

По второй схеме (сервисной, или содействия) услуги в области страхования оказывают не менее двух страховых организаций: отечественный страховщик и его зарубежные партнеры – одна или несколько сервисных компаний assistance. При этом застрахованному надо лишь сообщить оператору (дежурному бюро) о страховом случае. Все дальнейшие заботы компания assistance берет на себя [3].

Все вышеизложенное касается страхования выезжающих за рубеж, однако ситуация с людьми, отдыхающими в санаторно-курортных учреждениях нашей страны, аналогична.

В настоящее время ситуация страхования в туризме такова, что многие люди, приобретающие путевки в санаторно-курортные учреждения не осведомлены о том, что туристическая фирма обязана заключить договор страхования с каждым туристом, поскольку в Законе Украины «О туризме» страхование ответственности субъектов туристической деятельности за вред, причиненный жизни и здоровью туриста и/или его имуществу является обязательным, либо же отдыхающие не интересуются на какую сумму и с какой страховой компанией заключен договор страхования. В случае наступления страхового события страхователь получает мизерную страховую сумму, не покрывающую произведенных затрат.

Таким образом, прежде всего, необходимо повышать культуру и осведомленность населения о страховании как в туризме, так и остальных отраслях хозяйствования, а также проводить комплекс взаимосвязанных действий для эффективного развития страхования в Украине.

### Источники и литература

1. Александрова М.М. Страхування. – К: ЦУЛ, 2002. – 208с.
2. Базилевич В.Д., Базилевич К.С. Страхова справа. – К: Знання, 2002. – 208с.
3. Гвозденко А.А. Страхование в туризме: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 256 с.
4. Залетов А.Н. Страхування в Україні. – К: Логос, 2002. – 450с.
5. Закон України „Про внесення змін до Закону України „Про страхування” // Урядовий кур’єр. – 2001. – 7 листопада.
6. Страхові послуги. Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Т.М. Артюх, О.О. Гаманкова, Т.Д. Кривошлик, Т.Д. Татаріна / Под ред. Т.М. Артюх. – К.: Київський національний економічний університет, 2000. – 124с.
7. Штефюк Т.Ю. Страхування: Навчальний посібник. – Чернівці: Прут, 2001. – 168с.

### Подсолонко М.В.

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОФИЦИАЛЬНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ САЙТОВ ГОСУДАРСТВ И РЕГИОНОВ

В современном мире все делается для потакания человеческой лени. Если вам лень стирать, за вас это сделает стиральная машина, мыть посуду – посудомоечная. Если вы не любите ходить пешком и вам не совсем лень нажимать на педали – вы можете ездить на машине, скорости вам переключать уже не надо. За вас это сделает автоматическая коробка передач.

С развитием всемирной информационной сети Интернет, человеческая лень стала развиваться еще быстрее. Теперь студенты могут скачать себе необходимый реферат, деловые люди провести переговоры, а туристы – заказать гостиницы и все желаемые туры, не вставая с кресла.

Целью данной статьи является сравнение официальных сайтов некоторых государств и регионов мира с сайтом министерства туризма Крыма. Сравнимые сайты отбирались по следующему принципу: в самой крупной и популярной на момент написания статьи поисковой системе мира Google набиралась фраза на английском языке, включавшая в себя названия страны (региона) и слова tourism site. Из первой десятки полученных результатов отбирались сайты, в описании которых встречались слова «официальный сайт министерства туризма» или «официальный справочник для путешествующих по стране (региону)».

Следует отметить, что сайт на сегодняшний день – это не только источник информации, но и невероятной силы маркетинговый инструмент, имеющий влияние в отличие от всех других инструментов практически на весь мир, пользующийся интернетом.

Было проанализировано десять сайтов: Бредфорд (Англия), Великобритания, Греция, Кипр, Крым, ОАЭ, Орегон (США), Польша, Тунис, Турция.

Сайты анализировались по следующим параметрам:

Удобство пользования сайтом

Наполнение сайта информацией

Возможность интерактивного использования сайта

Четвертый, очень важный пункт учитывался при отборе сайтов – их раскрутка. Плохо «раскрученные» сайты просто не попали в наш обзор. Следует отметить, что раскрутка сайта – это, пожалуй, важнейший пункт работы с ним. Ведь даже в самом совершенном сайте, на который никто не заходит, нет абсолютно никакого смысла.

Рассмотрим каждый из пунктов подробнее. Под удобством пользования сайта мы понимаем следующее: количество языковых версий сайта, сколько раз нужно щелкнуть по ссылке, чтобы найти необходи-

мую информацию, наличие поиска, скорость загрузки страниц, дизайн.

Чем больше на сайте языковых версий, тем больше посетителей смогут получить информацию, тем больше посетителей придет на сайт с поисковых систем.

Чем быстрее посетитель доберется до необходимой информации, тем больше вероятность, что он вернется на наш сайт еще раз и посоветует его друзьям и знакомым. Если говорить об удовлетворении потребителей, в нашем случае – посетителей, то следует отметить, что скорость нахождения необходимой информации и скорость загрузки страниц – это важнейшие его факторы. Человек, знакомый с интернетом не понаслышке и не имеющий к нему спутникового подключения, скорее всего, столкнулся с ситуацией, когда абсолютно не нужна ему страница, служащая связующим звеном со страницей, которая действительно интересна посетителю, загружается пять минут. Согласитесь, это выводит из себя. И наименее важный, но наиболее приятный момент на страницах интернет – дизайн. Красивые страницы с оригинальной графикой просматривать гораздо интереснее, чем страницы, напоминающие книгу без иллюстраций.

Второй пункт анализа сайта имеет огромное значение, так как не допустимы два варианта существования сайтов: не раскрученный сайт и сайт без информации.

Чем больше на сайте информации, тем больше пользы он будет приносить. Очень важно, чтобы в наполнении информацией преследовались не количественные, а качественные характеристики. Все-таки лучше прочитать один абзац искомой информации, чем десять, из которых один – искомая информация.

Если предположить, что турист, направляющийся в страну, не хочет неприятных сюрпризов, то можно прийти к выводу, что на сайте должна располагаться следующая информация: о гостиницах, ресторанах, средствах передвижения между ними и т.д. Если сделать предположение, что наш турист еще к тому же хочет культурно обогатиться, то на сайте должна быть информация о театрах, музеях, выставках, достопримечательностях и т.п. Если же наш турист решил заранее спланировать все свои передвижения, то к его услугам должна быть предоставлена информация о маршрутах, расписании и ценах общественного транспорта и адреса, где он сможет взять машину напрокат.

С маркетинговой точки зрения и точки зрения запутавшегося в миллионах предложений туриста, очень полезными могут оказаться отзывы реальных клиентов (туристов), уже прошедших этот путь. А совсем самостоятельным посетителям сайта, предпочитающим неорганизованный туризм, пригодятся карты региона, города, районов.

Вновь вспоминая о врожденной человеческой лени, отметим важность третьего пункта анализа сайтов – возможность их интерактивного использования. Если предположить, что посетитель нашего сайта – ужасный лентяй с кредитной карточкой перед глазами, то ему должны будут понравиться возможность купить билет до места назначения, забронировать гостиницу, ресторан и взять напрокат машину не вставая с кресла. А если при этом нашему посетителю будет предоставлен виртуальный тур по городу его выбора с красивыми иллюстрациями и детальным описанием, то он практически со стопроцентной вероятностью посоветует наш сайт своему другу, такому же лентяю.

Для тех же, кто хочет уточнить какие бы то ни было детали по поводу своего пребывания в чужой стране, невероятно важной может казаться возможность общения в реальном времени с живым человеком, знающим все или почти все об этой стране. Для таких людей создаются интерактивные программы общения со службой поддержки или информационным бюро страны.

Рассмотрим туристический сайт города Брэдфорд (Восточный Йоркшир, Англия). Сразу, на первой странице бросаются в глаза ссылки на страницы с информацией о достопримечательностях, событиях в городе, гостиницах, ресторанах, погоде и т.д. Великолепное наполнение сайта информацией. До любой интересующей детали можно добраться после трех-четырёх щелчков мышью. Есть возможность бесплатно заказать брошюру со всей информацией по городу, гостиницам, ресторанам и т.п.

Официальный туристический сайт Великобритании, пожалуй, самый красочный из всех проанализированных. Великолепные пейзажи Англии и Шотландии присутствуют на каждой странице. На первой странице посетителю сайта предлагается выбрать страну, из которой он собирается ехать в Объединенное королевство. Это сделано для того, чтобы предоставлять более специфическую информацию (расписание авиарейсов, разница во времени). С той же страницы можно попасть на сайт Министерства туризма, либо на сайт его пресс-центра.

Сайт Греческой национальной организации по вопросам туризма предназначен не только для туристов, но и для бизнесменов. На первой странице расположено несколько ссылок, приводящих посетителя сайта в следующие разделы: законодательство, ассоциации, ярмарки, тендеры и многое другое. По всему сайту широко рекламируются Летние Олимпийские Игры в Афинах 2004. Кроме того, предоставлено очень много статистических материалов по стране. Представлены качественные карты. Много информации по самой Организации по вопросам туризма.

Самый оригинальный дизайн и наибольшее количество языковых версий сайта (семь) представляет собой туристический сайт Кипра: греческая, английская, немецкая, французская, итальянская, голландская и русская версии. На сервере представлена очень большая фото-галерея. Есть возможность использования планировщика поездок, который представляет собой способ забронировать все ваши передвижения, ночевки, трапезы и развлечения несколькими щелчками мыши.

Официальный сайт министерства курортов и туризма Крыма обладает огромным количеством информации в русской версии и почти никакой информацией в английской. Из всех рассмотренных сайтов, этот загружается быстрее других. Один из немногих сайтов предоставляющих информацию о курсах обмена

валют и местной погоде.

Очень редкая, но очень важная программа «живого» общения на сайте министерства информации и культуры Объединенных Арабских Эмиратов занимает далеко не последнее место. Приятный, но простой дизайн сайта не отвлекает внимания посетителя от информации, которой, кстати, на этом сайте предостаточно. Из всех рассмотренных сайтов этот выделяется лучшим поиском и самым качественным агентом бронировок гостиниц. Очень много информации не только для туристов, но и для студентов, желающих обучаться в ОАЭ и, конечно, бизнесменов.

Штат Орегон (США) обладает замечательным сайтом с большим количеством информации о гостиницах. Оригинальные иллюстрации, озаглавливающие все страницы, вероятно, являются причиной очень медленной загрузки всех страниц.

Польский туристический сайт [travelpoland.com](http://travelpoland.com), по всей видимости, создан для того, чтобы зарабатывать деньги. Самые широкие возможности бронирования гостиниц. Невероятно много информации о гостиницах вплоть до снимков номеров и расстояний до ближайшего ресторанчика. Сайт обладает шестью языковыми версиями.

На официальном туристическом сайте Туниса можно найти все интересующие детали о турах, достопримечательностях, спорте, культуре и фестивалях, но нельзя заказать гостиницы. Кроме того, посетитель должен знать английский язык – других языковых версий нет.

Турецкий сайт, посвященный туризму обладает оригинальным дизайном и имеет ссылки на сайты крупнейших тур-операторов. Есть информация о формальностях, связанных с получением виз и достопримечательностях.

Рассмотрев все вышесказанное, можно прийти к выводу, что хороший туристический сайт должен иметь оригинальный, но не перегруженный дизайн, обладать простой для понимания пользователем навигацией и поиском. У хорошего сайта должно быть несколько языковых версий с одинаковым наполнением. Вся информация, которой следует быть в избытке, должна быть «разбавлена» информативными иллюстрациями. Для многих туристов очень важной может оказаться возможность спланировать путешествие до мелочей, предварительно просмотрев эти мелочи (карты, виртуальные туры по стране, гостинице; наличие информации о движении общественного транспорта). А для ленивых, либо ценящих свое время людей, возможность забронировать гостиницу, машину и т.п. не вставая со стула, может быть самой важной во всем сайте. Возможность задать интересующие вопросы в реальном времени может оказаться полезной, если посетитель не нашел необходимой информации или что-то не понял.

Таким образом, следует отметить, что развитие сети Интернет и в частности туристического сайта Крыма может привести к дополнительному притоку гостей на полуостров. Если для компаний вэбсайт – это филиал с аудиторий во весь мир, то для Крыма – это его посольство, которое работает 24 часа в сутки, никогда не грубит и всегда готово помочь растерявшемуся туристу. На мой взгляд, нашему полуострову не стоит упускать возможность на качественно другом уровне заявить о себе на мировой арене. Правда, для этого придется переделывать уже существующий сайт, но сотни новых туристов, наверное, стоят пары тысяч долларов, которые может стоить хороший сайт.

**Усенко С.В.**

## **АУДИТ: ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ РЕТРОСПЕКТИВА И ПРОЦЕСС СТАНОВЛЕНИЯ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЭКОНОМИКЕ УКРАИНЫ**

В статье рассматриваются историческая эволюция функций аудита в системе финансово-экономического контроля деятельности предприятий рыночной экономики.

В оценке этапов этой эволюции автор исходит из обусловленности функций аудита развитием экономических отношений товарного рынка и смены мотиваций производственной деятельности. Такой подход к исследованию функциональной эволюции аудита позволяет определить стратегию аудиторской деятельности в процессе рыночной трансформации отечественной экономики.

Аудит – одна из ключевых проблем финансово-экономических преобразований в экономике Украины. Актуальность ее решения обусловлена процессом замедленного движения по пути рыночного реформирования системы народного хозяйства. Такое положение связано со многими причинами и экономического, и социального характера. Одна из них – устойчивый характер диспропорций в финансовой сфере при общей положительной динамике экономического роста производства в последние годы.

Так, в 2001 году зафиксирован рост объемов промышленной продукции на 14 %, госбюджет по доходам утвержден 42 млрд. грн. В расчете этой суммы ожидаемый рост ВВП на 4 %. Фактически ВВП увеличился на 9,1 %, а в государственную казну поступило лишь 38,9 млрд. грн. Такая же картина и в 2002 году: рост объемов промышленной продукции на 7 %, доходная часть госбюджета была утверждена в размере 48,8 млрд. грн. В расчете этой суммы рост ВВП увеличился на 4,6 %, а в казну государства поступило лишь 44,4 млрд. грн. [1].

Вывод напрашивается один: значительная часть денежной массы обращается в теневой экономике. Ее объем – от 40,5 % до 43,6 % ВВП [2]. Утечка национального капитала за рубеж по приблизительным оцен-