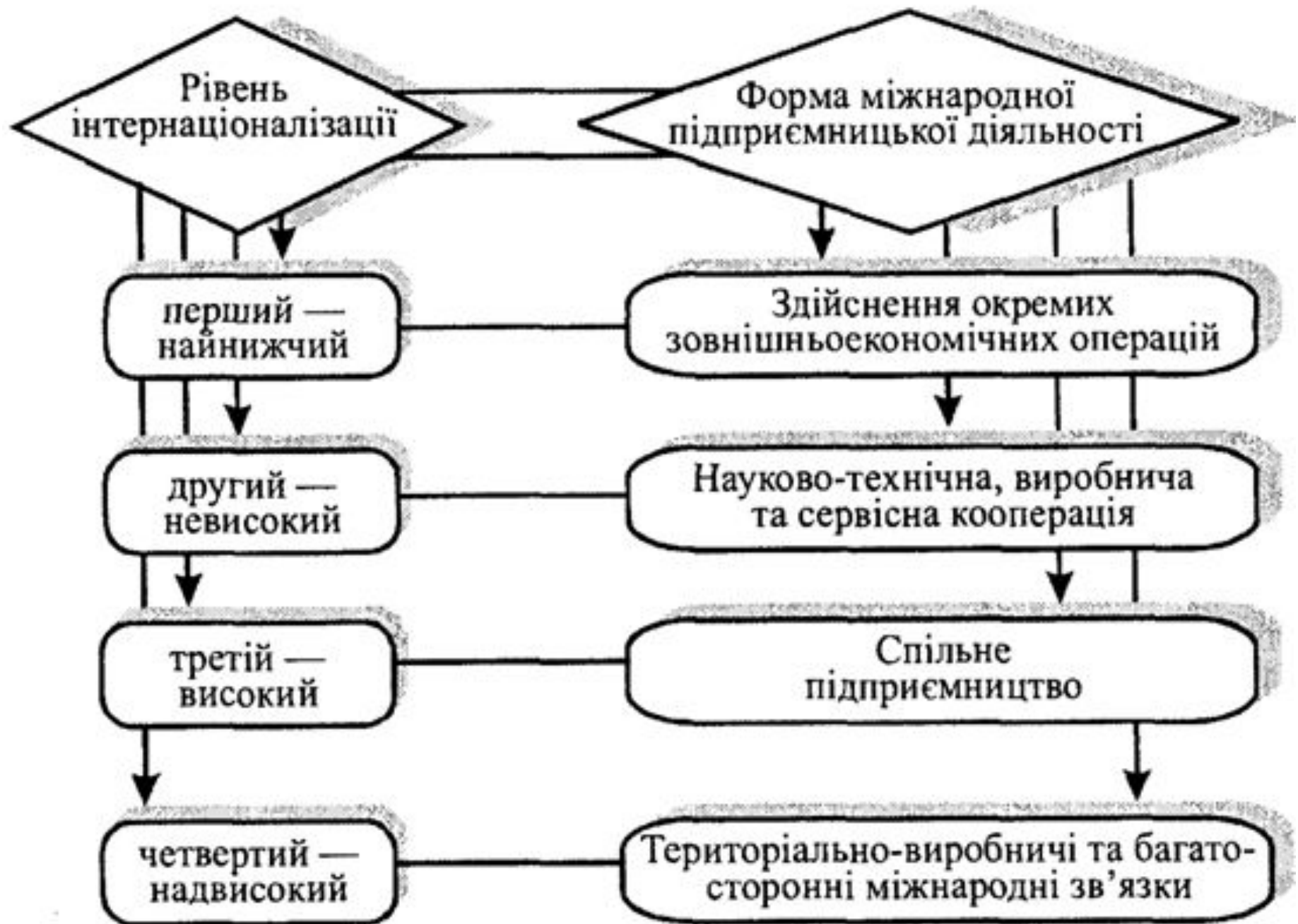
Якщо розглянути рейтинг 100 найбільших ТНК світу останніх років, то в них не входить жодна ТНК, яка б стосувалась туризму безпосередньо або опосередковано. До 500 найбільших ТНК світу увійшли лише корпорації індустрії розваг та відпочинку, материнська компанія яких розташована у США. Більше у світовому рейтингу 500 найбільших компаній немає жодної компанії, яка б відносилась до туристичної індустрії. Це пояснюється тим, що, з одного боку, розрахунок обсягів міжнародної торгівлі туристичними послугами характеризується значною невизначеністю (оскільки туристична сфера об'єднує широкий спектр надання суміжних послуг). З іншого боку, в забезпеченні суміжними турпродуктами та послугами беруть участь багаточисельні та комплексні мережі агентів. Складність окреслення чіткої організаційної структури та узгодження туристичних „торговельних ланцюжків” особливо яскраво проявляється у випадку, коли материнська компанія володіє декількома транснаціональними готельними ланцюжками та здійснює капіталовкладення в різні сфери економічної діяльності: від ресторанного господарства, підприємств сфери розваг до готельного бізнесу.

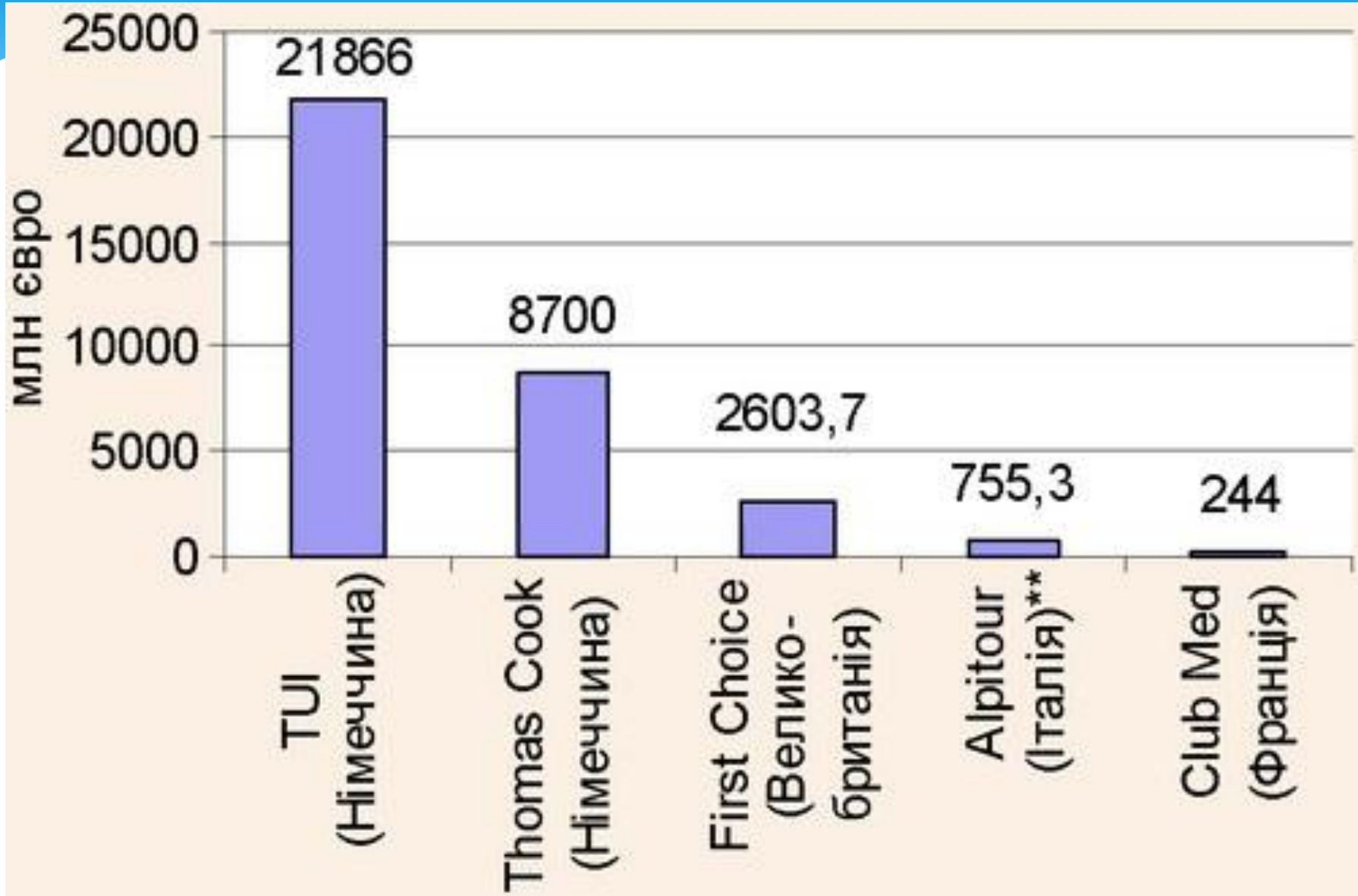
Форма міжнародного маркетингу	внутрішній маркетинг	експортний	зарубіжний	транснаціональний	глобальний
Стадія інтернаціоналізації	латентна	початкова	зарубіжна	транснаціональна	глобальна
Типи фірм	національний виробник	експортер	міжнародна фірма	ТНК	

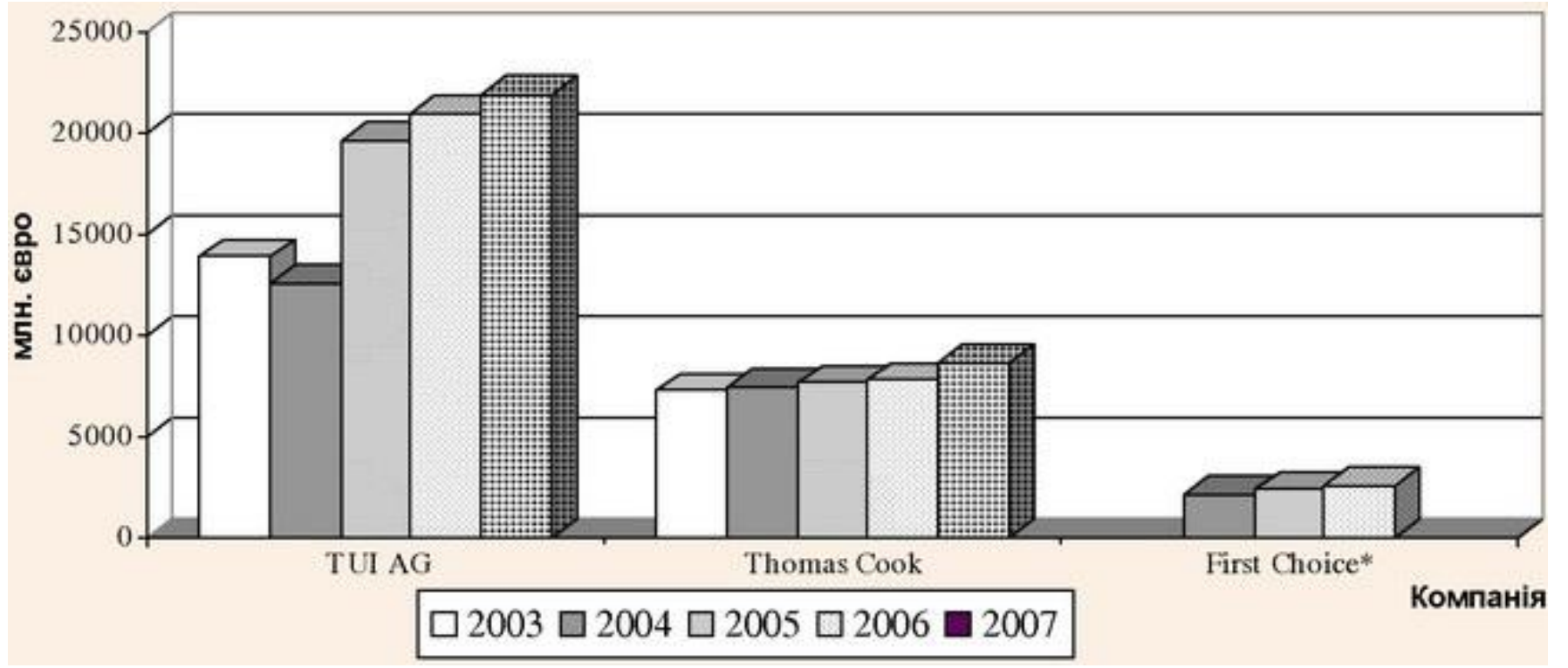



### Особливості етапів інтернаціоналізації фірми

Завдання і орієнтації	Етапи		
	Початковий	Локальної ринкової експансії	Транснаціональний
Завдання менеджменту	Вибір зарубіжних ринків і форм виходу на них	Підвищення результативності діяльності на конкретних зарубіжних ринках	Глобальна раціоналізація і забезпечення синергізму
Оцінка значущості міжнародної діяльності	Важливе доповнення до діяльності на внутрішньому ринку	Щонайменше дорівнює за значущістю діяльності на внутрішньому ринку	Стратегічна умова успіху і розвитку
Орієнтація вищого менеджменту (модель EPRG)	$E \rightarrow P$	$P \rightarrow R$	$R \rightarrow G$









У сфері готельного господарства ТНК набувають вигляду готельних ланцюжків, що охоплюють групу готелів, які мають єдину структуру управління, концепцію просування продукту та торговельну марку. У світовому рейтингу американські готельні мережі займають провідні позиції. Серед 30 найбільших готельних компаній американськими є 22. Найбільшою неамериканською компанією є французький Accor (близько 3000 готелів). В умовах жорсткої конкуренції з боку інтегрованих готельних ланцюжків (Holiday Inn Worldyard, Hilton Hotels Corporation, I-T-T Sheraton) незалежні готелі об'єднуються в готельні консорціуми, найбільшим з яких є Utel International (Великобританія), що об'єднує 6576 готелів в 137 країнах світу

Іншою організаційною формою концентрації виробництва на туристичному ринку є створення стратегічних альянсів. Одним із найбільш успішних прикладів створення альянсу в готельному бізнесі можна вважати підписання наприкінці 1996 р. угоди про співробітництво між американською групою Carlson Hospitality Worldyard та японською компанією Four Seasons. Основною метою даного заходу було розширення готельної мережі Rigent, що належить японській стороні. Водночас класичні готельні мережі все частіше застосовують франчайзинг. Компанія Cendant Corporation, що спеціалізується на франчайзингу, є найбільшою у світі готельною групою, до складу якої входить понад 6000 готелів. Із зростанням маркетингової орієнтації в готельних підприємствах вирішальними стають не відносини власності, а спільні дії на ринку. Деякі готельні мережі намагаються здійснювати експансію часто за рахунок своєї прибутковості. Цей процес не лише негативно впливає на готельні підприємства середньої ланки, але й загострює конкуренцію між великими готельними концернами. Конкуренція „витіснення” перетворюється на конкуренцію „знищення”.






Таблиця 3.17

Найпотужніші готельні мережі світу.


Рейтинг		ф о. ш та Q к та	s Готельна група-влас	Країна	Кількість		Кількість	
1999р.	2000р.				готелів		номерів	
					1999р.	2000р.	1999р.	2000р.
1	1	Holiday Inn	Bass H&R	GB	1573	1515	287452	284350
2	2	Days Inn	Cendant	USA	1830	1888	163999	182472
3	3	Sheraton	Star wood	USA	509	552	153959	156858
4	4	Marriott	Marriott	USA	357	368	137600	140700
5	5	Comfort	Choice	USA	1717	1815	132784	140087
6	6	Ramada	Cendant	USA	1004	1047	131591	131603
7	7	Super Motels	8 Cendant	USA	1759	1900	108111	116000
8	8	Radisson	Carlton	USA	376	400	98872	97000
10	9	Hampton Inn	Hilton Corp.	USA	826	932	86081	96124
9	10	Hilton Hotels	Hilton Corp.	USA	249	251	87014	87276

Готельна мережа	Кількість готелів			Кількість номерів		
	2009	2008	Відхилення, од.	2009	2008	Відхилення, %
<i>Inter Continental Hotel Group (IHG) - Crowne Plaza</i>	4 186	3 949	237	619 851	585 094	5,9
<i>Wyndham Hotel Group's Ramada</i>	7 043	6 544	499	592 880	550 576	7,7
<i>Marriott International</i>	3 088	2 921	167	545 705	521 201	4,7
<i>Hilton's Hampton Inn</i>	3 259	2 921	292	544 361	498 174	9,3
<i>Accor Group</i>	3 982	3 871	111	478 975	461 698	3,7
<i>Choice Hotels</i>	5 827	5 570	257	472 526	452 027	4,5
<i>Best Western International</i>	4 032	4 035	-3	305 387	308 636	-1,1
<i>Starwood Hotels Resorts</i>	942	896	46	284 800	274 535	3,7
<i>Carlson</i>	1 013	971	42	151 487	148 551	2,0
<i>Global Hyatt</i>	373	720	-347	114 343	138 503	-17,4
<i>Zarano</i>	33 745	32 444	1 301	4 110 315	3 938 995	4,3



Початок ХХІ ст. характеризується домінуванням глобалізаційних тенденцій у процесі розвитку міжнародних економічних відносин. Світовий ринок товарів і послуг перетворюється у єдиний глобальний економічний простір, у якому розвиток окремого сегмента стає закономірним наслідком ефективності процесів інтернаціоналізації, транснаціоналізації та міжнародної кооперації.

Особливе місце у структурі світової торгівлі посідає сфера туристичних послуг, яка завдяки високій динаміці свого розвитку відноситься до найбільших галузей світу. Туристські послуги стали найбільш потрібним продуктом, залишивши позаду інші товари, які визначали до останнього часу структуру міжнародної торгівлі. Індустрія туризму й суміжні галузі (туристський сектор) надають роботу все більшій кількості людей. Кожного року збільшується кількість осіб які надають перевагу туризму як основному виду відпочинку. Революційні зміни, що відбуваються в галузі інформатики й розвитку засобів транспорту та комунікацій роблять туризм доступнішим для населення. Цьому також сприяють інтенсифікація глобалізаційних тенденцій у світовому розвитку, підвищення ступеня економічної й політичної «відкритості» держав і спрощення формальностей, пов'язаних із транскордонними переміщеннями людей.



Основними передумовами глобалізації світового туристичного ринку можна назвати такі наслідки міжнародної економічної інтеграції:

- 1.Зростання ефекту масштабу в туристичному бізнесі, становлення масового характеру міжнародних поїздок.
- 2.Поширення інформаційних технологій і засобів зв'язку, формування єдиного інформаційного поля, доступного для необмеженої кількості користувачів.
- 3.Поява й поширення сучасних засобів транспорту, що дозволяє скоротити природні географічні перешкоди для розвитку міжнародних туристичних обмінів.
- 4.Різде скорочення завдяки передовим технологіям, транспортним і телекомунікаційним витратам, значне зниження витрат на опрацювання, зберігання й використання інформації.
- 5.Доступність і поширеність знань і технологій створення, просування, продажу туристичного продукту в міру популяризації освіти у сфері туризму й готельного господарства.
- 6.Поширення міжнародних форм здійснення виробничо-господарської діяльності (ТНК): організаційні форми, рамки діяльності яких виходять за національні кордони, набувають міжнародного характеру, сприяючи формуванню єдиного ринкового простору.
- 7.Загальна лібералізація світової торгівлі послугами Ріст концентрації капіталу в трьох світових центрах.
- 8.Уніфікація вимог і правил оподаткування, бухгалтерського обліку, тощо.
- 9.Посилення тенденцій до формування єдиної системи стандартизації послуг.
- 10.Зростання мобільності населення планети внаслідок ослаблення ролі звичок, традицій, соціальних зв'язків і звичаїв, подолання національної обмеженості людей.



У міжнародному туризмі процес глобалізації найкраще простежуються на прикладі сектора розміщення туристів, в якому ТНК набувають форми готельних мереж, або ланцюгів.

ТНК перейшли від конкурентної боротьби до політики співпраці та реалізації спільних проектів. Ця тенденція знаходить вияв у створенні глобальних союзів корпорацій.

Головна мета таких коаліцій полягає в об'єднанні фінансових, науково-технічних і людських ресурсів різних фірм для досягнення переваг у конкурентній боротьбі чи для реалізації спільних програм і проектів шляхом співпраці. Буде помилкою твердити про повне припинення конкурентної боротьби між виробниками чи продавцями туристичного продукту.

Глобальні союзи укладаються між американськими, європейськими, американсько-європейськими, японськими ТНК для зміцнення власної фінансової незалежності та конкурентоспроможності. Дії таких союзів спрямовані проти небезпечних суперників із високорозвинених та нових індустріальних країн.

Укладання глобальних союзів –поширена в різних секторах індустрії туризму практика. Яскравим прикладом діяльності подібних союзів є глобальні комп'ютерні системи бронювання широкого спектра туристичних товарів і послуг –від авіаційних перельотів, переїздів залізницею і придбання пакет -турів, до оренди автомобілів, попереднього замовлення місця в готелі чи квитків на футбольний матч або концерт. Найбільш відомими серед таких систем є «Амадеус» та «Галілео», які присутні і на українському ринку транспортних і туристичних послуг



# Практика міжнародних відносин

- \* Міжнародний туризм на всіх етапах свого розвитку був чинником, що сприяв налагодженню взаєморозуміння між державами та народами, важливим засобом зміцнення миру та дружби, активним стимулятором розвитку зовнішньоекономічних, торговельних і культурних відносин. Отже, туризм завжди був сприятливим ґрунтом для міжнародної співпраці.
- \* Водночас без співпраці країн туризм не зміг би успішно розвиватися. Якщо якась країна залишається байдужою до потреб чи бажань іноземних туристів, то навряд чи їхні поїздки в цю країну будуть масовими.

# Основні завдання міжнародної співпраці

- \* використання туристичних зв'язків для зміцнення взаєморозуміння і довіри між країнами;
- \* використання туризму для розвитку взаємовигідних економічних, торговельних відносин;
- \* створення на взаємній основі якнайсприятливіших умов для туристичного обміну, організація технічної співпраці шляхом обміну туристичною інформацією, запровадження загальних стандартів і технологій обслуговування туристів, спрощення туристичних формальностей та ін.

# Форми міжнародної співпраці

## 1) співпраця на двосторонній основі.

Погоджені двома країнами умови довготривалої співпраці у розвитку туризму скріплюються особливими договорами, які переважно називаються міждержавними угодами про співпрацю в галузі туризму. Така форма міжнародної співпраці є найдоступнішою та найефективнішою, оскільки для її реалізації не потрібно створювати жодних організаційних структур.

## 2) співпраця на багатосторонній основі.

Багатостороння співпраця передбачає координацію дій із розвитку міжнародного туризму між декількома країнами. Формами багатосторонньої співпраці є міжнародні наради, форуми з питань туризму, а також різноманітні міжнародні туристичні організації.

# Двостороння співпраця

- \* За 1990—2000 рр. Україна уклала угоди про співпрацю в галузі туризму більш ніж з 20 країнами.
- \* 18 жовтня 2005 р. Україна стала членом Європейської туристичної комісії.
- \* Станом на 1 лютого 2006 р. укладено 40 міжурядових і міжвідомчих угод про співпрацю в галузі туризму, в тому числі 9 — із країнами ЄС.
- \* Готуються до підписання ще близько 40 угод, зокрема, з такими розвиненими туристичними країнами, як Іспанія, Італія, Кіпр, Мальта, Португалія, Румунія, Словенія, Франція та Чехія.
- \* У таких угодах договірні сторони, визнаючи, що взаємодія у галузі туризму має важливе значення для економіки та культури обох країн і є добрим засобом сприяння їхньому розвитку, а також взаєморозумінню і зміцненню відносин, підтверджують своє прагнення співпрацювати на засадах рівноправності та взаємної вигоди.

# Конкретні заходи двосторонньої співпраці спрямовані

- \* широку підтримку діяльності й співпраці туристичних організацій обох країв;
- \* спрощення (по можливості) прикордонних, митних та інших туристичних формальностей;
- \* сприяння збільшенню обсягів туристичних поїздок (групових і індивідуальних) між обома країнами;
- \* обмін туристичною інформацією;
- \* надання допомоги в підготовці професіональних кадрів для сфери туризму;
- \* координацію співпраці туристичних адміністрацій у межах UNWTO та інших міжнародних туристичних організацій;
- \* дозвіл на відкриття туристичних рекламно-інформаційних бюро на території іншої країни.

Контроль за виконанням таких угод, як правило, покладається на національні туристичні адміністрації, делегації яких регулярно зустрічаються для підбиття підсумків та планування роботи на майбутнє.



# Багатостороння співпраця

Туризм як одна з найважливіших форм міжнародної співпраці став об'єктом пильної уваги ООН від перших днів її створення. Найважливішу роль у розвитку міжнародного туризму відіграли такі документи ООН:

- \* Загальна декларація прав людини, прийнята 10 грудня 1948 р., у ст. 24 якої проголошується, що кожна людина має право на відпочинок і вільний час, включаючи розумне обмеження робочого часу і періодичні оплачувані відпустки;
- \* Міжнародний пакт про економічні, соціальні й культурні права, прийнятий 1966 р., у ст. 7 якого визначено, що країни зобов'язуються забезпечувати кожній людині право на відпочинок, вільний час, розумне обмеження робочого часу і періодичні оплачувані відпустки;
- \* Міжнародний пакт про громадянські та політичні права, прийнятий 6 грудня 1966 р., у ст. 12 якого зазначається, що кожна людина має право вільно залишати будь-яку країну, включаючи свою власну.

# Контролюючі органи

Головними органами ООН, які займаються питаннями міжнародного туризму, є Генеральна асамблея, Економічна і соціальна рада, Секретаріат; допоміжними — регіональні економічні комісії для Європи, Азії, Африки, Америки. Деякі питання туризму належать до компетенції спеціалізованих установ, що входять у систему ООН.

## Найбільш активно проблемами туризму займаються:

- \* Організація ООН з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО), які розробляє і здійснює проекти зі збереження світової культурно-історично спадщини і розвитку туризму, проводить велику роботу з охорони та відновлення історичних місць і пам'яток, а також з підготовки кадрів запровадження технічних стандартів, обміну інформацією;
- \* Міжнародна організація праці, яка займається проблемами умов праці, професійного навчання, соціального забезпечення, практик наймання на роботу і взаємин між службовцями і роботодавцями, зокрема у галузі туризму;
- \* Продовольча і сільськогосподарська організація (ФАО), яка надає допомогу туристичним адміністраціям окремих країн у розробці проектів з використання в туризмі лісів, водних ресурсів, національних парків, інших природних об'єктів;
- \* Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ), яка регулює у галузі туризму міжнародні санітарні норми, спрямовані на боротьбу з поширенням інфекційних захворювань і гарантування максимальної безпеки та здоров'я міжнародних туристів і мандрівників;
- \* Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО), яка сприяє туризму шляхом розробки певних заходів, що спрощують необхідні формальності при організації пасажирських авіаперевезень, особливо на міжнародних лініях;
- \* Міжнародний банк реконструкції і розвитку (МБРР), який бере участь у фінансуванні великих туристичних проектів і співпрацює з багатьма установами ООН із проблем міжнародного туризму;

# Конференція ООН з торгівлі й розвитку (ЮНКТАД)

- \* розробкою політики у сфері потенційних можливостей туризму;
- \* оцінкою перспектив розвитку основних видів міжнародного туризму;
- \* створенням статистики міжнародного туризму;
- \* консультуванням і підготовкою оглядів розвитку міжнародного туризму.

# ООН

Діяльність ООН у сфері міжнародного туризму є широкомасштабною, охоплює велику кількість країн і має досить відчутні позитивні результати.

Велике значення для розвитку міжнародного співробітництва у галузі туризму мають міжнародні наради-форуми, на яких збираються представники туристичних адміністрацій багатьох країн.

Конференція ООН з міжнародного туризму і подорожей відбулася 1963 р. у Римі. В її роботі брали участь представники 87 держав — членів ООН.

# Питання, які розглядаються на конференції ООН

- \* розвиток співробітництва в міжнародному туризмі, у тому числі участь країн у реалізації спільних проектів, наданні консультативної допомоги, підготовці фахівців, обміні інформацією;
- \* правовий статус іноземних туристів;
- \* визначення понять "турист", "тимчасовий відвідувач";
- \* рекомендації для всіх держав щодо спрощення формальностей для іноземних туристів.

# Всесвітня конференція з туризму

Всесвітня конференція з туризму відбулася з ініціативи UNWTO 1980 р. у Манілі (Філіппіни). В її роботі взяли участь представники 107 держав.

На Конференції було чітко окреслене політичне значення міжнародного туризму, який може розвиватися тільки за умов міжнародної безпеки, що, своєю чергою, стає суттєвим фактором забезпечення миру в усьому світі й, моральною та інтелектуальною основою для міжнародної взаємодії та співпраці.

На цій Конференції були також розглянуті важливі соціально-економічні питання розвитку туризму й ухвалені відповідні рекомендації і рішення, які ввійшли в текст документа, що отримав назву Манільської декларації з туризму.



# Проблеми розвитку міжнародного туризму викладені у Декларації

- \* регулювання пропозиції туристичного продукту і туристичних послуг та поліпшення їхньої якості з урахуванням інтересів споживачів і місцевих виробників, організація професійної підготовки працівників туристичних підприємств, захист і збереження культурно-історичної спадщини й охорона навколишнього середовища;
- \* технічне співробітництво у галузі туризму, включаючи обмін туристичною інформацією, створення загальносвітової системи туристичної інформації;
- \* питання людських ресурсів у туристичній галузі, включаючи підвищення іміджу професії і соціального статусу осіб, які працюють у туристичній індустрії, а також більшої уваги до їхньої професійної підготовки і підвищення технічної компетентності;
- \* забезпечення свободи пересування туристів — спрощення візових, прикордонних, митних й інших туристичних формальностей, а також відповідна підготовка співробітників служб, які відповідають за дотримання цих формальностей.

На Манільській конференції було ухвалено рішення про щорічне відзначення Всесвітнього дня туриста (27 вересня, починаючи з 1980 р.).

# Інші конференції пов'язані з проблемами міжнародного туризму

Нарада з безпеки і співробітництва в Європі відбулася 1975 р. у Гельсінкі. У ній взяли участь керівники 33-х європейських держав, а також США і Канади.

З цією метою було погоджено комплекс заходів:

- \* співпраця, спрямована на розвиток і поліпшення матеріально-технічної бази туризму;
- \* здійснення спільних проектів з туризму, у тому числі технічна співпраця;
- \* взаємний обмін інформацією у галузі туризму;
- \* сприяння діяльності туристичних фірм і транспортних компаній;
- \* заохочення туристичних поїздок у несезонний період;
- \* розвиток обміну студентами і фахівцями у галузі туризму;
- \* спрощення формальностей для туристів, які приїжджають;
- \* здійснення необхідних заходів для розвитку туризму без шкоди для навколишнього середовища і культурно-історичної спадщини;
- \* проведення конференцій і симпозіумів із питань розвитку міжнародного туризму.

# Нарада з безпеки і співробітництва в Європі

На Нараді був визначений механізм реалізації ухвалених рішень, зокрема, передбачалися двосторонні й багатосторонні зустрічі експертів з туризму, координація роботи міжнародних туристичних організацій.

Міжпарламентська конференція з туризму відбулася з ініціативи Міжпарламентського союзу і UNWTO 1989 р. у Гаазі. В її роботі взяли участь парламентарії з 51-ї країни. Підсумком роботи Конференції стало ухвалення Гаазької декларації з туризму, в якій було викладено 10 основних принципів розвитку туризму і відповідні рекомендації з їхньої реалізації

# Питання на яких було зосереджено увагу

- \* місце туризму в системі економічного і соціального розвитку суспільства. З огляду на зростання значення туризму, Конференція рекомендувала планувати туризм на комплексній основі, приділяючи особливу увагу розвитку туристичної інфраструктури, підготовці кадрів туристичної індустрії, захисту навколишнього середовища, підтримці малого бізнесу в сфері туризму і подорожей;
- \* необхідність спрощення туристичних формальностей, коло яких з розвитком туризму постійно розширюється. Зверталася увага на те, що варто розрізняти перешкоди, які стосуються мандрівників, і перешкоди, які ускладнюють роботу туристичного бізнесу;
- \* безпека і захист туристів. Ці проблеми пов'язані з необхідністю дотримання туристичними та іншими адміністративними органами, насамперед приватним сектором, численних правил і постанов. Держави прибуття і виїзду туристів повинні активно співпрацювати у використанні всіх засобів захисту і безпеки туристів, особливо у випадках природних нещасть, великих аварій, епідемій, терактів тощо.

***З метою реалізації ухвалених рішень у сфері міжнародного туризму Декларація закликає парламенти всіх країн вжити заходів до розробки всеосяжного національного законодавства з туризму.***