

65.49.73
K-45



В. Ф. КИФЯК



ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ

Видавництво "Книги – XXI"

В. Ф. КИФЯК

Організація туризму

Навчальний посібник

НБ ПНУС



733443

Чернівці
Книги – ХХІ
2008

УДК 338.48
ББК 65.9(4УКР)49
К 45

*Рекомендовано Міністерством освіти і науки України як
навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів
(лист № 1/II-7335 від 27.09.2007 р.)*

Рецензенти:

Пила В. І., доктор економічних наук, професор;

Євдокименко В. К., доктор економічних наук, професор;

Комарницький І. Ф., доктор економічних наук, професор.

К45

Кифяк В. Ф.

Організація туризму: Навчальний посібник. – Чернівці:
Книги – XXI, 2008. – 344 с.

ISBN 978-966-2147-08-7

У запропонованому виданні розкрито основні поняття організації туристичної діяльності, окреслено складові сфери туризму, та законодавче регулювання організації туроператорської та турагентської діяльності, визначено можливості розвитку туризму в Україні.

Особливу увагу приділено ліцензуванню туристичної діяльності, сертифікації послуг, організаційним формам та видам туризму, формуванню туристичного продукту тощо.

Інноваційність посібника полягає у висвітленні сучасних підходів до організації туризму, сформованих у новій редакції закону України „Про туризм”.

Для студентів вищих навчальних закладів та працівників туристичної сфери.

ББК 65.9(4УКР)49

Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника
код 02125266

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА

ISBN 978-966-2147-08-7

© Книги – XXI, 2007

Інс. №

© Кифяк В. Ф., 2007

Зміст

ВСТУП	7
--------------------	---

Розділ 1.

ТУРИЗМ ТА ЙОГО СВІТОВИЙ РОЗВИТОК	10
---	----

1.1. Зміст, основні поняття та історичний розвиток туризму	10
1.2. Теоретичні аспекти розвитку туризму у світі та фактори впливу на туристичні обміни	19
1.3. Вплив туризму на світову економіку	31
Контрольні запитання та завдання	40

Розділ 2.

ТУРИЗМ УКРАЇНИ	41
-----------------------------	----

2.1. Характеристика туристичної діяльності та її вплив на економіку України	41
2.2. Туристичні ресурси та інфраструктура – головні складові розвитку туризму в Україні	49
2.3. Характеристика туристичних ресурсів окремих територій (на прикладі Карпатського регіону та Буковини).....	61
2.4. Законодавче та правове забезпечення туристичної діяльності в Україні	71
Контрольні запитання та завдання	79

Розділ 3.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ ТА ВИДИ ТУРИЗМУ	80
--	----

3.1. Організаційні форми туризму	80
3.2. Класифікація видів туризму за метою подорожі, територіальними ознаками, часовими характеристиками та фінансовими можливостями	83
3.3. Класифікація екскурсій та організація їх підготовки і проведення	88
Контрольні запитання та завдання	94

Розділ 4.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	96
--	----

4.1. Основні етапи створення туристичного підприємства та організаційні схеми управління	96
---	----

4.2. Туроператорська та турагентська діяльність підприємств сфери туризму	105
4.3. Ліцензування туристичної діяльності та сертифікація послуг	111
4.4. Договірні взаємовідносини та партнерські зв'язки	119
Контрольні запитання та завдання	127

Розділ 5.

ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ТА ЙОГО СКЛАДОВІ 128

5.1. Поняття, структура та життєвий цикл туристичного продукту	128
5.2. Організація виробництва туристичного продукту	134
5.3. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів	148
5.4. Якість туристичного продукту та його конкурентоспроможність	153
5.5. Туристичний ринок та організація просування туристичного продукту	158
Контрольні запитання та завдання	162

Розділ 6.

ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТА

СТРАТЕГІЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ 163

6.1. Планування діяльності туристичного підприємства	163
6.2. Стратегія розвитку підприємства та бізнес-планування	167
6.3. Ресурсне забезпечення діяльності туристичного підприємства	174
6.4. Організація рекламної діяльності туристичного підприємства	180
Контрольні запитання та завдання	192

Розділ 7.

БЕЗПЕКА ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ ТА

ТУРИСТИЧНІ ФОРМАЛЬНОСТІ 193

7.1. Безпека та страхування в туризмі	193
7.2. Паспортно-візові та прикордонні формальності	200
7.3. Митні, валютні та інші формальності	205
Контрольні запитання та завдання	223

Розділ 8.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

ТУРИЗМУ У СВІТІ ТА В УКРАЇНІ 225

8.1. Прогнози розвитку світового туризму	225
8.2. Досягнення та проблеми розвитку туризму в Україні	227
8.3. Перспективи розвитку туризму в Україні	235
Контрольні запитання та завдання	239

ДОДАТКИ 240

Список літератури 340

ВСТУП

Туризм на початку ХХІ століття характеризується як один із видів економічної діяльності, що стрімко й динамічно розвивається, випереджаючи за темпами зростання доходів нафтовидобуток і автомобілебудування.

Світова туристична галузь пережила справжній бум у ювілейному 2000 році та зберігає динаміку збільшення кількості туристів та надходжень від туристичної діяльності в наступних роках ХХІ століття.

За даними Генерального Секретаря Всесвітньої туристичної організації, щорічно кількість подорожуючих збільшується на 5–7% і вже досягла у 2006 році понад 860 млн. осіб. Надходження від туризму також сягнули рекордної відмітки і склали близько 700 млрд. дол. США. Вражаючи результати перших років ХХІ століття були досягнуті завдяки великій кількості знаменних подій, таких як ювілей християнства, літні Олімпійські ігри в Сіднеї та Греції, зимові – в Солт-Лейк-Сіті й Турині, Європейський і Світовий чемпіонати з футболу та інші.

Феноменальний успіх туризму зумовлений ще й тим, що в його основі лежить задоволення постійних людських потреб і потягу до пізнання навколишнього світу. Це стало можливим завдяки підвищенню в багатьох країнах життєвого рівня населення, розвитку транспорту, інформаційних та інших технологій, глобалізації в цілому.

Відбувається зміщення в моделях споживання – для багатьох туризм уже не розкіш, а природна необхідність. У деяких, особливо європейських, країнах навіть сформувалось таке поняття, як „право на туризм”, яке відображене в Глобальному етичному кодексі туризму, прийнятому Всесвітньою туристичною організацією.

Як сфера економічної діяльності, туризм, з одного боку визначається попитом і споживанням послуг відвідувачами, з іншого ж – належить до товарів і послуг, які виробляються з метою задоволення цього попиту. Отже, туризм охоплює широкий діапазон видів діяльності, в тому числі міжнародний і внутрішній транспорт, готельне господарство, громадське харчування, розваги, послуги туроператорів і турагентів та інші.

В останні роки майже всі регіони світу продемонстрували значне зростання обсягів туризму. Разом з тим, трагедія 11 вересня 2001 р. в США, нестабільна ситуація на Близькому Сході, події в Іраку та інші мали негативний вплив на сферу туризму не тільки в цих регіонах, а й у всьому світі.

І все ж довгострокові перспективи розвитку галузі й надалі залишаються оптимістичними. Результати проведених Всесвітньою туристичною організацією досліджень передбачають, що туристичний рух до 2020 року зросте до 1,6 млрд. туристів за рік, які витратять 2 трильйони доларів США, або 5 млрд. у день.

Організація Об'єднаних Націй, Всесвітня туристична організація і ЮНЕСКО визначили ХХІ століття – століттям туризму: разом із телекомунікаційною індустрією, інформаційними технологіями, туризм забезпечуватиме подальше економічне зростання.

Україна з перших днів незалежності впевнено стала на шлях активного розвитку туристичної сфери, проголосивши туризм пріоритетною галуззю економіки.

У непростих умовах перехідного періоду український туризм із року в рік працює динамічно та прибутково, нарощує обсяги виробництва товарів і послуг, підвищує якість і культуру обслуговування.

Згідно з оцінками Міністерства економіки України, продукти та послуги, пов'язані з діяльністю туристичної галузі, становлять близько 10% валового національного продукту, а за загальними оцінками – близько 15% робочої сили в Україні зайнято в туристичному бізнесі та супутніх галузях.

Туристична діяльність в Україні сприяє розвитку тих територій, де наявні рекреаційні ресурси й немає перспектив розвитку промисловості, створюючи нові робочі місця, забезпечуючи зростання доходів населення, й водночас – збереження пам'яток історії, архітектури, культури.

Попри політичні та соціально-економічні негаразди останніх років, сфера туризму стала тією галуззю господарського комплексу України, яка з року в рік без залучення державних дотацій стабільно нарощує обсяги виробництва та реалізації туристичного продукту.

Туризм в Україні може і повинен стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та

місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку й оздоровлення, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням нашого народу і держави.

Туристична діяльність в Україні має певні особливості, пов'язані з характером праці в туристичній сфері, видом послуг, структурою продукту, співвідношенням попиту і пропозиції, формами продажу і т.д.

Сьогодні туристична галузь як сукупність підприємств сфери обслуговування та інших підприємств і організацій, діяльність яких спрямована на задоволення попиту на туристичні товари та послуги, працює в умовах жорсткої конкуренції, розширюючи як національний, так і міжнародний туристичний ринок.

Розділ 1.

ТУРИЗМ ТА ЙОГО СВІТОВИЙ РОЗВИТОК

1.1. Зміст, основні поняття та історичний розвиток туризму

У сучасному світі туризм являє собою багатостороннє явище тісно пов'язане з економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками, але жодна з них не може повністю й вичерпно схарактеризувати туризм як об'єкт власних досліджень і жоден з існуючих соціально-економічних інститутів не в стані самостійно розв'язати комплекс його проблем.

Існує багато поглядів на туризм і як на галузь господарства, і як на міжгалузевий комплекс, де туристичне підприємство з продукції різних галузей формує туристичний продукт.

Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації, термін „туризм” походить від французького *tour* (прогулянка, поїздка) і являє собою подорож у вільний час, один із видів активного відпочинку [71, с. 3].

Законодавством України **туризм** визначається як „тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування” [2].

За Н.Ф. Реймерсом, туризм – це будь-яка подорож із метою відпочинку і знайомства з новими регіонами й об'єктами [52, с. 697], а О.О. Бейдик дає таке пояснення цього терміна: „туризм – це форма масового подорожування та відпочинку з метою ознайомлення з навколишнім середовищем, що характеризується екологічною, освітянською та іншими функціями” [13, с. 130].

На нашу думку, туризм – це вид економічної діяльності, пов'язаний з обслуговуванням людей, які тимчасово перебувають поза місцем постійного проживання.

Як бачимо, будь-яке визначення поняття „туризм” передбачає певну мету подорожування та виключає отримання прибутку

подорожуючим під час туристичної поїздки. Отже, туризм є ще й популярною формою організації відпочинку, проведення дозвілля, пізнання рідного краю, навколишнього середовища, знайомства з історією, культурою і традиціями певної країни.

Туризм можна розглядати в широкому й вузькому значеннях.

У широкому розумінні до туризму відносять будь-який маршрут переміщення людини у просторі, який виходить за межі буденності або за рамки повсякденних справ. Так, щоденні поїздки з дому на роботу і з роботи додому до туризму не належать, а постійні виїзди на рибалку чи в ліс – це уже туризм. Похід по магазинах по дорозі на роботу – це не туризм, а відвідування ярмарки або цілеспрямована поїздка в торговий центр в іншому місті належатиме до туризму, якщо ця поїздка не здійснюється за товарами, які регулярно купуються для повсякденних потреб.

У вузькому значенні до туристичних відносять всі спеціально організовані маршрути по переміщенню громадян, які здійснюються за їх рахунок (або за рахунок організацій, що їх послали), крім переміщень, пов'язаних із виконанням професійних обов'язків. Фактично організацією туризму у вузькому значенні займаються спеціальні організації (туристичні фірми, бюро, агентства та ін.), які в загальному називаються суб'єктами туристичної діяльності. Згідно із законом України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм”, суб'єктами, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність (далі – суб'єкти туристичної діяльності), є:

- туристичні оператори (далі – туроператори) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність;
- туристичні агенти (далі – турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність із реалізації туристичного продукту туроператорів і туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо

- реалізації характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на турагентську діяльність;
- інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;
 - гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом і які в установленому порядку отримали дозвіл на право здійснення туристичного супроводу, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування;
 - фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

Отже, *суб'єкти туристичної діяльності* – це підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, фізичні особи, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством України порядку і мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг, а також інші юридичні та фізичні особи, які надають супутні послуги та здійснюють діяльність, пов'язану з туристичним супроводом.

Таким чином, суб'єкти туристичної діяльності обслуговують людей (туристів), які тимчасово виїхали зі свого постійного місця проживання.

Турист – особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін.

Сучасна наука поділяє розвиток туризму на кілька етапів, в залежності від зміни таких факторів:

- мотивації подорожей;
- способів подорожей і розвитку транспортних засобів;
- кількості подорожуючих і охоплення туризмом різних верств населення.

За цими критеріями історичний шлях розвитку туризму в світі можна поділити на 4 етапи:

- 1-й – початковий етап – до 1841 року;
- 2-й – етап становлення туризму як галузі – з 1841 р. по 1914 р.;
- 3-й – етап формування сфери туризму як міжгалузевого комплексу – з 1914 р. по 1945 р.;
- 4-й – етап монополізації сфери туризму – з 1945 р. до наших днів.

Розглянемо більш детально шлях розвитку туризму від перших його проявів до сучасного рівня.

Один з експертів Всесвітньої туристичної організації Джафар Джафарі у праці „Феноменологія туризму” зауважує, що люди подорожували завжди. Про це свідчать записи стародавніх народів, які населяли Середній і Далекий Схід та Середземномор'є. Ці історичні нариси показують, що з розширенням торговельної діяльності й завоювань у Греції, Римі та Китаї представники знаті дедалі частіше відправлялись у поїздки для розваг, знайомства зі світом, із торговельною чи дипломатичною метою.

Поділ суспільства на вільних і рабів, поява товарно-грошових відносин, розподіл праці і виділення частини людей, не зайнятих у суспільному виробництві й управлінні, розвиток торгівлі, мистецтва і культури – ось головні фактори, які вплинули на посилення необхідності в здійсненні поїздок і подорожей.

Окрім пізнавальної мети та розваг, подорожі починають переслідувати й інші цілі:

- Розвиток культури привів до створення видатних творів скульптури, архітектури, живопису. Природно, що вони стають метою подорожі.
- Пізнання людиною навколишнього середовища спричинило відкриття цілющих властивостей деяких природних джерел, місць з унікальним кліматом та інших об'єктів. Метою подорожей стають відпочинок, лікування, відновлення сил, здоров'я.
- Бурхливий розвиток різних релігій, паломництво, відвідування святих місць, храмів, виконання релігійних обрядів, настанов та інше стають ще однією метою здійснення подорожей.

Незважаючи на розширення мети подорожування, розвиток напрямів і навіть будівництво спеціальних об'єктів для відпочинку, лікування, розваг та паломництва, туризм як такий ще не має комерційної спрямованості.

Наступний період суспільного життя серйозно позначився на становленні туризму. Розвиток і укрупнення міст, поглиблення процесів спеціалізації праці, розвиток торгових ярмарок, підвищення життєвого рівня приводять до зростання кількості людей, які мають стимул і можливість подорожувати.

Велику роль у процесі подальшого розвитку туризму починають відігравати фактори, пов'язані з появою сфери послуг і невиробничої сфери, будівництвом інфраструктури. Так, у першій чверті XVIII ст. в Англії були зроблені величезні капіталовкладення в розбудову судохідної річкової мережі, збільшивши її до 1160 миль, яка зробила більшу частину країни доступною до водних перевезень.

У Франції в другій половині XVIII ст. відбувається масове будівництво доріг і до початку XIX ст. налічувалось уже 40 тис. км сухопутних доріг, 8 тис. км судохідних річок і 1000 км каналів.

XIX століття – це період видатних наукових відкриттів і впровадження їх у практику. Революційні перетворення у сфері механізації й укрупнення виробництва мали для розвитку туризму велике значення. Перш за все це було пов'язано з подальшим розвитком різних напрямків сфери послуг, одним з яких став туристичний бізнес. Тому початком 2-го етапу в розвитку туризму можна вважати 1841 рік, коли англійцем Томасом Куком була організована перша комерційна туристична поїздка з Лейстера в Лафборо, під час якої було здійснене організоване перевезення залізницею 600 осіб – членів товариства тверезості, з метою прогулянки. У 1847 році Томас Кук заснував туристичне товариство, яке почало розповсюджувати білети (путівки) не тільки в Англії, а й за її межами. У 1863 році Т. Куком була організована велика подорож англійців у Швейцарію, а у 1868 році – в Північну Америку.

Томас Кук уперше створив специфічний туристичний продукт – тур, уклавши угоди із залізничниками й пароплавними компаніями, готелями та ресторанами на обслуговування туристів.

Ідею Т. Кука підхопили багато підприємців найбільш індустріально розвинутих європейських країн, де в 40–50 роках XIX ст. відкриваються перші туристичні бюро.

У зв'язку з розвитком міжнародних курортів у Німеччині, Швейцарії, Франції, Італії ці країни, на рівні з Англією, стають міжнародними центрами туризму в Європі.

Значну роль у розвитку туризму відіграли нові географічні відкриття, подорожі мореплавців, освоєння Американського, Африканського й Австралійського континентів.

Розвиток туристичної сфери привів до створення у 1898 році Міжнародної ліги туристичних асоціацій зі штаб-квартирою в Люксембурзі.

Туристична активність була перервана першою світовою війною, після закінчення якої туризм знову активно розвивається. Так почався 3-й етап – формування сфери туризму як міжгалузевого комплексу. Комерційна спрямованість діяльності туристичних фірм зумовлює сприйняття туризму як галузі бізнесу.

Глибока проробка багатьох аспектів, велика організаційна робота по залученню й обслуговуванню туристів, планування й підготовка маршруту, будівництво спеціалізованих комплексів, розвиток інфраструктури окремих регіонів – все це дозволяє віднести туризм до сучасної сфери відпочинку, лікування, розваг, бізнесу. Саме в цей період туристична діяльність стає основною діяльністю для багатьох підприємств і організацій, які професійно надають туристичні послуги.

Після закінчення другої світової війни туристична сфера отримує ще більш могутній поштовх до розвитку. Міжнародна інтеграція, розширення міжнародного розподілу праці, відкриття кордонів, забезпечення більш легкого доступу в інші країни, розвиток транспорту й зв'язку, підвищення рівня життя широких верств населення – це тенденції, які притаманні початку 4-го етапу. Але загальною характеристикою цього періоду може бути названа монополізація галузі туризму, тобто виділення її в самостійну складову сфери послуг – сферу туризму.

Сфера туризму – це сукупність підприємств, що надають послуги з проживання, харчування, транспортного та екскурсійного обслуговування, відвідування об'єктів культури, спорту,

відпочинку і розваг та виробництв різних галузей господарства, продукція яких споживається туристами та забезпечує створення матеріально-технічної бази туризму. Сфера туризму – процес формування, реалізації й споживання туристичного продукту, створеного на основі використання природних багатств, матеріальних і духовних цінностей суспільства. Сферу туризму складають різні види діяльності людини, спрямовані на задоволення потреб туриста.

В умовах зростання психологічних навантажень, інтенсифікації життя людей в індустріальних країнах туризм діє як ефективний засіб рекреації. З предмета розкоші він стає необхідністю населення високорозвинених індустріальних країн.

У кінці ХХ ст. спостерігається збільшення попиту на туристичні послуги серед людей середнього й нижче від середнього статку. Це ще більшою мірою диференціювало туристичний ринок, привело до різноманіття туристичного продукту, розрахованого на людей із різними прибутками, інтересами, метою і вимогами до рівня сервісу.

Таким чином, розвитку туризму у світі сприяли політичні, економічні, технічні, культурологічні та соціальні фактори. Інтенсивний розвиток туризму спостерігається в країнах зі сприятливою внутрішньою і зовнішньою політикою, стійким економічним розвитком, високим рівнем культури, соціальною підтримкою громадян.

У середині ХХ століття уряди багатьох країн світу звернули серйозну увагу на розвиток туризму, і в 1947 році розрізнені міжнародні туристичні організації були об'єднані в Міжнародний союз офіційних туристичних організацій (МСОТО).

Його дійсними членами стали як державні, так і недержавні офіційні національні організації 116 країн світу.

Необхідність постійних міжнародних контактів із метою розвитку й координації туристичних обмінів, погодження політичних, економічних, соціальних і культурних аспектів діяльності, стали причиною реорганізації в 1969 році, згідно з резолюцією Генеральної асамблеї ООН, неурядової організації МСОТО в міжурядову *Всесвітню туристичну організацію (ВТО)*.

ВТО – провідна спеціалізована міжнародна міжурядова організація у сфері подорожей та туризму, діє під патронатом ООН, об'єднує 139 країн-дійсних членів, які представлені відомствами з туризму, а також 88 асоційованих членів і 350 присланих членів. Штаб-квартира в Мадриді. Статут ВТО прийнято 27 вересня 1970 року. Починаючи з 1980 року цей день святкується як Всесвітній день туризму. Головним органом ВТО є Генеральна Асамблея (ГА), що скликається кожних два роки. Керівні органи – Виконавча Рада і Секретаріат ВТО. Важливі документи, прийняті ВТО та за її участю: Резолюція конференції ООН із міжнародного туризму і подорожей (Рим, Італія), Манільська Декларація зі світового туризму (Філіппіни, 1980), Документ Акапулько, прийнятий Всесвітнім форумом із туризму (Мексика, 1982), Хартія туризму і Кодекс туриста, ухвалені VI сесією ГА ВТО (Болгарія, 1985), Гаазька Декларація з питань туризму, прийнята Міжпарламентською конференцією з питань туризму (1989), Глобальний етичний кодекс туриста, прийнятий XIII сесією ГА ВТО (Чилі).

У структурі ВТО діють шість регіональних комісій: Європейська, Африканська, Американська, Південноазійська, Близькосхідна і Тихоокеанська. Функціонує вищий навчальний центр із туризму (СІССТ) у Мексиці. Термін повноважень членів Виконавчої ради, що обираються генеральною асамблеєю за принципом один на кожних п'ять дійсних членів, – 4 роки. Кожних два роки переобирається половина членів ради. Секретаріат очолює генеральний секретар (з 1997 року – Франческо Франжіалі), який обирається Генеральною Асамблеєю (за пропозицією Виконавчої ради) на 4 роки. Функціонує ряд допоміжних органів: комітети по програмі роботи організації, бюджетно-фінансовий, із проблем довкілля, статистики, з підтримки якості, а також мережа навчальних центрів. Офіційні мови: англійська, французька, іспанська, російська.

Україна є дійсним членом ВТО з 1997 року (прийнята у м. Стамбулі на XII Генеральній Асамблеї Всесвітньої туристської організації), а з 1999 року її обрано членом виконавчої Ради ВТО. З 1998 Київський університет туризму, економіки і права, готельний комплекс „Дніпро” та Київський національний університет – члени Ділової ради ВТО. З 2006 року в Україні діє асамблея

Всесвітньої туристичної організації затвердила нову скорочену назву своєї організації – ЮНВТО (UNWTO). До колишньої скороченої назви цього головного міжнародного органу в галузі туризму в англійській, російській і українських мовах додалася скорочена назва ООН (UN, United Nations – Організація Об'єднаних Націй). У такий спосіб офіційно покінчено з плутаниною, пов'язаною з двома ВТО: Всесвітньою туристичною організацією і Всесвітньою торговельною організацією зі штаб-квартирою в Женеві.

18 жовтня 2005 р. Україна була одностайно прийнята до *Європейської туристичної комісії (ЄТК)* під час Генеральної асамблеї ЄТК (м. Відень, 16–19.10.2005 р.). Європейська туристична комісія заснована 1948 року і є однією з провідних галузевих структур ЄС, що налічує 33 європейські країни – як члени ЄС, так і кандидати. Головною метою ЄТК є створення спільного поля європейського туризму через проведення відповідної політики та діяльності, насамперед рекламно-інформаційної, з просування інтегрованого іміджу та корпоративного турпродукту об'єднаної Європи на світовому ринку.

Україна стала першою з країн СНД, яка вступила до цієї престижної організації. Членство в ній дасть можливість координувати спільні зусилля із просування туристичних можливостей України на європейському туристичному ринку. Вступ України до ЄТК є першим кроком на шляху входження нашої держави до організаційних структур Європейського Союзу, що має стратегічне значення з огляду на можливості використання механізмів ЄС, у тому числі фінансових, для підвищення ефективності національної туристичної галузі, впливу на туристичні потоки з точки зору їх спрямування, на розвиток в'їзного туризму в Україну, що є найбільш економічно вигідним, зміцнення авторитету нашої держави серед європейської спільноти, реалізації євроінтеграційного курсу нашої держави.

1.2. Теоретичні аспекти розвитку туризму у світі та фактори впливу на туристичні обміни

Теоретичні основи розвитку світового туризму в світі, особливо міжнародного, вибудовані на теоріях міжнародної торгівлі й міжнародних фінансів, які разом утворюють економічну теорію світогосподарських зв'язків.

Сьогодні розроблено два типи теорій торгівлі, які по-різному відповідають на питання: які товари та послуги необхідно експортувати, які імпортувати, з якими країнами торгувати та в якому обсязі, чи потрібно державі втручатись у вільний потік товарів та послуг.

Якщо перший тип теорій передбачає державне втручання у вільний потік товарів між країнами для зміни обсягу, складу та напрямків торгівлі (це теорії меркантилізму, неомеркантилізму, залежності та інші), то, згідно з теоріями другого типу, держава не повинна втручатись у структуру торгівлі. Ці теорії вивчають і пояснюють, якою продукцією, в якому обсязі та з ким країни будуть торгувати за відсутності будь-яких державних обмежень. І саме ці теорії визначають позицію країни в міжнародному туристичному обміні, міжнародний розподіл і загальні напрямки розвитку туристичних потоків.

До таких теорій належать:

- теорія абсолютних переваг;
- теорія порівняльних переваг;
- теорія співвідношення факторів;
- теорія життєвого циклу продукту;
- теорія подібності країн та інші.

Теорія абсолютних переваг

Засновник класичної школи економічної думки Адам Сміт у своїй книзі „Дослідження про природу та причини багатства народів”, що вийшла у 1776 році, критикував твердження меркантилістів про те, що багатство країни залежить від володіння скарбами у вигляді золота або коштовностей, які надходять до країни внаслідок перевищення експорту над імпортом, і стверджував, що багатство країни базується на наявності в неї товарів та

послуг, а основою багатства націй та народів є міжнародний поділ праці та відповідна йому спеціалізація різних країн на виробництві тих товарів, щодо яких вони мають абсолютні переваги. Для визначення того, на виробництві якої продукції або послуг слід спеціалізуватись країні, Адам Сміт пропонував враховувати природні та набуті переваги країни.

Природні переваги країна може мати завдяки своїм кліматичним особливостям або володінню певними природними, зокрема й рекреаційними, ресурсами. Клімат і наявність теплого моря, наприклад, може визначати, який вид туризму країна може розвивати з найбільшою вигодою, а наявність значних запасів корисних копалин, – яку виробляти промислову продукцію.

Набуті переваги країна може мати внаслідок розвитку технології виробництва та високої кваліфікації робочої сили. Переваги в технології виробництва пов'язані зі здатністю виготовляти різноманітну або складну продукцію з меншими затратами чи ефективніше виробляти однорідну продукцію.

Відмінності у природних і набутих перевагах країн зазвичай мають досить сталий, довгостроковий характер, що пов'язано з низькою мобільністю факторів виробництва. Тому витрати на виробництво тих самих товарів будуть відрізнятися в різних країнах. Саме відмінності у витратах формують базу для взаємовигідної торгівлі між країнами. Відмова від виробництва товарів, у яких країна не має абсолютних переваг, та зосередження ресурсів на виробництві інших товарів, у яких вона їх має, приводить до збільшення загального обсягу виробництва, зростання обміну між країнами.

Сутність теорії абсолютних переваг: країни експортують ті товари або послуги, які вони виробляють із меншими витратами (у виробництві яких вони мають абсолютну перевагу), та імпортують ті товари, що продукуються іншими країнами з меншими витратами (у виробництві яких абсолютна перевага належить їм).

Абсолютні переваги відіграють вирішальну роль і в туризмі. Так, деякі країни мають унікальні туристичні ресурси: виняткові природні місця, такі як Ніагарський водоспад у США та Канаді, гора Джомолунгма в Непалі тощо, пам'ятники мистецтва –

піраміди фараонів в Єгипті, Тадж Махал в Індії, Акрополь у Греції, Колізей в Італії і ін.. Природні пам'ятники та витвори мистецтва, створені людиною, визначають монопольне становище тієї чи іншої країни і спонукають іноземних туристів відвідувати її.

Подібну паралель можна провести і всередині будь-якої країни, коли одні регіони формують туристичний продукт, пов'язаний із літнім відпочинком на морі, інші – з лікуванням, ще інші – з оздоровленням в гірській місцевості (зимовий відпочинок) і т. д. Всі вони мають власні абсолютні переваги у виробництві певного туристичного продукту перед іншими регіонами країни.

Розглянемо положення теорії А. Сміта на умовному прикладі виробництва туристичного продукту в Україні – в Криму та Карпатському регіоні. Припустимо, що кожний з двох регіонів має однакову кількість ресурсів (100 одиниць), які можуть бути використані для літнього відпочинку та оздоровлення в Криму на березі Чорного моря або лікування в санаторіях Трускавця (Карпатський регіон). Оскільки праця, за А. Смітом, є єдиним фактором виробництва, умова абсолютної переваги у витратах означає, що певному регіону потрібно менше часу на виробництво якогось виду одиниці туристичного продукту, ніж іншому. Так, при організації двох видів відпочинку в Криму, на відпочинок однієї людини на морі, потрібно 10 одиниць ресурсів, а на організацію лікування в Трускавці – 15 одиниць ресурсів. Водночас, при організації двох видів відпочинку в Карпатському регіоні, на відпочинок однієї людини в Криму впродовж такого ж періоду, потрібно 20 одиниць ресурсів, а на організацію лікування в Трускавці – 5 одиниць ресурсів. Отже, Крим має абсолютну перевагу в організації відпочинку на морі, оскільки на формування туристичного продукту (1 путівка) йому необхідно витратити тільки 10 одиниць ресурсів, порівняно з 20 одиницями ресурсів, що потрібно витратити в Карпатському регіоні. Карпатський регіон має абсолютну перевагу в організації лікування в Трускавці, оскільки витрачає на формування туристичного продукту (1 путівка) 5 одиниць ресурсів, на відміну від Криму, де витрачається 15 одиниць ресурсів на організацію лікування в Трускавці.

Відповідно до поглядів А.Сміта:

- 1) урядам не потрібно втручатись у зовнішню торгівлю – вони мають підтримувати режим відкритих ринків і свободи торгівлі;
- 2) нації, як і приватні особи, повинні спеціалізуватися на виробництві тих товарів, у виробництві яких у них є переваги, та торгувати ними в обмін на товари, переваги у виробництві яких мають інші нації;
- 3) зовнішня торгівля стимулює розвиток продуктивності праці розширенням ринку за межі національних кордонів;
- 4) експорт є позитивним чинником для економіки, тому що забезпечує збут надлишку продуктів, які не можуть бути продані на внутрішньому ринку;
- 5) субсидії на експорт є податком на населення та призводять до підвищення внутрішніх цін і тому мають бути скасовані.

Теорія порівняльних переваг

Ідеї Адама Сміта розвинув Давид Рікардо і закріпив аргументи на користь вільної торгівлі та довів, що абсолютні переваги є лише частковим випадком загального правила. Він показав, що торгівля вигідна кожній із двох країн, навіть якщо одна з них має абсолютні переваги у виробництві обох товарів.

Теорія порівняльних переваг базується на тих самих припущеннях, що й теорія абсолютних переваг, використовуючи додатково поняття альтернативних витрат. Альтернативні витрати – це порівняння цін одиниць двох товарів на внутрішньому ринку, виражених через кількість робочого часу, витраченого на їх виробництво. Отже, порівнюючи витрати на виробництво двох різних видів продукції, країна відмовляється від виробництва продукту, в якому вона має абсолютні переваги, але високу собівартість, і спеціалізується на іншому, більш ефективному виробництві, при цьому закупаючи в інших країнах із меншими витратами той продукт, від виробництва якого вона відмовилась.

Теорія порівняльних переваг також може повністю пояснити характер двосторонніх обмінів продуктами міжнародного туризму як результат різниці цін між країнами. Туристичні продукти дуже різні й порівнювати їх надзвичайно складно. Більше того,

туристичний продукт являє собою послуги, які не можуть повторюватися кожного разу за аналогічним сценарієм.

На ціну туристичного продукту впливають витрати на транспорт, проживання та супутні послуги. Вартість транспортних послуг у свою чергу залежить від ціни пального, структури транспортних компаній, застосування нових технологій, державної економічної політики в цій галузі тощо.

Наступний елемент ціни, що має прямий вплив на туристичний продукт, – вартість проживання, яка також залежить від застосування нових технологій і державної економічної політики.

Витрати на супутні послуги відрізняються в різних країнах і залежать від рівня розвитку індустрії розваг.

Водночас, вивчення порівняльних цін не вичерпується тільки аналізом вищевказаних складових цін; необхідно враховувати також якість обслуговування. Для збереження конкурентоспроможності та завоювання порівняльних переваг окремим країнам необхідно підтримувати високий рівень обслуговування, як це роблять передові туристичні країни, як-от Великобританія, Франція, Німеччина, Швейцарія, Австрія, Італія, де ціни відносно високі..

Теорія співвідношення факторів

На ціну туристичного продукту впливають витрати на транспорт, проживання і супутні послуги, які у свою чергу залежать від цілого ряду інших складових, що в кожній країні різні, – це податкова політика країни, застосування нових технологій, ціни на паливо, продукти харчування, інші види послуг. Разом із вивченням порівняльних цін, враховується також якість обслуговування.

Більш точну відповідь на запитання „Які саме товари забезпечують абсолютну і відносну перевагу країні?” дає теорія, розроблена шведськими вченими Хекшером і Олінім, яка базується на співвідношенні факторів у кожній країні для забезпечення порівняльної переваги при виробництві й експорті певної продукції чи послуг, які вимагають саме цих ресурсів для виробництва. Згідно з теорією Хекшера й Оліна, країни, які володіють великими капіталами, повинні експортувати капіталоемні товари й імпортувати трудомістські. Теорія співвідношення факторів

визначає розвиток туризму між країнами. Ті країни, які мають надлишок туристичних ресурсів, при попиті на них у світі спеціалізуються на міжнародному туризмові й експортують подібні послуги. Так, наявність чудових пляжів і сприятливого клімату в Середземноморських країнах породжує туристичні потоки з таких країн як Австрія, Німеччина, Швейцарія, Японія та інших. Тоді як попит на зимовий відпочинок мешканці Іспанії, Греції, Ізраїлю та інших країн задовольняють у тій самій Швейцарії чи Австрії. Вартість природних ресурсів, а також історично-культурних пам'яток залежить від їх доступності та якісних характеристик. А це означає, що для розвитку туризму вони набувають економічного значення.

Другим важливим фактором створення конкурентоспроможного туристичного продукту є капітал. Розвиток туризму вимагає розвинутої інфраструктури, а для цього необхідні великі інвестиції.

Навіть тоді, коли країна володіє багатими природними ресурсами, але має обмежений капітал, туристичний сектор достатньою мірою розвиватися не зможе. Цим і пояснюється переважний розвиток туризму в індустріально розвинутих країнах.

Наявність трудових ресурсів можна визначити як важливий фактор виробництва туристичного продукту, його реалізації, оскільки це продукт сфери обслуговування, яка у свою чергу є трудосмним сектором економіки. Отже, порівняльна перевага країн в туризмі зумовлена наявністю трудових ресурсів, а також рівнем їхньої майстерності.

Таким чином, можна виділити три основних групи факторів, які тісно взаємодіють із головними факторами функціонування всієї економіки. Це:

- природні ресурси та історико-культурні надбання;
- капітал;
- трудові ресурси.

Наявність цих факторів має вирішальний вплив на визначення позиції країни в розвитку туризму.

Розглянемо *теорію життєвого циклу продукту* на прикладі туристичного продукту, згідно з якою він проходить стадії впровадження, зростання, зрілості, занепаду. На першому етапі, або на

стадії впровадження, все починається з невеликої групи подорожуючих, які хочуть бути першовідкривачами незвіданих природних місць або пам'яток архітектури чи культури. В цей період туризм істотно не впливає на місцевість, а населення активно контактує з подорожуючими шляхом надання їм послуг.

Подальше зростання кількості туристів стимулює місцеві органи влади розвивати інфраструктуру та створювати комфортні умови перебування туристів.

Далі настає стадія зростання, коли чисельність туристів інтенсивно зростає, особливо в піковий період, та інколи переважає чисельність місцевого населення в декілька разів.

Контроль за розвитком туризму переходить із рук місцевої адміністрації в руки зовнішніх компаній, які швидкими темпами починають розвивати інфраструктуру, тим самим змінюючи вигляд майбутнього туристичного центру. Водночас цей інтенсивний розвиток має й негативний бік – надмірне збільшення чисельності туристів і населення призводить до збільшення навантаження на місця життєзабезпечення та природні ресурси.

На стадії зрілості спочатку зменшується зростання кількості гостей, а потім центр туризму перетворюється на повністю завантажену частину сфери туризму. Надалі розвиток цього центру відпочинку і розваг досягає свого піка, після чого мода на нього падає, і він тримається тільки за рахунок постійних клієнтів та випадкових гостей.

На кінцевій стадії (занепаду) туристичний центр стає малопривабливим для більшості туристів і при цьому залежним від малої кількості подорожуючих чи відпочиваючих із найближчих районів.

У 1961 році шведський економіст Стефан Ліндер сформулював *теорію подібності країн*, яку називають також теорією попиту. Згідно з цією теорією, міжнародна спеціалізація країни значною мірою залежить від внутрішнього попиту. Дійсно, високий рівень попиту на внутрішній туризм створює атмосферу і сприятливі умови для розвитку міжнародного туризму. Створюються додаткові місця розміщення, харчування, транспортний зв'язок, розвиваються природні й історико-культурні центри туризму. Тому країни, які можуть управляти великим внутрішнім попитом, готові задовольнити й міжнародний попит.

Для вимірювання внутрішнього попиту застосовують такі показники: чисельність населення, ВВП (валовий внутрішній продукт) на душу населення, кількість місць проживання тощо. До країн із високим внутрішнім попитом належать Франція, Німеччина, Великобританія, Ірландія та інші. Отже, й міжнародні обміни найчастіше відбуваються між країнами, які мають подібні умови прийому та обслуговування гостей.

Досягнуті багатьма країнами економічні показники розвитку туризму та стандарти туристичного обслуговування можуть служити для України орієнтиром на перспективу. Аналіз даних про доход від іноземного туризму в розрахунку на душу населення показує, що особливо швидко туризм розвивається в країнах Європейського Союзу, а найбільш великі туристичні обміни відбуваються між сусідніми країнами.

Найважливіші фактори, які стимулюють цей процес, такі:

1. Високий рівень безпеки подорожей у країнах ЄС (цей фактор займає перше місце в опитуваннях туристів).
2. Висока якість і широкий спектр туристичних послуг.
3. Вільне пересування в межах Європейського Союзу та Шенгенської групи країн, відсутність прикордонного та митного контролю.
4. Введення з 1 січня 2002 року єдиної валюти – євро.

Окрім цих факторів, значний розвиток туризму в кінці ХХ, та на початку ХХІ століття пояснюється рядом інших причин. Найголовнішою з них слід визнати посилення процесу індустріалізації – зміцнення економічних зв'язків між країнами й континентами на основі поглибленого територіального розподілу праці та безпосередньо пов'язаного з ним розширення науково-технічних і культурних зв'язків. Важливу роль відіграють досягнення науково-технічної революції, особливо в галузі транспорту і нових інформаційних технологій. Розвитку туризму сприяє збільшення грошових доходів населення ряду країн, підвищення рівня освіти та культури, а також зростаюча втома від життя у великих містах. Велике значення мають і здійснювані в багатьох країнах спеціальні програми, спрямовані на активізацію туристичного руху: відміна обмежень на ввіз валюти, будівництво готелів і доріг, широка реклама об'єктів туризму, доступна ціна на туристичні послуги та ін.

Водночас є чинники, які стримують розвиток туризму в світі або негативно впливають на нього, причому в Україні їх значно більше, ніж у країнах, які є основними постачальниками туристичного продукту.

Як свідчать результати соціологічного опитування, проведеного Німецьким Інститутом Вивчення Вільного Часу в державах Європейського Союзу, найбільше подорожуючих хвилюють такі проблеми:

1. Війна, неспокій, політична нестабільність (74%).

Як бачимо, саме цей фактор найбільше стримує туристів від здійснення закордонних поїздок до тієї чи іншої країни.

Однак практика показує, що вплив цього фактору набагато вагоміший, і стосується не лише держави, в якій спостерігається політичний неспокій, але й країн, сусідніх із нею. Найяскравішим прикладом, що характеризує дану ситуацію, може бути Близький Схід. На відносно невеликій території тут сконцентровані досить привабливі місця для відпочинку.

Однак динаміка розвитку туризму в цьому регіоні підлягає різким коливанням. Так, через військові дії в Лівані в середині 80-х років спостерігався різкий спад потоку туристів і доходу від нього в цілому по регіону. В 1986 році Близький Схід відвідало на 17,6% іноземних туристів менше, ніж в 1985 році, а доходи за аналогічний період скоротились на 16,5%. Після початку військових дій у Районі Перської затоки в 1991 році цей регіон відвідало на 6,62% іноземних туристів менше, ніж в 1990 році, а надходження від туризму в 1991 р. зменшились на 14,4% в порівнянні з попереднім роком. Динаміка спаду туристичних потоків і доходів від них характерна й для періоду 2001–2006 років (Події в Ізраїлі, Палестині, Лівані, Сирії)

Усі намагання урядів держав даного регіону збільшити кількість подорожуючих до своїх країн перекреслюються одним повідомленням про зростання напруженості в регіоні. Від цього потерпають не тільки державні бюджети, які недораховуються значних валютних надходжень, але й окремі підприємства, що зазнають великих збитків під час зменшення потоку туристів.

2. Екологічні проблеми (57%).

Цей фактор характерний, насамперед для України, у зв'язку з аварією на Чорнобильській АЕС в 1986 р. Інститутом Вивчення

Вільного Часу зазначено, що в 1985 році екологічні проблеми хвилювали лише 30% потенційних туристів (на кінець 90-х – вже 57%). Тут дається взнаки негативний вплив аварії на ЧАЕС. Кількість іноземних туристів, що відвідали Київ у 1986 році, знизилась більш ніж у 5 разів у порівнянні з 1985 роком, і тільки нещодавно їхня чисельність почала поступово зростати. Негативний ефект екологічного чинника посилюється ще й тим, що він має довгостроковий характер, адже зміна свідомості суспільства відбувається набагато повільніше, ніж ліквідація наслідків екологічної катастрофи.

3. Хвороби та епідемії (55%).

Вплив цього фактору особливо значущим для африканського континенту. На сьогоднішній день обсяги туризму в цьому регіоні не перевищують 2% від світового рівня, при цьому його основна частина припадає на країни Північної та Південної Африки. Туризм у центральній частині її практично не розвинутий, хоча, на думку фахівців, для цього існують непогані можливості, зокрема для розвитку екологічного та екзотичного видів туризму, які останнім часом набувають чимраз більшої популярності. Факторами, які гальмують розвиток туризму в Центральній Африці, є невивченість даного регіону й численні хвороби та епідемії, які там постійно спалахують.

Одним із засобів боротьби з ними може стати обов'язкова вакцинація всіх туристів, які прямують до цього регіону, що, до речі, вже проводиться в більшості розвинутих країн при організації подорожей у райони зі складною епідеміологічною ситуацією. Однак виникнення нових джерел епідемій, виявлення нових вірусів та невивченість попередніх ще довго будуть відвертати туристів від ідеї відвідування цього регіону.

4. Природні катаклізми та катастрофи (49%).

Складність впливу цього фактору полягає в тому, що природні катастрофи можуть відбуватись практично в будь-якому регіоні, а передбачити і, тим більше, попередити їх фактично неможливо. Руйнівна дія природних катастроф спрямована, перш за все, на існуючу туристичну і транспортну інфраструктуру. І хоча від прояву форс-мажорних обставин такого роду ніхто не застрахований, їх виникнення може привести до відкладання туристом

поїздки в цей регіон на невизначений час або навіть до її відміни. В цьому випадку, як і при екологічних катастрофах, великого значення набуває психологічний аспект, що стримує туриста від поїздки до регіонів, які потерпіли від стихійного лиха, навіть після ліквідації наслідків природних катастроф. Найбільш характерні ці чинники для регіонів із підвищеною сейсмічною активністю. Зокрема, внаслідок землетрусів у Японії та Каліфорнії (США) регіони, що постраждали, не дорахувались до 50% туристів як у період ліквідації наслідків землетрусів, так і в перші кілька місяців після ліквідаційного періоду.

5. Злочинність (44%).

Останнім часом цей фактор набуває дедалі більшого значення. В даному контексті маються на увазі не лише поодинокі випадки нападу, пограбування або навіть вбивства туристів, але й сплановані терористичні акти. Наочним прикладом вищевикладеного є випадок, який трапився наприкінці 1997 року в Єгипті, коли група європейських (в основному німецьких) туристів, які подорожували вздовж берегів Нілу, була розстріляна ісламськими фундаменталістами. Через це в 1998 році, за попередніми підрахунками, Єгипет втратив 25% – 30% іноземних туристів від запланованої кількості. Різно зменшилась кількість туристів у США після терористичних актів 11 вересня 2001 року та ін.

Світовий туризм та його ринки стикаються з постійними змінами в демографії, зміною життєвих цінностей та швидким розвитком технологій. Освіта, спосіб життя та набутий досвід формують вимоги споживача в туристичній сфері.

Основними тенденціями у зміні вимог та очікувань завтрашніх туристів можна визначити такі:

- вони стають більш освіченими, більш вишуканими у своїх потребах і мають більше досвіду в подорожах, вимагають чимраз вищих стандартів обслуговування;
- вони дедалі більше прагнуть справжніх цінностей і чогось надзвичайного та незвіданого;
- вони стають старшими та багатшими, більш фізично і розумово активними й потребують більш активних форм відпочинку;

- вони все більше поважають себе, віддають перевагу комфорту і не хочуть витратити зайвий час на доїзд до місця відпочинку й назад;
- вони хочуть чогось навчитися й самовдосконалитись, тому вимагають більше, ніж просто розваг та відпочинку;
- вони хочуть брати участь у житті країни та громади, куди вони приїхали, й оволодіти новими навичками;
- вони дедалі більше потребують таких видів відпочинку, які не справляють негативного впливу на культурне та природне довкілля;
- вони хочуть отримати послуги, які будуть адекватними до затрачених коштів, і віддають перевагу ситуації, коли наочно можна побачити, за що платиш, при цьому їхня оцінка співвідношення ціни і якості стає все глибшою й обґрунтованішою.

Сьогодні необхідне врахування основних тенденцій розвитку туризму на сучасному етапі, які у світовому туризмі характеризуються:

1. Тяжінням до незайманної природи, що асоціюється з поняттям краси, і у зв'язку з цим – розвитком екологічного туризму.
2. Поширенням індивідуальних туристських подорожей.
3. Розвитком елітарного туризму (мисливського, наукового, конгресного).
4. Розвитком нетрадиційних (екстремальних) видів туризму.

Важливе значення для розвитку як іноземного, так і внутрішнього туризму мають туристичні ресурси, які є основною метою подорожей. Унаслідок цих обставин вони зумовлюють й визначають найважливіші економічні показники туризму, такі як кількість туристів, ціна на послуги, географія подорожей, їх сезонний розподіл, тривалість перебування та ін. Тому комерційна робота в галузі туризму повинна будуватися на всеохоплюючому обліку туристичних ресурсів як у цілому світі, так і по окремих країнах та регіонах.

1.3. Вплив туризму на світову економіку

Сучасна сфера туризму – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства, а тому розглядається і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузовий комплекс.

В останні роки на розвиток міжнародного туризму негативно впливають деякі геополітичні події, (зокрема, події в США 11 вересня, проблеми безпеки, тероризм, війна в Іраку, ізраїльсько-палестинський конфлікт, стихійні лиха, епідемії пташиного грипу та атипової пневмонії). Але все ж таки туристична галузь не зазнала краху. Туризм – найдинамічніша галузь у світі. Кількість міжнародних туристів зростала в середньому на 4,1% за рік, а у 2005 році вона сягнула 808 мільйонів туристів, що на 5,5% більше в порівнянні з попереднім роком. Протягом останніх 16 років прибутки від міжнародного туризму зростали в середньому на 9% за рік, у 2004 році вони сягнули 622 млрд. дол. США, у 2005 – понад 650 млрд. дол. США.

На сьогоднішній день туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. Більше того, на початку ХХІ ст. туризм, за обсягами доходу, справедливо посів третє місце серед провідних галузей світової економіки. За результатами 2005 року туристична галузь утворила 12% світового внутрішнього продукту і поглинула біля 13% витрат споживачів.

У багатьох країнах і регіонах туризм є основним джерелом прибутків. За чисельністю працівників сфера туризму також стала однією з найбільших у світі – в ній зайнято понад 260 млн. осіб, тобто кожний 10-й працюючий. Найбільші прибутки отримують країни Західної Європи та США.

Згідно з прогнозами експертів Всесвітньої туристичної організації, очікується зростання туристичного руху у світі з 808 млн. туристів у 2005 році до 937 млн. у 2010 році, за рахунок чого передбачається збільшення доходів до 1100 млрд. доларів США. Якщо ж до результатів міжнародного туризму додати ще й обсяги внутрішнього туризму, то показники зростуть щонайменше вдвічі.

Туризм є вагомим джерелом утворення робочих місць, і, за прогнозами, протягом наступних 5-ти років у світі створюватиметься 2500 нових робочих місць щодня. Це одна з небагатьох галузей

економіки, де залучення нових технологій не приводить до скорочення працюючого персоналу. Це має важливе значення, оскільки, поглинаючи більше робочої сили, туризм зменшує соціальну напругу в суспільстві. Крім того, світовий досвід показує, що сферу туризму можна розвивати і в період економічних криз, що має важливе значення для країн Східної Європи. Витрати на створення одного робочого місця тут в 20 разів менші, ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу в 4 рази вища, ніж в інших галузях господарства. Прикладом можуть бути такі країни, як Аргентина, Бразилія, Мексика, Єгипет, Туніс, Перу та інші.

Розглядаючи підсумки 2005 року, ВТО відзначила, що найбільша кількість туристів у світі відвідує Європу – біля 60%. Тільки в 2005 році туристичні потоки в світі зросли на 42 мільйони осіб, з яких більше ніж 18 мільйонів поїздок здійснені в Європу. Це й зрозуміло, бо в жодній іншій частині світу на досить невеликому просторі не знайти такого різноманіття ландшафтів, культур, історії та народів. Унікальний європейський туристичний продукт робить Європу визнаним лідером ринку у сфері туризму та подорожей. Майже всі регіони світу продемонстрували значне зростання обсягів туризму, але особливо вражаючих результатів досяг, як і передбачалось, Азіатсько-Тихоокеанський регіон, де кількість подорожуючих у 2005 році зросла на 11 мільйонів. Ще на 7 млн. подорожуючих збільшилось у країнах Північної та Південної Америки, стало на 3 млн. більше поїздок до Африканських країн.

Якщо проаналізувати діяльність туристичної сфери всіх країн світу і визначити лідерів по залученню туристів у свою країну, розташувавши їх по місцях за підсумками роботи 2005 року, то на першому місці впродовж 15 років залишиться Франція, прийнявши біля 80 млн. іноземних туристів, хоча студентські бунти та підпали автомобілів значно похитнули її становище. Далі йдуть Іспанія, США та Італія, які в сукупності прийняли понад 150 млн. туристів.

Отже, визначивши лідерів по прийому іноземних туристів, можна впевнено констатувати той факт, що саме в цих країнах найбільший вплив на економіку мала сфера туризму. Зокрема, надходження валюти в % розподіляються так: в Європейські країни – 62,4%, країни Північної Америки – 16,4%, Латинської Америки – 11,7%, Африканські країни – 2,5%, Ближній Схід – 2,5%, Азія та Австралія

– 4,5%. В багатьох країнах світу туризм є однією з найбільш пріоритетних галузей, внесок у валовий національний дохід яких складає 20–45%, а надходження від іноземного туризму є основним джерелом отримання валюти. Туристичний бізнес стимулює розвиток інших галузей господарства, таких як будівництво, зв'язок, харчова промисловість, сільське господарство, торгівля, виробництво товарів народного споживання та інші. Цей бізнес приваблює підприємців із багатьох причин: невеликі стартові інвестиції, зростаючий попит на туристичні послуги, високий рівень рентабельності й мінімальний термін окупності витрат.

Вплив туризму на економіку країни перебування можна дослідити за допомогою оцінки прямого й опосередкованого впливу. Оцінка економічного впливу туризму ґрунтується на витратах туристів. Тут важливо розглядати різні аспекти економіки, які відчують на собі вплив витрат туристів. Розрахунок економічного впливу витрат туристів проводиться за допомогою мультиплікатора. Оскільки місцеві підприємства залежать від інших підприємств-постачальників, будь-які зміни витрат туристів у туристичній місцевості приведуть до змін на виробничому рівні економіки, доходів, зайнятості. Мультиплікатор туризму – це відношення змін одного з ключових економічних показників (виробництво, зайнятість, дохід) до змін витрат туристів. Це певний коефіцієнт, на який повинні множитися витрати туристів.

Якщо схематично розглянемо туристичні витрати, то побачимо, що основні витрати в першу чергу йдуть на туристичні підприємства, які безпосередньо обслуговують туристів. Частина цих коштів виходить з економічного обігу на оплату імпорту товарів і послуг, які споживаються на місці перебування, й ці кошти в подальшому не відіграють ролі в економічній діяльності території. Решта грошей використовується на придбання місцевих товарів та послуг, покриття власних витрат на енергоносії, оплату праці, податків та інше. В кожному циклі витрат частина коштів накопичується, частина сплачується державі у вигляді податків, і вони перестають обертатись в економіці тієї чи іншої території.

20–25% коштів витрачаються туристами в певній місцевості чи країні на додаткові послуги, сувеніри, транспорт та інше, з яких частина продовжує циркулювати в місцевій економіці, інша ж

частина переходить до держави та осідає в місцевих жителів у вигляді накопичень.

При оцінці значення мультиплікатора важливо вибрати не тільки методику, але й визначати вид мультиплікатора, кожний з яких виконує специфічні функції.

Мультиплікатор виробництва вимірює об'єм додаткового виробництва за рахунок збільшення витрат туристів.

Мультиплікатор продажу вимірює додаткові обороти бізнесу в результаті збільшення витрат туристів.

Мультиплікатор доходів вимірює додаткові доходи у вигляді заробітної плати, орендної плати, відсотків від позичок і прибутку.

Мультиплікатор зайнятості характеризує кількість робочих місць, створених за рахунок додаткових витрат туристів.

Економіка туризму безпосередньо пов'язана з великою кількістю секторів економіки різних галузей господарювання і тому для розрахунку мультиплікаторів потрібна велика база даних.

Які головні причини спонукають туристів витрачати величезні кошти?

Для того, щоб дати відповідь на це запитання і грамотно працювати на різноманітному туристському ринку, потрібно насамперед знати характерні риси гостей із провідних країн світу. Скористасмося маркетинговими дослідженнями, проведеними ВТО в кінці XX століття.

Що змушує жителів провідних країн світу залишати рідний дім і вирушати в подорож?

У 10 найбільш розвинутих країнах світу головним мотивом для здійснення подорожі залишається відпочинок. Найвище значення відпочинку серед цілей поїздок спостерігається в країнах, які не мають теплового моря. Тут частка відпочинку складає 76–83%. Для держав, що володіють чудовими пляжами та сприятливим кліматом, частка відпочинку за кордоном складає вже 62–73%.

Більша кількість поїздок з метою бізнесу властива тим державам, в яких виїзд в інші країни займає більш скромне місце: в США – 33%, Іспанії – 25%, Італії – 18%. Не можна забувати, що в першокласних готелях великих міст головною фігурою залишається бізнесмен. У готелях курортних міст головна фігура – відпочиваю-

чий (хоча серед них, звичайно, зустрічається чимало бізнесменів, проте мета їхнього перебування не бізнес, а відпочинок).

Таблиця 1.3.1

Цілі подорожей, %

Країна	Відпочинок	Бізнес	Інші цілі
Німеччина	80	11	9
Великобританія	76	15	9
Франція	64	12	24
Італія	73	18	9
Нідерланди	83	10	7
Бельгія	82	9	9
Іспанія	62	25	13
США	37	33	30
Канада	57	16	27
Японія	78	11	11

Як розподіляються уподобання населення за типами організації відпочинку?

Схильність до тих чи інших типів організації відпочинку суттєво розрізняється по країнах. Можна говорити про національні уподобання щодо типів відпочинку. Значна частина жителів Великобританії обере відпочинок на березі теплового моря – 46%. Слідом за британцями, але значно їм поступаючись, ідуть громадяни Бельгії (35%) та Німеччини (32%). Відпочинок у містах явно приваблює японців – 51%, іспанців – 33%, французів – 25%. У подорожах по країнам проводять свою відпустку жителі Італії (41%) та Франції (32%).

Таблиця 1.3.2

Типи організації відпочинку, %

Країна	На пляжі біля моря	Відпочинок у містах	В подорожах по країнах	У передмістях та селах
Німеччина	32	16	13	11
Великобританія	46	12	15	9
Франція 1)	26	25	32	-
Італія 2)	25	11	41	-
Нідерланди 3)	27	10	13	10
Бельгія	35	-	13	17
Іспанія 4)	20	33	16	-
Японія 5)	21	51	10	-

1) 5% займають круїзи; 2) 5% – відвідування культурних та спортивних подій; 3) 10% – гірський туризм; 4) 9% – відвідування культурних та спортивних подій; 5) 7% – спорт.

Як розподіляються вподобання населення щодо засобів розміщення?

Приблизно однакову схильність до розміщення в готелях зберігають жителі майже всіх країн – у межах 52–62%. Однак є два винятки: 88% японців обирають готель; у голандців готель як засіб розміщення займає більш скромне місце – лише 38%. Зате вони є лідерами у виборі кемпінгу (20%).

Таблиця 1.3.3

Схильність до різноманітних видів розміщення, %

Країна	Готель	Безкоштовно у друзів	Власний будинок	Кемпінг	Інші види
Німеччина	57	18	13	7	5
Великобританія	52	19	18	2	9
Франція	54	22	4	4	16
Італія	56	21	8	7	8
Нідерланди	38	15	23	20	4
США	62	-	32	-	6
Японія	88	6	3	-	3

З року в рік зростає кількість туристів, які мають друге житло в інших країнах. Це необов'язково власний будинок, розкішна вілла, а швидше, тільки скромна однокімнатна квартира в багатоквартирному будинку, так звана студія. В будь-якому випадку відпочинок у власному будинку за межами рідної країни проводять 33% громадян США, 23% – Нідерландів, 18% – Великобританії. Ті, хто бідніші, обирають відпочинок в гостях у знайомих і родичів. Таких міжнародних туристів набирається серед голандців до 15%, а французів – до 22%. Розподіл туристів за вибором засобів розміщення значною мірою пов'язаний з їхнім особистим статусом.

Як розподіляється туристичний потік за матеріальним станом?

У міжнародному туризмі зустрічаються люди з різним достатком. У туристичних потоках майже всіх країн переважають представники середнього класу: від 40% в Нідерландах до 59% в Італії. Люди з невисоким достатком займають значне місце в туристичному потоці Франції (36%) та Італії (31%). Серед туристів із Німеччини (43%),

Нідерландів (41%), Великобританії (37%) провідне місце займають представники вищого класу, які виявляють попит на найкомфортабельніші умови розміщення. Щоправда, багато з цього класу мають власні будинки.

Таблиця 1.3.4

Розподіл туристичного потоку за соціальним статусом, %

Країна	Люди з невисоким достатком	Середній клас	Вищий клас
Німеччина	12	45	43
Великобританія	12	51	37
Франція	36	32	32
Італія	31	59	10
Нідерланди	19	40	41

Як розподіляється туристський потік за статтю і віком?

Дані таблиці показують, що тільки у Франції спостерігається невелика перевага жінок у туристському потоці. В інших країнах більшість туристського потоку складають чоловіки, особливо в Італії – 61%. Звертає на себе увагу активність людей старшого віку, після 60 років, у Франції, де вони складають 30% потоку (для порівняння – в Італії 13%).

Таблиця 1.3.5

Розподіл туристичного потоку за статтю та віком, %

Країна	Частка жінок	Вік			
		15 – 29	30 – 44	45 – 59	60 і більше
Німеччина	47	23	30	27	20
Великобританія	44	22	33	29	16
Франція	51	22	26	22	30
Італія	39	32	33	22	13
Нідерланди	45	25	32	27	16
Іспанія	40	-	-	-	-

Сучасна практика ціноутворення в готельному бізнесі стимулює парні поїздки та спрямована проти мандрівників-одинаків. Справа в тому, що ціна за номер на одного і двох проживаючих у більшості іноземних готелів встановлена єдина. Це призводить до того, що турист, який подорожує один, сплачує значно більше, ніж сімейна пара.

Знаючи мету подорожей, схильність до різноманітних видів розміщення, розподіл туристичних потоків за соціальним статусом, статтю та віком і ефективно використовуючи їх, можна наперед спланувати фінансові потоки, які суттєво вплинуть на економіку тієї чи іншої країни.

Отже, основною рушійною силою розвитку туризму залишаються економічні вигоди, які він надає. Так, туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури – готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він приводить до збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямыми (збільшення заробітної плати робітників зумовлює збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет). Окрім цього, як зазначалося вище, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти й різного роду інвестицій.

Він сприяє диверсифікації економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації.

Вплив туризму на економічний розвиток виявляється також у підвищенні ділової активності й розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів.

Особливе місце відводиться туризму у створенні робочих місць і розв'язанні проблеми зайнятості. Кількість робочих місць щоденно збільшується, не вимагаючи при цьому великих витрат. Туризм охоплює багато секторів економіки і цим ускладнює визначення точної оцінки чисельності працівників, зайнятих у сфері туризму. Крім того, розв'язання проблеми реальної оцінки ускладнюється ще й специфічним характером праці (сезонність, робота за сумісництвом, тимчасова робота та інше) І все-таки кількість зайнятих у туристичній сфері постійно зростає.

Важливе значення має вклад туризму в платіжний баланс країни, який виражається у вигляді різниці між витратами іноземних туристів у країні й витратами резидентів цієї ж країни за кордоном.

Таким чином, ми визначили *економічні функції* туризму та їхній вплив на економіку.

Але не менш важливі *соціальні функції* туризму, особливо, якщо розглядати туризм як форму розумового та фізичного виховання,

що реалізується через гуманітарно-соціальні функції, основними з яких є:

- виховна – формує відчуття патріотизму, колективізму, моральних та етичних цінностей;
- освітня – поповнює та закріплює знання з питань краєзнавства, природознавства, топографії, рекреації; знайомство з культурою і традиціями країн і народів світу тощо;
- оздоровча – дотримання оптимального режиму фізичних навантажень, використання сприятливого впливу природних факторів на стан організму, дотримання правил особистої та громадської гігієни, розвиток адаптивних можливостей, підтримка організму на належному рівні фізичної підготовки;
- спортивна – створення бази загальної фізичної підготовки, досягнення максимальних результатів у спорті, спеціальна підготовка до змагань.

Виходячи з цього, можемо розглядати туризм і як популярну форму організації відпочинку, проведення дозвілля, пізнання рідного краю, навколишнього середовища, знайомства з історією, культурою й традиціями певної країни.

І ще один дуже важливий фактор – вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище. Цей вплив може бути безпосереднім, опосередкованим, позитивним і негативним. Туризм не може розвиватися без взаємодії з навколишнім середовищем, але управляючи цим розвитком, можна зменшити негативний вплив і збільшити позитивний.

Позитивний вплив включає охорону й реставрацію пам'яток природи, історії, культури, створення національних парків і заповідників, збереження лісів, захист рослинного і тваринного світу.

Негативний вплив, на жаль, більший, зокрема – це вплив на якість води в річках, озерах, морях та на якість повітря, зростання викидів шкідливих речовин транспортними засобами, самовільне розміщення тимчасових баз відпочинку, забруднення відходами навколишнього середовища, самовільне розпалювання вогнищ, понівечення історичних пам'яток вандалами. Деякі види туристського відпочинку, як-от полювання, риболовля, збирання рослин, завдають негативного впливу живій природі й призводять до зменшення чисельності або навіть до повного зникнення фауни

та флори певних територій. Зростання населення в туристських регіонах, будівництво нових туристичних потужностей потребує залучення якомога більшої кількості природних ресурсів, що, у свою чергу, збільшує навантаження на довкілля.

Контрольні запитання та завдання

1. Дайте визначення понять „туризм”, „турист”, „суб'єкти туристичної діяльності”. „сфера туризму”.
2. Які основні етапи розвитку туризму?
3. Що Вам відомо про міжнародні туристичні організації?
4. Назвіть та схарактеризуйте найбільш ефективні теорії міжнародної торгівлі та їхній вплив на розвиток туризму.
5. Які фактори стимулюють туристичні обміни?
6. Які чинники стримують розвиток світового туризму?
7. Охарактеризуйте основні вимоги та очікування потенційних туристів?
8. Якими економічними показниками характеризується світовий туризм?
9. Як проводиться розрахунок економічного впливу витрат туристів?
10. Визначте основні цілі подорожей і типи організації відпочинку.
11. Як розподіляються туристичні потоки за соціальним статусом, статтю та віком?
12. Назвіть основні економічні та соціальні функції туризму.

Розділ 2. ТУРИЗМ УКРАЇНИ

2.1. Характеристика туристичної діяльності та її вплив на економіку України

Прогнози щодо позитивних тенденцій розвитку туризму на початку ХХІ століття виправдалися. Так, за статистичними даними, отриманими згідно з рекомендаціями Всесвітньої туристської організації, Україну в 2005 році відвідали понад 17 млн. іноземних туристів, понад 16 млн. туристів з України виїжджали за кордон.

Обсяг туристичного споживання (споживання товарів та послуг туристичної та інших галузей економіки) в Україні становив понад 37 млрд. грн. (біля 7,4 млрд. доларів США), у тому числі за рахунок в'їзного туризму – близько 30 млрд. гривень (6,0 млрд. дол. США).

У порівнянні з 2000 – 2004 роками, в мотивації в'їзду іноземних громадян до України в 2005 році, відбулися структурні зміни, причиною яких було значне зростання (до 82%, або 14,5 млн. осіб) приватних туристичних поїздок та зменшення організованих туристичних поїздок (12% або 2,1 млн. осіб). Службові поїздки склали 6%, або 1 млн. осіб.

За схемою розрахунків, рекомендованою ВТО, іноземні відвідувачі залишили близько 6 млрд. доларів США протягом свого перебування в Україні у 2005 році.

Як і для багатьох європейських країн, де найбільш потужними є туристичні потоки між сусідніми державами, для України сукупна частка іноземних туристів із Росії, Польщі, Молдови, Угорщини та Білорусії протягом 2005 року склала 82% від загального обсягу в'їзного туристичного потоку.

Окрім цього, сусідні країни забезпечують і потужні потоки одноденних відвідувачів.

У 2005 році Україну відвідали 17,6 млн. в'їзних (іноземних) туристів, що на 13%, або 3,1 млн. осіб більше, ніж за 2004 рік. Збільшення обсягів в'їзного потоку у 2004 р. забезпечене завдяки активізації приватного туризму (+2,1 млн. осіб, або + 17 %). Однак у 2005 р. темпи росту в'їзного потоку дещо втрачені за рахунок

уповільнення розвитку організованого туризму. Так, упродовж 2004 р. кількість організованих туристів зросла у 2,2 разу, а у 2005 р. спостерігається зменшення на 4%.

Таблиця 2.1.1

Структура в'їзного туристичного потоку за мотивацією

Службова поїздка	1,0 млн. осіб	6% потоку	зростання на 1%, або 0,01 млн. осіб
Організований туризм	2,1 млн. осіб	12% потоку	зменшення на 4%, або на 0,08 млн. осіб
Приватний туризм	14,5 млн. осіб	82% потоку	зростання на 17%, або 2,1 млн. осіб

У структурі в'їзного туристичного потоку відбулися такі зміни – частка приватного туризму зросла за 2005 р. від 79% до 82%, водночас скоротилась частка організованого туризму (від 14% до 12%).

Таблиця 2.1.2

Структура в'їзного туристичного потоку за країнами походження

Країни СНД	10,8 млн. осіб	62% потоку	зменшення на 0,04%, або на 0,05 млн. осіб
Країни ЄС	6,3 млн. осіб	36% потоку	зростання на 44%, або на 1,9 млн. осіб
Інші країни	0,5 млн. осіб	2% потоку	зростання на 21%, або на 0,07 млн. осіб

Скорочення в'їзного туристичного потоку з країн СНД відбулося в основному за рахунок зменшення кількості подорожуючих з Азербайджану (-13 тис. осіб, або -23%).

Найбільш потужне зростання туристичного потоку відбулось за такими напрямками: зі Словаччини (+159 тис. осіб або 98%), з Польщі (+1,7 млн. осіб або +95%), з Румунії (+64 тис. осіб або +65%), з Німеччини (+48 тис. осіб, або +34%).

Відзначимо, що, у розрізі в'їзного туристичного потоку за країнами, чітко виявилась тенденція до скорочення кількості організованих туристів із країн, з якими раніше існував візовий режим перетину кордону. Наприклад, кількість таких туристів із Німеччини, Ізраїлю, Польщі зменшилась на -1%, -3%, -59%

відповідно, але водночас збільшилась кількість приватних туристів з цих країн на +93%, +16%, +163% відповідно.

Таблиця 2.1.3

Рейтинг 10 головних країн в'їзного туризму

		осіб	частка	темп приросту
	Всього, 2005	17 630 760	100%	+ 13 %
1	Росія	6 043 829	34%	+ 1 %
2	Польща	3 489 033	20%	+ 95 %
3	Молдова	2 780 880	16%	- 4 %
4	Угорщина	1 957 708	11%	- 3 %
5	Білорусь	1 841 783	11%	+ 4 %
6	Словаччина	321 977	2%	+ 98 %
7	Німеччина	189 546	1%	+ 34 %
8	Румунія	161 948	1%	+ 65 %
9	США	73 046	0,4%	- 7 %
10	Ізраїль	51 186	0,3%	+ 15 %
	Разом 10 країн	16 910 936	96%	

Громадяни України в 2005 р. здійснили понад 16,5 млн. закордонних поїздок, що на 6%, або на 1 млн. осіб більше порівняно з 2004 р.

Таблиця 2.1.4

Структура виїзного туристичного потоку за мотивацією

Службова поїздка	1,2 млн. осіб	8% потоку	зростання на 3%, або 0,4 млн. осіб
Організований туризм	1,6 млн. осіб	10% потоку	зростання на 22% або на 0,3 млн. осіб
Приватний туризм	13,0 млн. осіб	82% потоку	зростання на 5% або 0,6 млн. осіб

У 2005 р. було зростання виїзного турпотоку за всіма мотиваціями.

Таблиця 2.1.5

Структура виїзного туристичного потоку за країнами відвідування

Країни СНД	8,4 млн. осіб	51% потоку	зростання на 3%, або на 0,2 млн. осіб
Країни ЄС	7,3 млн. осіб	44% потоку	зростання на 9%, або на 0,6 млн. осіб
Інші країни	0,8 млн. осіб	5% потоку	зростання на 22%, або на 0,01 млн. осіб

Таблиця 2.1.6

Рейтинг 10 головних країн виїзного туризму

		осіб	частка	темп приросту
	Всього, 2005	16 453 704	100 %	+6%
1	Росія	5 967 881	36 %	+2%
2	Польща	4 357 567	26 %	+13%
3	Угорщина	2 028 771	12 %	+5%
4	Білорусь	1 231 281	7 %	+6%
5	Молдова	1 108 593	7 %	+0,5%
6	Словаччина	310 358	2 %	-21%
7	Туреччина	284 336	2 %	+30%
8	Німеччина	181 133	1 %	+35%
9	Румунія	174 454	1 %	+15%
10	Єгипет	116 996	1 %	+133%
	Разом 10 країн	15 761 370	96 %	

Як бачимо з рейтингів головних країн, звідки в'їжджають іноземні туристи та куди виїжджають українські туристи, поїздки між сусідніми державами й надалі будуть значно переважати в структурі міжнародного туризму.

Щодо внутрішнього туризму слід зазначити продовження активної діяльності у 2005 році туристичних підприємств таких регіонів, як АР Крим, м. Київ, Івано-Франківська, Дніпропетровська, Одеська, Донецька, Львівська, Харківська області.

Понад 7 млн. Українців здійснили різноманітні подорожі рідним краєм. Близько 16,0 млн. відвідувачів зареєстровано музеями України та більше 1,8 млн. екскурсантів на рахунок турагентств.

Розрахований за методикою ВТО сукупний обсяг реалізації товарів і послуг різних галузей економіки, що забезпечують задоволення споживчих потреб іноземних і внутрішніх відвідувачів України, склав у 2005 році 37 млрд. гривень.

Туристична галузь України становить 19,6 відсотка зовнішньоторговельного обігу країни.

Загальна характеристика стану туристичної діяльності та позитивна динаміка розвитку підтверджують вагомий вплив туризму на економіку України. Адже туризм не тільки прямо або опосередковано охоплює більшість галузей економіки, в тому числі промисловість, сільське господарство, будівництво,

транспорт, страхування, зв'язок, торгівлю, громадське харчування, житлово-комунальне господарство, сферу побутових послуг, культуру, мистецтво, спорт тощо, а й стимулює їхній розвиток. Отже, від функціонування туризму залежить життєдіяльність понад 40 галузей економіки і близько 15 відсотків населення України.

Щодо організованого туризму, тобто безпосередньої роботи туроператорів і турагентів (дані за формою № 1-ТУР), то протягом 2006 року чинними були 4508 ліцензій на туристичну діяльність, із них туроператорів – 1579 та турагентів – 2929, відповідно 35% і 65%. У порівнянні з 2005 роком спостерігається збільшення кількості чинних ліцензій на 22,8% (у 2005 р. їх було 3670 ліцензій).

Протягом 2006 року туристичні послуги фактично надавали 3052 ліцензіати, з них: туроператорів – 1246 і турагентів – 1806, відповідно 41% і 59%. Звітували про відсутність діяльності 366 ліцензіатів (8 % від чинних ліцензій), не звітували 1090.

Отже, у 2006 році туристичну діяльність здійснювали лише 68% ліцензіатів, на відміну від 2005 року, коли фактично працювали 77% ліцензіатів. Як бачимо, за 2006 рік кількість непродуктивних ліцензіатів збільшилася.

Середньооблікова кількість працівників туроператорів та турагентів дорівнює 21,7 тис. осіб, що на 3% більше в порівнянні з 2005 роком.

Пріоритетними видами туристичної діяльності у 2006 році, як і у 2005 році, залишаються внутрішній і виїзний туризм. У цілому по Україні на внутрішній туризм припадає 47% туристів, обслуговуваних ліцензіатами, 39% – на виїзний туризм та 14% на в'їзний. У 2002–2003 рр. турфірми України віддавали перевагу в роботі з організації в'їзного туризму, який за чисельністю перевищував виїзний туризм.

Усього протягом 2006 року туристичні підприємства обслужили 2,2 млн. туристів (на 21% більше, ніж у 2005 році) та 1,8 млн. екскурсантів (на 4% більше, ніж у 2005 році), в т. ч. за видами туризму:

- в'їзний – 299,1 тис. осіб (на 8% менше, ніж у 2005 році);
- виїзний – 868,2 тис. осіб (на 53% більше, ніж у 2005 році);

– внутрішній – 1039,1 тис. осіб (на 11% більше, ніж у 2005 році).

Збільшення на 21 % загальної кількості туристів, обслужених туроператорами протягом 2006 року, відбулось за рахунок зростання кількості обслугованих виїзних і внутрішніх туристів. Причина зменшення притоку в'їзних туристів полягає у відміні у 2005 році нульової ставки ПДВ на надання послуг нерезидентам, чим була підірвана мотивація туроператорів до залучення іноземних туристів.

Обсяг наданих туристичних послуг суб'єктами туристичної діяльності в Україні у 2006 році збільшився, в порівнянні з 2005 роком на 37% і становить 3,8 млрд. грн. Це зумовлено подовженням тривалості подорожей на 34%. Протягом 2006 року середня вартість путівки зросла на 13%. Найбільше зросла середня вартість путівки по виїзному туризму (на 11%) за рахунок збільшення середньої тривалості подорожі від 7,4 до 8,5 туродня. Середня вартість путівки внутрішнього туризму залишилась майже на рівні минулого року, при цьому тривалість подорожі збільшилась від 6,4 до 7,2 туродня, в той час як середня вартість одного туродня обслуговування зменшилась на 12%. У в'їзному туризмі тривалість подорожі зменшилась із 8,2 до 7,5 туродня, а середня вартість туродня збільшилась.

Платежі до бюджету ліцензіатів у 2006 році зросли порівняно з 2005 роком на 16% і становлять 131,3 млн. грн. У середньому на одного ліцензіата припадає 43,0 тис. грн. платежів до бюджету, що на 8% більше, ніж у 2005 році.

Ефективність роботи підприємств у 2006 році збільшилася. В середньому один ліцензіат обслужив 723 туристи, що на 12% більше, ніж у минулому році. Водночас продуктивність праці підвищилася – в середньому на одного ліцензіата припадає 1240,0 тис. грн. обсягу наданих послуг, що на 27% більше, ніж у 2005 році.

За географічними напрямками туристичні потоки майже не зазнали змін. Як і в попередніх роках, українці подорожували до Туреччини (36 %), Єгипту (28 %), Болгарії (2%), Польщі (2%). До України приїздили переважно з Росії (39%), Німеччини (10 %), США (7%), Англії (3 %), Білорусії (3 %).

Останнім часом даються взнаки і впливають на структуру туристичних потоків зміни у візовій політиці як сусідніх державах, так і в Україні.

Відкритість, демократичний та євроінтеграційний курс України, зняття візових бар'єрів може, насамперед, вплинути на збільшення обсягів туристичних обмінів, а також зміцнити позиції національного туристичного продукту на європейському ринку, сприяти перетворенню туристичної галузі у високопродуктивну складову економічного зростання, розвитку регіонів, збільшення валютних надходжень до державного бюджету, створення робочих місць, підвищення рівня життя українських громадян.

Безумовно, прогресивним кроком на шляху лібералізації в'їзду іноземців в Україну було прийняття постанов Кабінету Міністрів України від 29.03.2002 р. № 410, від 28.07.2003 р. № 1168 та від 13.07.2004 р. № 909 „Про внесення змін і доповнень до постанови Кабінету Міністрів України від 20 лютого 1999 р. № 228 „Про порядок оформлення дозволів для в'їзду в Україну”. Йдеться, зокрема, про внесення змін у частині запровадження в міжнародних аеропортах „Бориспіль”, „Сімферополь”, „Одеса”, „Донецьк” і морському порту „Одеса” оформлення короткотермінових дозволів терміном до 14 діб для в'їзду в Україну громадянам країн-членів Європейського Союзу, Канади, США, Турецької Республіки, Швейцарської Конфедерації та Японії, які прямують із метою туризму.

У рамках проведення в Україні у травні 2005 року ювілейного Міжнародного пісенного конкурсу „Євробачення 2005” підписано Указ Президента України „Про тимчасове запровадження безвізового режиму для громадян країн-членів ЄС та Швейцарської Конфедерації” (від 31.03.2005 р. № 569/2005), згідно з яким із 1 травня по 1 вересня 2005 року громадяни згаданих вище країн в'їжджали в Україну без віз у всіх міжнародних пунктах перетину кордону на термін перебування, що не перевищує 90 діб.

Такий суттєвий крок у напрямку лібералізації в'їзду іноземців в Україну, зокрема з метою туризму, здійснений у рамках одного з визначних іміджевих заходів у світі, яким є пісенний конкурс „Євробачення”, значною мірою сприяв збільшенню обсягів в'їзного туризму в Україну, що найбільш економічно вигідно для

національної економіки, та надав додаткового імпульсу розвитку туристичної та готельної інфраструктури, а також зміцнив позитивний міжнародний імідж нашої держави в цілому. Цей захід носив характер експерименту в рамках планомірної та системної роботи по лібералізації формальностей, пов'язаних з міжнародними туристичними обмінами України, у тому числі візових, прикордонних і митних, що проводився спільно з МЗС та іншими зацікавленими міністерствами та відомствами України та був спрямований на запровадження на постійній основі безвізового режиму для громадян країн-членів ЄС.

І одразу ж після проведення конкурсу було підготовлено та підписано Укази Президента України від 26 липня 2005 р. № 1131/2005 „Про встановлення безвізового режиму для громадян держав-членів Європейського Союзу, Швейцарської Конфедерації та Князівства Ліхтенштейн”, від 19 липня 2005 р. № 1107/2005 „Про встановлення безвізового режиму для громадян Японії”, від 26 липня 2005 р. № 1134/2005 „Про встановлення безвізового режиму для громадян Канади”, від 30 червня 2005 р. № 1008/2005 „Про встановлення безвізового режиму для громадян Сполучених Штатів Америки” та від 29 листопада 2005 р. № 1663/2005 „Про встановлення безвізового режиму для громадян Князівства Андорра, Держави-міста Ватикан, Республіки Ісландія, Князівства Монако, Королівства Норвегія та Республіки Сан-Марино”, якими безвізовий режим в'їзду в Україну для зазначених категорій іноземних громадян встановлено на постійній основі на термін перебування, що не перевищує 90 діб.

Разом з тим уряд України постійно працює над забезпеченням права українських громадян на вільні подорожі та свободу пересувань, вільного доступу до туристичного продукту іноземних країн відповідно до документів ООН і Всесвітньої туристської організації, Загальної декларації прав людини, Хартії туризму, рішень Гаазької конференції, Глобального етичного кодексу туризму. Адже, як відомо, практика організації туристичних подорожей українських туристів за кордон ще далека від досконалості.

2.2. Туристичні ресурси та інфраструктура – головні складові розвитку туризму в Україні

Дуже важливе значення для розвитку як міжнародного, так і внутрішнього туризму мають туристичні ресурси, які є основною метою подорожей. Саме тому вони зумовлюють і визначають найважливіші економічні показники туризму, такі як кількість туристів, ціна за послуги, географія подорожей, їхній сезонний розподіл, тривалість перебування та інше. Внаслідок цього комерційна робота в галузі туризму обов'язково передбачає всеохоплюючий облік туристичних ресурсів як у цілому по країні, так і по окремих регіонах.

Туристичні ресурси можна розділити на три групи:

1. Рекреаційні (природні) ресурси – унікальні явища природи, печери, водоспади, скелі, заповідники, гори, річки, моря, лікувальні води, кліматичні умови та бальнеологічні можливості.
2. Об'єкти, які представляють історичне та культурне минуле країни, – музеї, пам'ятники і пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями, життям і діяльністю видатних представників науки, техніки, культури, а також унікальні архітектурні та етнографічні об'єкти.
3. Об'єкти, які демонструють сучасні здобутки країни в промисловості, будівництві, сільському господарстві, науці і культурі, медицині та спорті.

Під туристичними ресурсами розуміють сукупність природних та штучно створених людиною об'єктів, що мають комфортні властивості та придатні для створення туристичного продукту. Як правило, наявність туристичних ресурсів визначає формування туристичного бізнесу в тому чи іншому регіоні.

Україна володіє багатими природно-кліматичними, культурно-історичними та національно-етнографічними ресурсами, які створюють передумови для розвитку багатьох видів туризму. Більшість регіонів України має туристичні ресурси, які належать до всіх трьох груп, що дає можливість виходу на

туристичний ринок із приваблюючими туристичними пропозиціями.

Розглянемо першу групу туристичних ресурсів – рекреаційні.

Рекреаційні ресурси – природні й антропогенні геосистеми, тіла та явища природи, які мають комфортні властивості та споживчу вартість для рекреаційної діяльності і можуть бути використані з метою відпочинку й оздоровлення людей у певний час та за допомогою існуючих технологій і матеріальних можливостей.

Рекреація – розширене відтворення сил людини (фізичних, інтелектуальних, емоційних та ін.) або діяльність, спрямована на відновлення продуктивних сил людини.

В Україні значну частину природного потенціалу складають: рекреаційні ландшафти (лісові, приморські, гірські), оздоровчі ресурси (мінеральні води та лікувальні грязі), природно-заповідні об'єкти (національні природні та регіональні ландшафтні парки, біосферні заповідники, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва тощо). Це унікальні ресурси для перспективного розвитку туризму, зон рекреації та курортів та найбільш збережена частина природного довкілля.

Площа освоєних і потенційних рекреаційних територій в Україні (без радіаційно забруднених) становить 12,8% території країни і розподіляється відповідно до природних особливостей семи рекреаційних регіонів: Карпатський, Придністровський, Дніпровський, Донецько-Приазовський, Поліський, Причорноморський, Кримський. При визначенні цих регіонів враховувалися такі фактори:

1) геополітичне положення (розташування території, наявність трудових ресурсів, транспортних комунікацій, джерел сировини, енергії, історія розвитку території, традиції та ін.);

2) наявність рекреаційних ресурсів;

3) стан туристичної інфраструктури;

4) попит на рекреацію та туризм;

5) туристично-рекреаційна політика регіону.

Згідно з оцінкою ландшафтних ресурсів (НДПІ містобудування), потенційний фонд природоохоронних, оздоровчих та рекреаційних територій становить 12,1 млн. га, тобто 20% площі

території України, що відповідає міжнародним показникам раціонального збереження природно-рекреаційних ресурсів. Одноразова місткість ландшафтів України, враховуючи допустимі природоохоронні норми, становить понад 40 млн. чоловік.

Найбільшу питому вагу територій і об'єктів природно-заповідного фонду мають:

від 8 до 13% – Тернопільська, Херсонська, Закарпатська, Івано-Франківська, Хмельницька області;

5–7% – Сумська, Рівненська, Чернівецька області;

3–5% – Чернігівська, Львівська області, Республіка Крим;

до 3% – Донецька, Миколаївська, Полтавська області;

до 2% – Волинська, Житомирська, Запорізька, Одеська, Черкаська області;

до 1% – Вінницька, Дніпропетровська, Київська,

Кіровоградська, Луганська, Харківська області.

Особливе місце в системі рекреаційного використання території України посідає Кримський півострів. Середньорічна тривалість сприятливого для рекреації періоду становить тут 175–190 днів, функціонують найстаріші в Україні грязьові курорти – Євпаторія, Сакі та інші.

Практично у всіх областях України виявлено мінеральні лікувальні води різного складу. Найбільша кількість джерел зосереджена в Карпатському регіоні, зокрема в Закарпатській, Львівській областях. Багато джерел у Луганській, Дніпропетровській, Полтавській, Хмельницькій, Черкаській, Київській, Донецькій та інших областях.

Досить значні в Україні запаси лікувальних грязей, зосереджених головним чином у південних і північно-західних областях. На базі грязьових покладів працюють курорти Бердянська, Куяльницький, Хаджибейський та ін., а на курортах Миргород, Моршин, Немирів, Черче поширені торфові грязі.

Не менш важливе місце в розвитку туризму в Україні займає друга група туристичних ресурсів – об'єкти культури, пам'ятки історії, архітектури, археології, етнографічні особливості території, що є важливим засобом задоволення потреб пізна-

вально-культурної рекреації. Загальна кількість архітектурно-історичних пам'яток в Україні становить 48690 одиниць. Їхня цінність та чисельність (насичення, щільність) у межах областей істотно різняться. Найбільше архітектурно-історичних пам'яток, що охороняються державою і церквою, у Львівській (3934), Київській (2886) та Чернігівській (2859) областях. Найцінніші культурно-історичні ресурси – в Київській, Львівській, Тернопільській, Полтавській, Чернігівській областях, Республіці Крим.

Специфічною складовою частиною туристичних ресурсів є однорідні (гомогенні) ресурси – соціальні й природні об'єкти, явища, події, походження яких тісно пов'язане як з територією України (де вони розташовані або відбувалися), так і з територією тієї зарубіжної країни, в межах якої даний об'єкт, явище, подія первісно виникли. В Україні виявлена значна кількість таких об'єктів, деякі з них мають світове та європейське значення та унікальний історико-інформаційний, духовно-естетичний, інтернаціональний потенціал. Це місця, пов'язані з життям, діяльністю або перебуванням в Україні французів О.Де Бальзака (м. Бердичів, Корець), Д. Рішельє, Ж. Лябурб (м. Одеса), угорця Ф. Ліста (м. Київ), німців Х.Х. Стівена (м. Ялта), П. Целана (м. Чернівці), іспанця Хосе (Йосипа) де Рібаса (м. Одеса), англійців Д. Говарда (м. Херсон), У. Черчилля (м. Ялта), італійця В.В. Растреллі (м. Київ), чехів Я. Гашека (м. Київ, Рівне, Дубно, Корець), Й. Главки (м. Чернівці), О. Яроша, Я. Налепки (м. Овруч), поляків А. Міцкевича (м. Львів), Л. Варинського (м. Канів), Я. Домбровського (м. Житомир), Я. Корчака, В. Василевської (м. Київ), американців Д. Хьюза (м. Донецьк, кол. Юзівка), Т. Драйзера (м. Київ), Д. Стейнбека (м. Київ), Д. Ріда (м. Рівне, Корець), Т. Рузвельта (м. Ялта), турка Назима Хікмета (м. Київ), шведа Майка (Михайла) Йогансена (м. Полтава, Харків), норвежців Фритьофа Нанесена (м. Харків), Тура Хейердала (м. Київ), та інші. Військовий меморіал, присвячений британцям, що загинули під час Кримської війни 1853–1856 рр. (м. Севастополь), поховання шведів на Полі Полтавської битви (м. Полтава), австрійців (що загинули в Сталінградській битві

в 1943р.), місця розстрілу польських громадян (Биківня під Києвом, м.Луганськ) та інші.

І на решті, третя група туристичних ресурсів, яка представлена сучасними здобутками світового рівня в промисловості, сільському господарстві, будівництві, медицині, спорті, науці та культурі.

Багатовекторність економічної політики України, Європейський вибір, співпраця зі Світовим банком і Міжнародним валютним фондом сприяють розвитку конгресового туризму, проведенню в Україні економічних форумів, наукових конференцій та симпозіумів тощо.

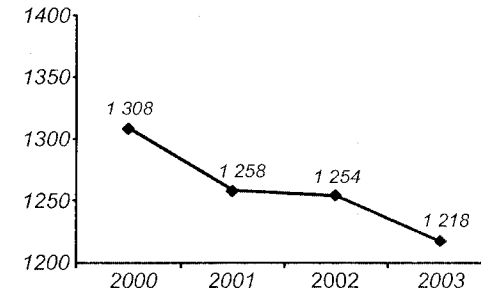
Поступово туристичні можливості використовуються політиками, бізнесменами, вченими, спортсменами, артистами та і просто рядовими громадянами з усіх країн світу, які приїждять в Україну з метою вивчення та обміну передовими досвідами в авіабудуванні, металургії, медицині, участі в спортивних змаганнях, для проведення концертних заходів та ін. В Україні вже стало регулярним проведення міжнародних і національних туристичних виставок, салонів, бірж, ярмарків, фестивалів, конкурсів, які з кожним роком залучають все більше і більше іноземних гостей. Як приклад, наведемо, зокрема проведення у 2005 році в Києві пісенного конкурсу „Євробачення”, який відвідали тисячі іноземних і вітчизняних туристів.

Отже, маючи такий потужний ресурсний потенціал, туризм України повинен сприяти зміцненню економіки країни, наповненню державного бюджету, зростанню добробуту українських громадян, збереженню історико-культурної спадщини країни та піднесенню духовного потенціалу суспільства.

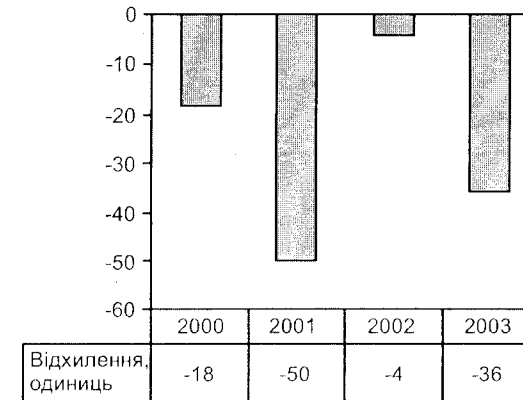
Найголовнішим в ефективному використанні туристичних ресурсів є наявність туристичної інфраструктури. Це готелі, мотелі, будинки відпочинку, пансіонати, санаторії, заклади харчування, транспортні засоби, заклади для розваг, атракції та ін. Коротко характеризуючи матеріальну базу туризму, зазначимо, що на початок 2004 року в Україні налічувалось 1218 підприємств готельного господарства загальною кількістю 104,6 тис. місць.

Таблиця 2.2.1
Показники експлуатації підприємств
готельного господарства України
(за даними Держкомстандарту України)

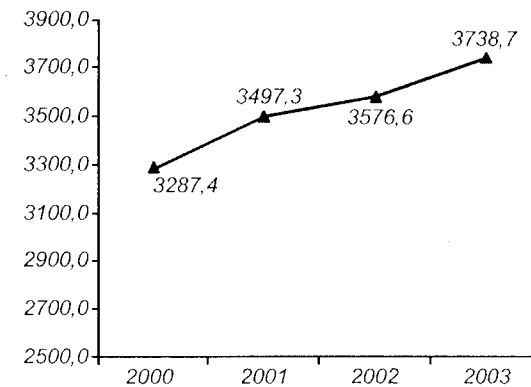
	2000 р.	2001 р.	2002 р.	2003 р.
Кількість підприємств готельного господарства, одиниць	1 308	1 258	1 254	1 218
Відхилення, одиниць	-18	-50	-4	-36
темپ приросту, %	-1,4%	-3,8%	-0,3%	-2,9%
Кількість осіб, обслугованих підприємствами готельного господарства, тис. осіб	3 287,4	3 497,3	3 576,6	3 738,7
Відхилення, тис. осіб	193,9	209,91	79,34	162,01
темп приросту, %	6,3%	6,4%	2,3%	4,5%
Кількість обслугованих іноземців, тис. осіб	358,4	401,3	474,3	549,1
Відхилення, тис. осіб	37,3	42,8	73,0	74,8
темп приросту, %	11,6%	11,9%	18,2%	15,8%
частка іноземців, %	10,9%	11,5%	13,3%	14,7%
Коефіцієнт завантаженості підприємств готельного господарства	0,24	0,25	0,26	0,30
Відхилення, %	0,03	0,01	0,01	0,04
темп приросту, %	14,3%	4,2%	4,0%	15,4%
Загальна місткість підприємств готельного господарства, тис. місць	102,9	100,7	103,8	104,6
Відхилення тис. місць	-1,3	-2,2	3,1	0,7
темп приросту, %	-1,3%	-2,1%	3,1%	0,7%



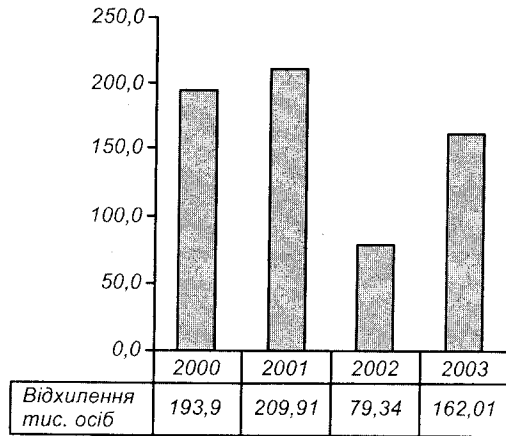
Кількість підприємств готельного господарства, одиниць



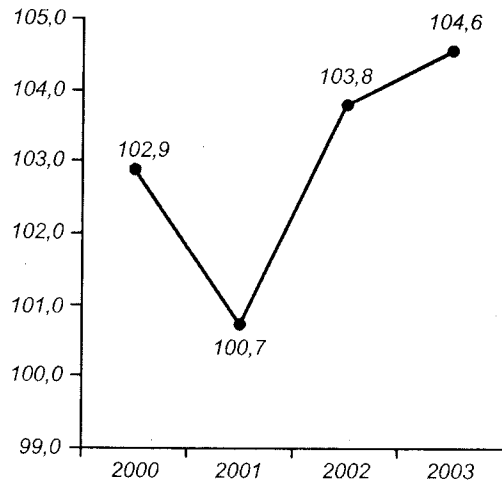
Динаміка скорочення кількості підприємств готельного господарства, одиниць



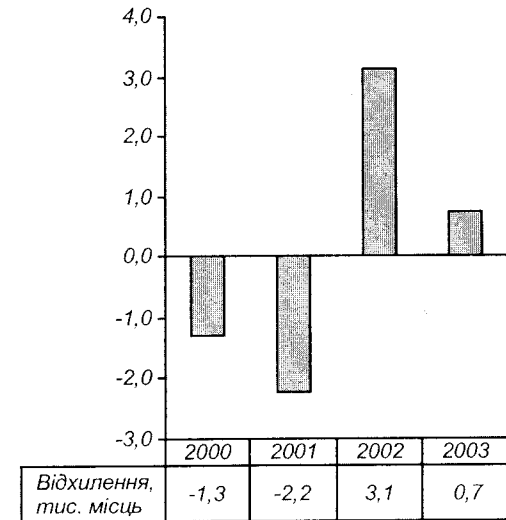
Кількість осіб, обслугованих підприємствами готельного господарства України, тис. осіб



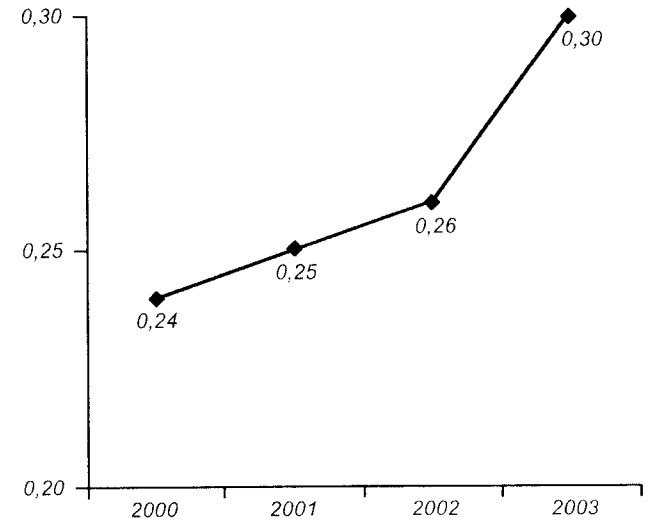
Динаміка приросту кількості осіб, обслугованих підприємств готельного господарства, тис. осіб



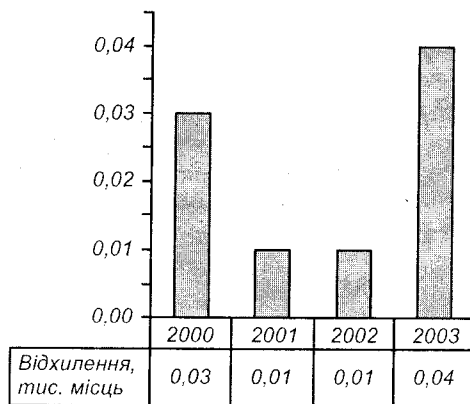
Загальна місткість підприємств готельного господарства України, тис. місць



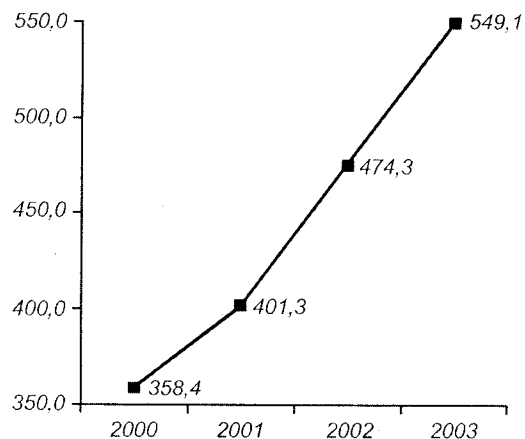
Динаміка приросту/скорочення місткості підприємств готельного господарства України, тис. місць



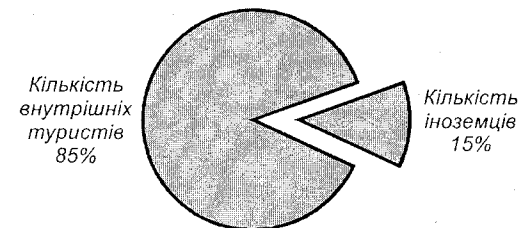
Динаміка коефіцієнта завантаженості підприємств готельного господарства України, %



Відхилення коефіцієнта завантаженості підприємств готельного господарства України, тис. місць

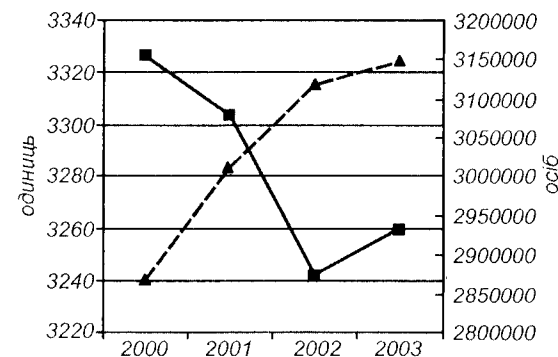


Кількість іноземців, які обслуговувались підприємствами готельного господарства України, тис. осіб



Співвідношення обслуговуваних готелями України в'їзних (іноземних) і внутрішніх туристів, 2003 р.

Туристична інфраструктура України характеризується також наявністю 3260 санаторно-курортних та оздоровчих закладів різної відомчої підпорядкованості та форм власності.



Кількість санаторно-курортних закладів та оздоровлених осіб



Типи санаторно-курортних (оздоровчих) закладів, 2003 р.

Обсяг послуг, наданих санаторно-курортними та оздоровчими закладами в 2005 році, становив 3 млрд. грн., із них до бюджету відраховано 448,5 млн. гривень.

Більшість готелів, мотелів, кемпінгів, санаторіїв, баз відпочинку та туристичних баз будувались за проектами, що сьогодні не відповідають міжнародним стандартам. Мережа їх активно формувалась у період масового туризму, з інтенсивною експлуатацією та несвоєчасним капітальним і поточним ремонтом, що призвело до значного зносу цих будівель та оснащення. Чисельність готелів в Україні за останніх 6 років скоротилась на 138 одиниць, або на 9,9%, в той же час місткість їх зростає. Це, на перший погляд, протиріччя пояснюється тим, що в цілому по Україні зменшилась кількість малих низькокомфортбельних готелів та збільшилось будівництво сучасних готельних комплексів з більшою кількістю номерів.

Багатопрофільність засобів розміщення потребує їх класифікації та стандартизації. Типологічна уніфікація засобів розміщення дозволить створити стандарт, центральною частиною якого має стати класифікація засобів розміщення, розроблена ВТО.

Але тільки наявності інфраструктури, призначеної для туризму, недостатньо. Її необхідно розглядати в широкому значенні, основні елементи інфраструктури повинні не тільки виконувати рекреаційну функцію, а й служити провідним фактором піднесення всього соціально-економічного життя країни.

Це має бути інфраструктура загального користування, яка б відповідала світовим стандартам і була зорієнтована на всіх мешканців України та її гостей.

З точки зору організації інфраструктурного забезпечення рекреаційного процесу, одне з ключових місць належить транспортній системі. Питання охоплює проблему транзитних перевезень, організацію залізничного сполучення, розвиток автомагістралей, повітряного, морського, річкового транспорту.

Україна має розвинуту мережу автомобільних доріг і залізниць, аеропортів, річкових і морських портів. Авіаційний, автомобільний, залізничний річковий і морський транспорт здатний забезпечити перевезення туристів з резервом транспортних потужностей на деяких видах транспорту.

Транспортні шляхи України мають відповідати міжнародним вимогам та надавати можливість здійснювати перевезення швидко, безпечно, надійно, комфортно. Саме вони є першою ланкою туристичного потоку іноземних громадян в Україну. Взаємодія двох галузей – транспорту й туризму – допоможе кожній з них у короткі терміни вирішити більшість питань, зокрема розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі транспортних коридорів із залученням приватного капіталу (національного й закордонного).

В Україні прийнята Програма функціонування національної мережі міжнародних транспортних коридорів. Її реалізація дозволить розв'язати проблему облаштування доріг, створити сприятливі умови для розвитку сфери туризму.

Не менш важливою складовою інфраструктури є існуюча мережа прикордонних переходів із країнами-сусідами, її розширення та сервісне облаштування.

Розвиток туризму не можливий без системи зв'язку й комунікацій, функціонування різноманітних служб сервісу, розвитку громадського харчування і побутового обслуговування, організації культурно-розважального обслуговування.

Актуальною для України залишається проблема водопостачання й каналізації населених пунктів, в першу чергу рекреаційних центрів.

Проблема інфраструктурного облаштування території України вимагає інвестування в її розбудову великих коштів, у тому числі з боку центральної та місцевих влад, її розв'язання можливе лише в контексті практичних дій по економічному піднесенню країни.

2.3. Характеристика туристичних ресурсів окремих територій (на прикладі Карпатського регіону та Буковини)

Більшість регіонів України мають як природні рекреаційні ресурси, так і культурно-історичні, які при наявності відповідної інфраструктури можуть успішно використовуватися для розвитку туризму.

Так, Карпатський регіон (Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Чернівецька області) займає площу 56,6 тис. кв. км, де

проживає 6,5 млн. чол. Це давно освоєний район, розташований у західній частині України.

Одним зі стратегічних напрямків розвитку регіону є пріоритетне освоєння його туристичного потенціалу. Для підтвердження обґрунтованості такого вибору можна навести такі основні аргументи:

1. Наявність природно-ресурсної бази.

У регіоні є понад 800 джерел і свердловин лікувальних мінеральних вод усіх відомих типів, багато з них унікальні. Їх запаси достатні для щорічного оздоровлення більш як 7 млн. осіб. Теперішній рівень їх використання не перевищує 15%. Розвідано також значні запаси лікувальних грязей та озокериту. Ці ресурси в поєднанні зі сприятливими кліматичними умовами, є природною базою розвитку санаторно-курортної справи.

Карпати мають потужний потенціал для розвитку різних видів туризму. Мальовничі ландшафти, рельєф створюють сприятливий фон для короткотривалого відпочинку. Карпати не мають альтернативи на Україні щодо розвитку гірськолижного спорту на рівні світових стандартів.

2. Високий історико-культурний потенціал регіону.

Карпатський регіон належить до найбагатших на Україні територій на пам'ятки історії та культури, найстаріші з яких розташовані в районі Дністра та в Закарпатті. На території чотирьох областей взято під охорону понад 6 тисяч пам'яток архітектури IX – XX ст., серед яких особливе місце займають споруди Львова, Жовкви, Підгірців, Галича, Ужгорода, Мукачева, Хотина, Чернівців та інші.

3. Вигідне географічне положення.

Регіон розташований у центрі Європи, через нього проходять різноманітні зв'язки, а непогана транспортна доступність є сприятливим фактором залучення контингенту відпочиваючих з багатьох країн світу.

4. Фактор територіальної забезпеченості суспільних потреб у рекреаційних послугах.

В Україні фактично є три регіони, умови яких дозволяють задовольнити потреби в рекреаційних послугах. Це Кримський, Причорноморський і Карпатський. На фоні переважання

перших двох і зростаючому попиті, Карпати виступають фактично єдиною територією, яка може задовольнити попит населення на оздоровлення й відпочинок.

5. Екологічний феномен території.

Природа Карпат у порівнянні з іншими регіонами зазнала менших втрат і в багатьох місцях зберегла свій первісний стан. Зважаючи на винятково важливе клімато- і водорегулююче значення Карпат як для України, так і для сусідніх європейських держав, гостро стоїть питання збереження унікальної природи цього краю. З іншого боку, звичайно, при забезпеченні екологічної безпеки Карпат, необхідно створювати туристичну інфраструктуру, будувати дороги, мости, гірськолижні витяги та ін., що залучить у регіон велику кількість гостей на відпочинок і лікування. Порівняно високий рівень екологічної безпеки і наявність великих запасів мінеральних вод для лікування радіаційних захворювань зумовлюють потребу створення в Карпатах широкої мережі спеціалізованих оздоровниць для населення, яке постраждало від радіоактивного забруднення.

Можна навести й інші переконливі аргументи на користь рекреаційної орієнтації перспективного розвитку Карпатського регіону.

Природно-ресурсний та історико-культурний потенціал регіону в поєднанні з вигідним географічним положенням у центрі Європи є достатньо вагомою передумовою розвитку системи санаторно-курортного лікування, туризму й відпочинку, орієнтованої як на внутрішнього споживача, так і на обслуговування іноземних туристів.

У Карпатському регіоні розвідано й розроблено 13 родовищ лікувальних вод із сумарним добовим дебітом 4,6 млн. літрів.

Найвищим потенціалом володіють родовища унікальних і високоефективних за лікувальними властивостями мінеральних вод і розсолів Трускавця, Східниці, Моршина, Закарпатські родовища.

Вуглекислі води – найбільш розповсюджена група мінеральних вод регіону. За ступенем мінералізації вони поділяються на слабо-середньо- і високомінералізовані та розсоли, а за складом солей –

на гідрокарбонатні, натрієві, хлоридно-гідрокарбонатні, хлоридно-натрієві або кальцієво-натрієві.

Сульфідні води належать до дуже цінних мінеральних вод регіону. Їх родовища розповсюджені в основному в Прикарпатті, у смузі родовищ сірки, і відомі в Львівській, Івано-Франківській і Чернівецькій областях. Вони складають гідромінеральну базу курортів Великого Любеля, Немирова, Шкла, Роздолу, Черче, Брусниці та ін.

У районі м.Сколе, смт. Славське (Львівська область), містечка Верховина (Івано-Франківська область) та в інших місцях відкриті родовища мінеральних вод, значні запаси яких можна використати як гідромінеральну базу великих бальнеологічних курортів. У районі Трускавця детально вивчені дві ділянки скупчення азотних розсолів виявлених на глибині до 200 м.

Широко розповсюджені в регіоні і мінеральні води з великим вмістом органічних речовин. Зразком цього типу вод є трускавецька „Нафтуся”, у всьому світі відома унікальна вода, яка традиційно пов’язується з Трускавецьким і Східницьким курортами. Близькі до неї мінеральні води Борислава.

У регіоні широко розповсюджені мінеральні лікувальні води без специфічних компонентів. Води цього класу відомі в Іршавському, Мукачівському, Тячівському і Хустському районах Закарпаття, в Моршині, Трускавці, Самбірському, Сколівському і Старосамбірському районах Львівської області, Вишницькому, Путильському, Сторожинецькому районах Чернівецької області, в гірських і передгірських районах Івано-Франківської області.

Карпатський регіон має можливість використовувати для лікування залізисті, бромисті та йодисті, миш’яковисті, родонові та інші мінеральні води, запаси яких практично не використовуються.

До рекреаційних ресурсів регіону відносять також озокерит і лікувальні грязі. Бориславське родовище озокериту – найбільше в Україні. Більша ефективність озокериту в порівнянні з лікувальними грязями пояснюється тим, що при термічній обробці озокерит не втрачає лікувальних властивостей і його можна застосовувати для повторного лікування. Щорічно в Бориславському родовищі (Львівська область) добувається близько 700 т медичного озокериту. Запаси родовища, при

існуючих об’ємах видобутку, забезпечать потреби лікування протягом 100 років.

Ресурсами грязелікування в регіоні є торф’яні грязі Немирівського, Великолюбінського, Моршинського родовищ, а також родовище Шкло у Львівській та Черче в Івано-Франківській області.

Природний потенціал рекреації органічно доповнюється багатим арсеналом пам’яток історії, культури, архітектури.

Світову славу здобула дерев’яна архітектура Карпат XIV–XIX ст. У регіоні знаходиться ряд археологічних пам’яток міжнародного значення – трипільські поселення на Дністрі, старослов’янські городища в Стільському, Пліснеську, Звенигороді, Василеві, Непоротові, Рухотині; залишки стародавнього Галича в Крилосі, руїни скельних фортець у Спасі, Уричі, Розгірче, Бубнищі.

Із Карпатським регіоном пов’язано життя й діяльність Данила Галицького, Ярослава Осмомисла, Івана Вишенського, Маркіяна Шашкевича, Івана Франка, Соломії Крушельницької, Ольги Кобилянської та інших відомих людей. Тут народилися, жили і працювали представники багатьох європейських культур.

У регіоні збереглася багата духовна культура – своєрідні звичаї й обряди, народні промисли, фольклор буковинців, бойків, лемків, гуцулів.

Отже оцінка туристичного потенціалу території показує, що його якісні та кількісні параметри в поєднанні з географічними й економічними факторами є важливими об’єктивними передумовами розвитку туристичного комплексу Карпатського регіону.

Туристичний потенціал будь-якої території характеризується наявністю туристичних ресурсів, їх кількістю та різноманітністю. За видами ці ресурси можна поділити на кліматичні, ландшафтні, водні, фауністичні, мінералогічні та культурно-історичні, а функціонально вони забезпечують лікування, відпочинок, пізнання природи й культурно-історичних явищ у конкретному регіоні.

До складу Карпатського регіону входить **Чернівецька область**, яка володіє багатьма структурними компонентами рекреаційних ресурсів, являючи собою рекреаційний регіон багатопрофільного літнього й зимового, спортивно-оздоровчого відпочинку і бальнеологічного лікування. Область має сприятливі кліматичні умови, а

також високий природно-рекреаційний і курортний потенціал, який багато в чому визначає соціально-економічний профіль краю та привабливість його як для українських туристів, так і для іноземців.

Спробуємо більш детально розглянути кожний із видів ресурсів відповідно до поданого вище розподілу.

1. Кліматичні ресурси.

Кліматичні умови сприяють використанню рекреаційних можливостей краю протягом 9 – 10 місяців на рік. У цілому клімат помірно континентальний, м'який, вологий. Середня кількість днів із сніговим покривом від 80 (у рівнинній частині) до 120 (в горах), тому термін можливого користування лижними маршрутами досить тривалий. Аналіз температур свідчить, що з квітня по жовтень на території Буковини встановлюється так званий період комфорту, який найбільш сприятливий для відпочинку і протягом якого на курортах використовується клімотерапія.

Тривалість цього періоду суттєво впливає на розвиток територіально-рекреаційних формувань.

2. Ландшафтні ресурси

Ландшафтні ресурси Чернівецької області зумовленні з особливостями гірського рельєфу і займають 600 тис. га. Площа, придатна для організації відпочинку й лікування, досягає 299 тис. га, проте на даний момент використовується менше ніж 1/5 її частина. За особливостями рельєфу область поділяється на три частини: рівнинну, передгірську та гірську. Північна рівнинна частина займає Прут-Дністровське міжріччя і лежить у межах Подільської та Хотинської височин. Поверхня прорізана мальовничими каньйоноподібними долинами річок, ярами та балками. В середній смузі, на півдні від Пруту, виділяється Чернівецька височина (537 м, Цецино).

Гірська частина – Покутсько-Буковинські Карпати, які займають близько 25% території.

Геологічні утворення Північної Буковини мають велике пізнавальне та естетичне значення. Серед них виділяються: урочище „Протяте Каміння”, печера Довбуша, скелі „Кам'яна Багачка” та „Чорний Діл”, дністровські стінки біля сіл Василів та Звенячин. Гірські масиви Буковинських Карпат створюють сприятливі можливості для розвитку альпінізму, гірсько-пішохідного і

спортивного кваліфікаційного туризму. Виняткові гіпсові печери „Буковинка-1” та „Буковинка-2” можуть використовуватись для спелеотуризму. Поблизу села Подвірне Новоселицького району знаходиться карстова печера „Попелюшка”, яка є третьою за величиною в Європі і добре відома фахівцям та спелеоспортсменам.

3. Водні ресурси

Серед природних рекреаційних угідь нашого краю помітне місце посідають водні ресурси. В області 76 річок довжиною понад 10 км. Вони належать до басейнів Дунаю та Дністра, що тече вздовж північної межі області на відрізку в 272 км. Разом із Прутом, Сіретом і Черемошем, Дністер є основою річкової системи краю. Глибокі долини, звивистість русел, швидка течія, нестійкий водний режим, наявність бистрин і перепадів надають особливу своєрідність річкам Буковини. Хоча в основному вони малосприятливі для масового відпочинку, існують широкі невикористані можливості для організації індивідуальних туристичних маршрутів і нетрадиційного екстремального туризму.

4. Фауністичні ресурси

Цей тип ресурсів представлений надзвичайно цікавим у рекреаційному відношенні тваринним світом, що налічує 303 види, які включають у себе 50 видів риб, 17 видів земноводних і 12 видів плазунів.

Мисливське угіддя „Буковинське” є одним з найбагатших на Україні. Середня щільність мисливських видів тварин тут в 3–5 разів перевищує відповідні показники сусідніх територій. Однією з перспективних форм рекреаційного використання цієї місцевості є організація спортивно-мисливського полювання, зокрема шляхом проведення турів для вітчизняних та іноземних мисливців-спортсменів. Враховуючи обмеженість сервісних можливостей парку, слід орієнтуватись на такі національні типи полювання, які ще не набули значного поширення в Західній Європі і які рекомендують вітчизняні дослідники, – полювання з гончими на зайця, полювання з борзими на зайця і лисицю, комбінування двох перших видів полювання, полювання на копитних. В обмеженій кількості (3–4 полювання на сезон) можуть проводитись облавні полювання на копитних і хижих звірів.

Організація мисливського туризму для іноземців повинна враховувати історичні особливості національного полювання, що, як свідчить зарубіжний досвід, приносить більше моральне задоволення і створює ефективну рекламу.

5. Мінералогічні ресурси

Мінералогічні ресурси Чернівецької області включають родовища мінеральних вод і грязей. Із геологічною будовою (особливо в Північній Буковині) пов'язані практично невичерпні запаси лікувальних мінеральних вод найрізноманітнішого хімічного складу, що використовуються для лікування багатьох захворювань.

На сьогодні відомо понад 60 родовищ мінеральних вод, але вони недостатньо досліджені і слабо використовуються.

Здійснюється промисловий розлив столових і лікувально-столових вод – „Буковинська”, „Брусницька”, „Кельменецька”, „Валя-Кузьминська”, „Новоселицька”, „Зеленчанська” та ін. Особливо цінною вважається вода Брусницького родовища, яка містить сірчано-водневі та содові гідрокарбонатно-хлоридно-натрієві компоненти, які визначають її лікувальні властивості та профіль курорту. Затверджені запаси цього родовища дозволяють організувати курортний комплекс до 10 тис. місць.

Перспективними для рекреаційного використання є запаси лікувальних грязей, які характеризуються високими лікувальними властивостями: поблизу сіл Черешенька (Вижницький р-н), Костинці (Сторожинецький р-н), Брусниця (Кіцманський р-н), Щербинці (Новоселицький р-н) та Селятин (Путильський р-н).

На нашу думку, в області необхідно провести більш детальне гідрогеологічне обстеження найбільш перспективних родовищ мінеральних вод із наступним затвердженням їх запасів.

Одним із найважливіших природних рекреаційних ресурсів Буковини є багата і різноманітна рослинність, яку представляють ліси (38,9 тис. га), де переважають цінні деревостої з дубу, буку, липи. У передгір'ї розповсюджені широколистяні та змішані породи.

Отже, Чернівецька область має достатньо високий природно-рекреаційний потенціал, необхідний для створення високо-ефективних рекреаційно-туристичних зон. У цілому забезпеченість

природними рекреаційними ресурсами 1 кв.км території та 1 жителя відповідно в 1,4 та 1,8 разу вищі, ніж по Україні, що ще раз підтверджує можливості розвитку сфери лікування та відпочинку. В таблиці 2.3.1 подані показники забезпеченості краю деякими видами цих ресурсів.

Таблиця 2.3.1

Природно-рекреаційні ресурси Чернівецької області

№	Види ресурсів	Одиниці виміру	Кількість	Ємність, тис.люд.-доз
1.	Мінеральні води	джерел	64	220,2
2.	Лікувальні грязі	родовищ	7	1700,0
3.	Річкові пляжі	км	127	7012,5
4.	Рекреаційні ліси	тис.га	28	2164,4

Туристичний потенціал Буковини формується також за рахунок інших складових – історичних та архітектурних пам'ятників, релігійних споруд, пам'яток культури й мистецтва, наявності традиційних народних промислів і ремесел тощо. Чернівецька область – одна з небагатьох областей України, яка володіє архітектурно-містобудівною спадщиною, вельми різноманітною як в етнічному, так і в хронологічному, стилістичному й типологічному відношеннях. До найцінніших належать середньовічні фортеці, муровані та дерев'яні храми унікального „хатнього” типу, окремі будівлі та їх комплекси. В області взято на державний облік 631 пам'ятку архітектури й містобудування, з яких близько 200 – загальнодержавного значення. Відомо понад 300 нововиявлених пам'яток. Пам'ятники археології включають слов'янські городища IX–X століть і древньоруські поселення XII–XIII століть. Споруди культового паломництва представлені чи не найдовірше-нішими зразками [66, с.103].

До списку історичних міст і селищ увійшли: Вижниця, Кіцмань, Лужани, Путила, Сторожинець, Усть-Путила, Хотин, Чернівці. Найбільший інтерес для екскурсантів являє саме обласний центр, де сконцентровані найцікавіші об'єкти екскурсійного огляду. Головну увагу привертає Старе місто, тобто центральна частина; тут виділяється архітектурний ансамбль Чернівецького національного університету, муздрамтеатр, Палац текстильників, приміщення міської ради та облдержадміністрації, собор Святого Духа та

костюл „Серце Ісуса”, церква св. Параскеви, римо-католицький храм, будівлі залізничного вокзалу та поштамту і багато інших, не менш цікавих прикладів таланту буковинських, австрійських, румунських майстрів. Окрім того, в місті функціонує чимало музеїв та меморіальних місць, пов’язаних із життям і творчістю видатних людей Буковини та Західної Європи.

У регіоні до цього часу існують художні промисли по виробництву килимів, вишиванню та виготовленню виробів із дерева. Ці промисли розвинені в центральній, південно-західній і західній частині Чернівецької області.

Окрім природних, культурно-історичних та релігійно-мистецьких умов, туристично-рекреаційний потенціал краю визначають такі особливості:

1. Зручне та вигідне географічно-транспортне положення, оскільки для України Буковина є воротами до країн Південно-Східної Європи – через регіон проходять важливі автомобільні та залізничні шляхи як державного, так і міжнародного значення. Туристи, які рухаються транзитом, досить часто зупиняються в Чернівцях для отримання різноманітних послуг – харчування, короткочасного проживання, оглядових екскурсій і т.п.
2. Національно-етнографічна особливість регіону, яка проявляється у своєрідній етнографічній культурі. Крім української, тут збереглися чудові зразки російської, румунської, польської, молдовської, вірменської, австрійської культур, відбулося злиття національних культурних традицій.

Це забезпечує певні переваги при встановленні економічних та культурних відносин із відповідними країнами.

3. Відносно сприятлива екологічна ситуація, оскільки Чернівецька область характеризується незначною забрудненістю внаслідок Чорнобильської катастрофи та діяльності промислових підприємств. За результатами досліджень, проведених Інститутом Реформ, у нашому регіоні найменше викидів шкідливих речовин у повітря.
4. Буковина має порівняно низький рівень індустріалізації території, що може сприяти розширенню потенційних можливостей розвитку сфери туризму.

5. Невелика площа території, що дає змогу влаштовувати туристичні поїздки в межах 1–2 діб з урахуванням виїзду в сусідні області, які, до речі, багаті на місця культового паломництва та пам’ятки природи.

Окрім вищеперерахованих переваг, варто відзначити і той факт, що протягом останніх трьох років у Чернівцях та області спостерігається значне поліпшення криміногенної ситуації – за цим показником Буковина займає лідируючу позицію, як найменш криміналізований регіон України. До того ж значно підвищився рівень розвитку ринкової інфраструктури краю, за рахунок чого зростає його інвестиційна привабливість.

Отже, аналізуючи кількісні та якісні показники рекреаційно-туристичного потенціалу, можна констатувати той факт, що Чернівецька область має великі можливості для розвитку та функціонування всіх видів туризму та санаторно-курортного оздоровлення.

2.4. Законодавче та правове забезпечення туристичної діяльності в Україні

Вітчизняна туристична галузь відіграє надзвичайно важливу роль у соціально-економічному житті країни. Зростає її статус та зацікавленість держави в подальшому розвитку галузі, посилюється вплив туризму практично на всі сфери життя й діяльності людини. Прийнятий Верховною Радою України 15 вересня 1995 року Закон „Про туризм” констатує: „Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки і створює сприятливі умови для туристичної діяльності.”

Що особливо важливо, це визначення повністю відповідає рекомендаціям Гаазької міжпарламентської конференції з туризму (10–14 квітня 1989 р.) – найавторитетнішого туристичного форуму сучасності, де зазначено: країни повинні визначити свої національні пріоритети та роль туризму в „ієрархії” таких пріоритетів, а також оптимальну стратегію розвитку туризму в рамках цих пріоритетів [70, с.4].

Рекомендації конференції містять також тези, що мають винятково важливе значення для розвитку туризму. Вони

стосуються ролі парламентських, урядових та інших державних інституцій в організації туристичної діяльності, а також планування розвитку туризму: „Необхідно, щоб державна влада на всіх рівнях у всіх країнах, особливо парламенти, відігравали активну роль у справі створення сприятливих умов для туризму і, зокрема, надавали фінансові та інші ресурси для реалізації всеохоплюючих програм, присвячених туризму.

Нинішній і майбутній розвиток туризму потребує активнішої підтримки з боку урядів у плані інформації та просування туризму, а також забезпечення інфраструктури; необхідно освоювати нові ринки, робити кроки щодо забезпечення співпраці в усіх сферах – державних і приватних – в інтересах максимального заохочення сектора туризму.

Туризм необхідно планувати на комплексній основі, брати до уваги всі аспекти законодавства, що стосуються інших секторів, таких як транспорт, зайнятість, охорона здоров'я, сільське господарство, зв'язок та ін.” [70, с.4].

Потрібно визнати, що реалізація цих рекомендацій повільно, але розпочинається і в Україні. Зроблено перші реальні кроки на шляху законодавчого забезпечення та комплексного планування розвитку вітчизняної туристичної галузі.

Так, правову базу діяльності туристичної галузі країни закладено Законом України „Про туризм” та Законом України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм” від 18 листопада 2003 року № 1282-IV. Вони є основоположними законодавчими актами, що визначають загальні правові, організаційні, виховні та соціально-економічні засади реалізації державної політики в галузі туризму, всебічно регламентують туристичну діяльність в Україні, створюють умови для стимулювання ділової активності суб'єктів туристичного підприємництва, забезпечують оптимальний рівень державного регулювання процесу розвитку вітчизняного туризму. Закон України „Про туризм” став правовим підґрунтям для розробки цілого комплексу галузевих нормативно-інструктивних документів, що регламентують конкретні аспекти туристичної діяльності. Закон України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм” спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу

пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туристичної діяльності на території України.

У цілому Законодавство України про туризм складається з Конституції України, Закону України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм”, інших нормативно-правових актів, виданих відповідно до них.

Майнові відносини в галузі туризму, засновані на рівності, автономії волі і майновій самостійності їх учасників, регулюються Цивільним та Господарським кодексами України з урахуванням особливостей, встановлених Законом України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм”.

Якщо міжнародним договором України, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України, передбачені інші правила, ніж ті, що встановлені Законом України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм”, застосовуються правила міжнародного договору.

Регулювання в галузі туризму здійснюється Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, центральним органом виконавчої влади в галузі туризму, Верховною Радою Автономної Республіки Крим та Радою міністрів Автономної Республіки Крим, місцевими державними адміністраціями, органами місцевого самоврядування, а також іншими органами в межах їх компетенції.

До виключних повноважень Верховної Ради України в галузі туризму належать:

- визначення основних напрямів державної політики в галузі туризму;
- визначення правових засад регулювання відносин у галузі туризму, їх удосконалення та адаптація до загальновизнаних норм міжнародного права;
- визначення в законі про Державний бюджет України обсягу фінансового забезпечення туристичної галузі.

Верховна Рада України відповідно до Конституції України може брати до свого розгляду й інші питання, що стосуються туризму.

Верховна Рада Автономної Республіки Крим, обласні і районні ради відповідно до їх повноважень:

- затверджують регіональні програми розвитку туризму, що фінансуються з бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів;
- визначають кошти бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів для фінансового забезпечення регіональних програм розвитку туризму;
- контролюють фінансування регіональних програм розвитку туризму за кошти бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів.

Реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом:

- визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму;
- визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони;
- спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму;
- визначення основ безпеки туризму;
- нормативного регулювання відносин у галузі туризму (ліцензування в галузі туризму, стандартизації і сертифікації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу, видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу);
- встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу;
- організації і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;
- визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень і підготовки кадрів у галузі туризму;
- участі в розробці та реалізації міжнародних програм із розвитку туризму.

Державне регулювання в галузі туризму здійснюється й іншими способами, визначеними законом.

Основними цілями державного регулювання в галузі туризму є:

- забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;

- безпека туризму, захист прав і законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель і споруд;

- збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій;

- створення сприятливих умов для розвитку сфери туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

Основними пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму є:

- 1) удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;
- 2) забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць;
- 3) розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму;
- 4) розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;
- 5) створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;
- 6) забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів і малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб.

Закон України „Про туризм” (1995 р.) стверджував, що центральним органом державної виконавчої влади в галузі туризму є Державний комітет України з туризму, повноваження якого визначались цим законом та положенням, що затверджується Кабінетом Мініст-

рів України. Але у зв'язку з неодноразовою реорганізацією структурних підрозділів уряду Державний комітет України по туризму було реформовано, спочатку в Державний комітет молодіжної політики, спорту і туризму, шляхом об'єднання з іншими комітетами, в 2002 році – в Державну туристичну адміністрацію України, а з лютого 2006 року у складі Міністерства культури і туризму створена Державна служба туризму і курортів, яка стала правонаступником вищевказаних формувань та реалізує державну політику в галузі туризму і несе відповідальність за подальший його розвиток.

Закон України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм” констатує, що Центральний орган виконавчої влади в галузі туризму, в даному випадку – Державна служба туризму і курортів:

- організує та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму, виконання цього Закону та інших нормативно-правових актів;
- бере участь у підготовці проектів нормативно-правових актів у галузі туризму, в межах своєї компетенції розробляє й затверджує нормативно-правові акти, узагальнює практику застосування законодавства в галузі туризму, курортно-рекреаційної сфери, вносить пропозиції щодо його вдосконалення;
- забезпечує реалізацію програм розвитку туризму в Україні;
- організує облік туристичних ресурсів України, забезпечує їх раціональне використання й охорону;
- бере участь у розробці стандартів, діяльності з метрології та сертифікації, у проведенні робіт із підтвердження відповідності в законодавчо регульованій сфері;
- організує здійснення контролю за якістю наданих туристичних послуг;
- реалізує державну інвестиційну політику в галузі туризму та курортно-рекреаційній сфері;
- бере участь у розробці програм облаштування транспортних магістралей об'єктами туристичної інфраструктури;
- бере участь у підготовці, перепідготовці та підвищенні кваліфікації кадрів, визначенні пріоритетних напрямів наукових досліджень у галузі туризму та проведенні науково-дослідних робіт у галузі;
- проводить дослідження туристичного ринку, готує і поширює інформацію про Україну та її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та всередині держави;

- у межах своєї компетенції розробляє, укладає і виконує міжнародні договори в галузі туристичної діяльності, представляє країну в міжнародних туристських організаціях і на міжнародних заходах з туризму;

- вживає заходів щодо розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;
- сприяє координації діяльності органів виконавчої влади, суб'єктів підприємницької діяльності, їх об'єднань, що здійснюють діяльність у галузі туризму;
- надає суб'єктам туристичної діяльності методичну, консультативну та іншу допомогу;
- пропонує для спільного використання юридичними особами та громадянами-підприємцями, які надають туристичні послуги, знаки для товарів і послуг;
- поширює соціальну рекламу в галузі туризму;
- для забезпечення реалізації своїх повноважень, узгодження та врахування інтересів суб'єктів туристичної діяльності утворює координаційно-дорадчий орган.

Інші центральні органи виконавчої влади в межах своїх повноважень:

- забезпечують реалізацію державної політики в галузі туризму;
- здійснюють підготовку пропозицій щодо реалізації державної політики в галузі туризму;
- беруть участь у створенні організаційно-правових та економічних механізмів реалізації державної політики в галузі туризму.

Рішення органу державної виконавчої влади в галузі туризму, що регулюють питання туризму та видані в межах його повноважень, є обов'язковими для міністерств і відомств, місцевих органів державної виконавчої влади, суб'єктів підприємництва незалежно від форм власності, туристів.

Повноваження місцевих органів державної виконавчої влади в галузі туризму визначаються положеннями про них, які затверджуються місцевими органами державної виконавчої влади за погодженням із центральним органом державної виконавчої влади в галузі туризму.

Нормативно-правова база туристичної діяльності регулюється як спеціальним, так і загальним законодавством.

Окрім Закону України „Про туризм” в новій редакції, до спеціального законодавства відносять Закон України „Про курорти” від 5 жовтня 2000 року № 2026-III, Указ Президента України від 10 серпня 1999 року № 973/99 „Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року”, Постанову Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2002 року № 583 „Про затвердження державної програми розвитку туризму на 2002 – 2010 роки” та інші.

До норм загального законодавства, крім Конституції України, якою закріплені основні права і свободи людини, їх гарантії, Цивільного та Господарського кодексів України, належать Закони України – „Про захист прав споживачів”, який є основою державного регулювання безпеки товарів і послуг із метою захисту людини, її майнового та природного середовища; „Про порядок виїзду із України і в’їзду в Україну громадян України”; „Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті”; „Про страхування”; „Про рекламу”; „Про державний кордон України”; „Про охорону навколишнього природного середовища”; „Про правовий статус іноземців”; „Про підприємства в Україні”; „Про охорону культурної спадщини” тощо.

Із великої кількості юридичних актів, які регулюють усі напрями діяльності туристичного підприємства, визначальними є Закон України „Про підприємства в Україні”, статут підприємства та узгоджений із чинним законодавством колективний договір, що регулює відносини трудового колективу з адміністрацією підприємства.

Закон „Про підприємства в Україні”, який регламентує діяльність різних видів підприємств, ухвалено сесією Верховної ради України 27 березня 1991 року. Цей закон, зі змінами, що вносились пізніше, визначає види та організаційні форми підприємств, правила їхнього створення й ліквідації, механізм здійснення ними підприємницької діяльності; створює однакові правові умови для функціонування підприємств незалежно від форм власності й системи господарювання; забезпечує самостійність підприємств, чітко фіксує їхні права та відповідальність у здійсненні господарської діяльності, регулює відносини з іншими суб’єктами господарювання й державою.

Будь-яке підприємство діє на підставі власного статуту, тобто певного зібрання обов’язкових правил, що регулюють його

індивідуальну діяльність і взаємовідносини з іншими суб’єктами господарювання. Статут має відповідати основним положенням закону України про підприємства; його затверджує власник (власники) чи засновник (засновники) підприємства. У статуті підприємства визначаються: його точне найменування та місце знаходження; власник (власники) або засновник (засновники); основна місія і цілі діяльності; органи управління та порядок їхнього формування; компетенція (повноваження) трудового колективу та його виборних органів; джерела та порядок утворення майна; умови реорганізації і припинення існування.

У туристичному підприємстві, як і в будь-якому іншому, важливу соціальну роль відіграє колективний договір – угода між трудовим колективом та адміністрацією, що укладається щорічно та не може суперечити чинному законодавству України. Колективним договором регулюються виробничі, трудові та економічні відносини трудового колективу з адміністрацією (власником) будь-якого підприємства, яке використовує найману працю.

Важливо відмітити, що на діяльність туристичного підприємства поширюється дія всіх законодавчих актів, регламентуючих підприємництво в Україні взагалі.

Контрольні запитання та завдання

1. *Яка структура в’їзного туристичного потоку?*
2. *Як характеризується виїзний туристичний потік?*
3. *На які основні групи поділяються туристичні ресурси України?*
4. *Охарактеризуйте природні рекреаційні ресурси України.*
5. *Яке значення культурно-історичної спадщини України для розвитку туризму?*
6. *Назвіть складові туристичної інфраструктури.*
7. *Туристичні ресурси Карпатського регіону.*
8. *Які можливості для розвитку туризму на Буковині?*
9. *Які основні законодавчі акти регулюють туристичну діяльність в Україні?*
10. *Повноваження Верховної Ради України в галузі туризму.*
11. *Вкажіть основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму.*

Розділ 3.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ ТА ВИДИ ТУРИЗМУ

3.1. Організаційні форми туризму

Організаційними формами туризму є міжнародний і внутрішній туризм.

До міжнародного туризму належать: в'їзний туризм (іноземний) – подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території, та виїзний туризм (зарубіжний) – подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни.

Організація прийому та обслуговування іноземних туристів в Україні

Порядок в'їзду іноземних туристів в Україну, їх виїзду з України транзитного проїзду через її територію здійснюється відповідно до Закону України „Про правовий статус іноземців” і Постанови Кабінету Міністрів України від 29.12.95 №1074 „Про Правила в'їзду іноземців в Україну, їх виїзду з України і транзитного проїзду через її територію”.

Суб'єкти туристичної діяльності, які приймають іноземних туристів, забезпечують:

- облік іноземних туристів, які прибули до України за програмою туристичного обслуговування суб'єкта туристичної діяльності;
- своєчасне роз'яснення іноземним туристам прав, свобод і обов'язків, передбачених законодавством України.

Іноземні туристи в'їжджають в Україну, виїжджають з України та прямують транзитом її територією через пункти пропуску на державному кордоні України з національним паспортом у разі наявності відповідної візи, якщо інший порядок в'їзду та виїзду не встановлено законодавством України.

При втраті на території України іноземним туристом національного паспорта суб'єкт туристичної діяльності, що його приймає, надає допомогу в одержанні необхідних документів.

Суб'єкти туристичної діяльності зобов'язані вести облік усіх документів стосовно в'їзду, виїзду, пересування іноземних туристів в Україні, яким були надані туристичні послуги, а саме:

- договорів (контрактів) з іноземним партнером про співробітництво щодо обслуговування іноземних туристів в Україні;
- договорів (контрактів) із вітчизняними партнерами про співробітництво щодо обслуговування іноземних туристів в Україні;
- листів-замовлень іноземного партнера на обслуговування іноземних туристів;
- підтвердженнь суб'єктів туристичної діяльності іноземному партнеру про готовність до прийому іноземних туристів;
- звернень суб'єкта туристичної діяльності до державних та інших установ і погоджень щодо перебування туристів в Україні;
- документів, що підтверджують здійснення трансферу, бронювання місць у готелі для туристів та їх проживання;
- маршрутів і програм туристичних подорожей іноземних туристів, проведення екскурсій;
- інших документів, пов'язаних з обслуговуванням іноземних туристів в Україні.

Суб'єкт туристичної діяльності зобов'язаний вести журнал обліку іноземних туристів, яким надається туристичне обслуговування в Україні. У журналі слід зазначити:

- прізвище, ім'я іноземця;
- громадянство;
- країну, з якої прибув турист до України;
- серію, номер та дату видачі національного паспорта іноземного туриста;
- дату в'їзду в Україну;
- дату та пункт від'їзду з України;
- підприємство розміщення туриста;
- маршрут туру.

Організація туристичних поїздок за межі України.

Суб'єкти туристичної діяльності організовують для туристів індивідуальні та групові поїздки до зарубіжних держав на основі

укладених договорів (контрактів і протоколів намірів) про співробітництво щодо надання туристичних послуг, як укладаються з іноземними та вітчизняними партнерами в письмовій формі.

Суб'єкти туристичної діяльності під час організації туристичних поїздок туристів за кордон зобов'язані оформити такі туристичні документи:

- договір між суб'єктом туристичної діяльності й туристом;
- туристичний ваучер (підтвердження приймаючої сторони);
- договір страхування (страховий поліс);
- документ (корінець прибуткового ордера, квитанції, касового чека тощо), що підтверджує внесення туристом до каси суб'єкта туристичної діяльності вартості туристичних послуг, обумовлених у договорі між туристом і суб'єктом туристичної діяльності;
- проїзні документи;
- програму туру.

Укладання письмового договору (контракту) між суб'єктом туристичною діяльності і туристом є обов'язковим. Договір укладається відповідно до вимог Цивільного кодексу Української РСР та Законів України „Про туризм” та „Про захист прав споживачів”.

Суб'єкт туристичної діяльності, відповідно до вимог Закону України „Про туризм”, зобов'язаний забезпечувати обов'язкове страхування (медичне та страхування від нещасного випадку) всіх туристів, яким надає послуги з організації туру, шляхом укладання агентської угоди зі страховою організацією, яка має договір із міжнародною сервісною службою, що надає супровід і послуги за кордоном та відповідну ліцензію Укрстрахнагляду.

При здійсненні суб'єктом туристичної діяльності зобов'язань щодо виконання агентської угоди зі страховою організацією суб'єкт туристичної діяльності повинен вести облік видачі туристам страхових полісів.

Внутрішнім туризмом є подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території.

Згідно зі статтею 4 Закону України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм”, залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак існують такі

види туризму: дитячий; молодіжний; сімейний; для осіб похилого віку; для інвалідів; культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; спортивний; релігійний; екологічний (зелений); сільський; підводний; гірський; пригодницький; мисливський; автомобільний; самодіяльний тощо.

Класифікувати види туризму можна за різними ознаками, до найважливіших з яких належать: мета туризму, часові, територіальні характеристики, індивідуальні запити та фінансові можливості клієнтів.

Особливості організації внутрішнього туризму встановлюються ліцензійними умовами (Додаток 4).

3.2. Класифікація видів туризму за метою подорожі, територіальними ознаками, часовими характеристиками та фінансовими можливостями

Беручи за основу *мету туризму*, можна виділити такі його види:

Екскурсійний туризм – подорож із пізнавальною метою. Це найбільш поширена форма туризму, якою займаються сучасні вітчизняні туристичні фірми. Бажання громадян України ознайомитися з історичними, культурними, природними та іншими пам'ятками різних регіонів України та за рубежом задовольняється великою кількістю пропозицій туристичних підприємств (фірм, організацій).

Рекреаційний туризм – подорож із метою відпочинку, оздоровлення й лікування. Цей вид туризму поширений не тільки в Україні, а й у всьому світі.

Діловий туризм – це обслуговування клієнта під час виконання ним професійних обов'язків як за місцем проживання, так і в інших регіонах, що дозволяє якісніше і з меншими витратами організувати свою участь або виїзд.

До сфери ділового туризму відносять організацію різних конференцій, семінарів, симпозиумів і т.ін. Тут велике значення має наявність при готельних комплексах спеціальних залів, обладнання для зв'язку (телефони, факси, інтернет), приміщення для ведення переговорів тощо.

Етнічний туризм – поїздки з метою побачень із рідними та близькими. Ця форма туризму пов'язана з відвідуванням і виїздом у віддалені регіони або інші країни. Туристичні організації допомагають з оформленням проїзних білетів, закордонних паспортів, візових формальностей.

Спортивний туризм – поїздки з метою участі в спортивних заходах і підтримки улюблених команд. До послуг туристичних фірм вдаються керівники спортивних команд, організатори змагань, об'єднання вболівальників та окремі громадяни.

Релігійний туризм – подорож, яка має за мету виконання релігійних процедур, місій, відвідування святих місць ін. Як правило, туристичні фірми обслуговують традиційні маршрути.

Пригодницький туризм – туризм, пов'язаний із фізичними навантаженнями, а іноді і з небезпекою для життя. При організації таких турів пригоди можуть бути підготовлені спеціально і забезпечені всіма можливими засобами безпеки. Останнім часом винятком стають подорожі з незапланованими пригодами. В основному це стосується мисливського туризму, сплавів по гірських річках, подорожей в незаселені та необжиті місця та ін.

Соціальний туризм – це подорож із метою участі в громадських заходах (мітинги, демонстрації, публічні виступи, марші).

Екологічний туризм – екскурсії та подорожі з турботою про навколишнє середовище. В процесі подорожі екскурсіводи пояснюють необхідність охорони природних ресурсів, важливість захисту навколишнього середовища. В багатьох випадках екотуризм стає супутником і невід'ємною частиною інших видів туризму.

Сільський туризм – тимчасове переміщення туристів у сільську місцевість задля ознайомлення з місцевим способом життя, культурою, традиціями, звичаями. Цей вид туризму часто використовують сім'ї з дітьми, міська молодь, які намагаються вибратись на природу на вихідні дні або в короткотермінові відпустки.

До видів туризму за метою можна віднести **розважальний, навчальний, військовий, екстремальний, агротуризм** та багато інших.

Це далеко не повна класифікація видів туризму за метою подорожей. Мета туристичної поїздки може бути будь-яка і, якщо туристичне підприємство може організувати виконання поставленої мети шляхом надання відповідних послуг, то туристична подорож здійснюється.

Усі ці види туризму тісно переплітаються між собою і виділити їх у чистому вигляді не завжди можливо. Наприклад, діловий туризм може поєднуватись з екскурсійним або спортивним, етнічний – із релігійним, екскурсійний – із рекреаційним і т.д.

Завдання туристичного підприємства – надати клієнту максимум можливостей по поєднанню різних видів туризму.

За *територіальними ознаками* можна виділити різні види туризму, до найважливіших з яких відносять приміський, внутрішньорегіональний, внутрішньодержавний і міжнародний туризм.

Приміський туризм – виїзди за місто в період відпусток або на вихідні дні. Це можуть бути виїзди на природу, поїздки в приміські бази відпочинку, пансіонати, відвідування історичних, культурних місць, розташованих поблизу міста, та інші.

Щодо тривалості подорожі цей вид туризму розподіляється на маршрути вихідного дня (короткотривалі подорожі), подорожі по околицях міста від 2 до 7 днів (середньотривалі подорожі) і поїздки на термін більше 7 днів (довготривалі подорожі).

Внутрішньорегіональний туризм – поїздки та подорожі в межах будь-якого регіону. Регіоном може бути як область, так і територіальна спільність комплексу областей, об'єднаних загальними культурно-історичними, природно-кліматичними, економічними або іншими особливостями, наприклад – Карпатський регіон.

Перевагами в роботі туристичного підприємства при цьому виді туризму є досконале знання туристичних можливостей та умов регіону, широка можливість використання транспортних маршрутів, відносно низькі ціни на послуги, достатньо високий попит населення на подібні подорожі.

Внутрішньодержавний туризм – подорожі, обмежені державними кордонами країни для громадян із постійним місцем проживання в цій країні. Цей вид туризму був найбільш

розвинути в Україні і в колишньому СРСР через політичні та економічні обмеження, відносно замкнутість і неможливість виїзду за кордон. Але з розпадом Радянського Союзу, здобуттям незалежності, відкритістю країни, роль внутрішнього туризму та його вплив на загальний стан розвитку туризму в Україні зменшилися.

Останнім часом проводиться значна робота з відновлення втрачених позицій. Відновлюються зони відпочинку, відроджуються рекреаційні заклади, дедалі більш популярними стають подорожі й екскурсії по Україні, будуються готелі, мотелі, кемпінги, інтенсивно розвиваються транспортні комунікації, інфраструктура в цілому.

Приміський, внутрішньорегіональний і внутрішньодержавний туризм прийнято називати внутрішнім туризмом.

Внутрішній туризм – тимчасовий виїзд громадян конкретної країни з постійного місця проживання в рамках національних кордонів цієї країни для відпочинку, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом та з іншою туристичною метою.

Міжнародний туризм – поїздки з туристичною метою за межі країни постійного проживання. В міжнародному туризмі виділяють дві його форми – іноземний (в'їзний) і зарубіжний (виїзний), які різняться між собою напрямком туристичних потоків. Один і той самий турист може бути класифікований як в'їзжаючий і виїзжаючий одночасно в залежності від того, по відношенню до якої країни фіксується його переміщення. Розрізняють країну походження туриста, яку він залишає, і країну призначення, куди він прибуває. В першому випадку мова йде про виїзний, у другому – про в'їзний туризм.

Для туристичних підприємств, при організації міжнародної туристичної діяльності, велике значення мають існуючі міждержавні угоди й обмеження, які об'єднують різні країни.

За *часовою характеристикою* туризм можна класифікувати різними способами. Найбільш суттєвими є сезонність, прив'язка до конкретних подій, час, виділений клієнтом на подорож.

Сезонність – один із найважливіших показників у туристичному бізнесі, який означає нерівномірність руху туристів упродовж року. При цьому можна виділити два основних критерії підвищеної

активності туристів: це час виїзду туристів до місць відпочинку (прив'язка до певної мети подорожі) і сезонність туристичної активності в даному регіоні.

Прив'язка до конкретних подій супроводжує окремі види туризму і змушує працівників туристичної індустрії більш ретельно готуватися до таких подій, особливо коли вони є великомасштабними (наприклад, Олімпійські ігри, міжнародні ярмарки, концерти зірок естради та ін.).

Час, виділений туристом на подорож, може бути зумовлений як об'єктивними (тривалість відпустки або кількість вихідних днів), так і суб'єктивними (бажання „розвіятись” на пару днів) причинами. Враховуючи можливості й побажання клієнта, турагент може підібрати найбільш цікавий маршрут, обмежений виділеним часом і наявними можливостями (квитки на авіа або залізничний транспорт, місця в готелях у тих чи інших регіонах і т.ін.).

Частина туристів вибирають для своєї подорожі нетрадиційні маршрути, що має бути передбачено діяльністю туристичного підприємства. Природно, що організувати колективні (групові) виїзди по відпрацьованих маршрутах набагато простіше, але кількість туристів, які надають перевагу індивідуальним подорожам, зростає з кожним днем, і це спонукає туристичні підприємства диверсифікувати свій туристичний продукт.

В основі поділу туризму за такою ознакою, як індивідуальний запит, лежить бажання туриста вплинути на:

– *маршрут подорожі* – клієнт хоче визначити перелік бажаних місць для відвідування, а інколи і їх послідовність;

– *час подорожі* – клієнт може обумовити конкретні терміни подорожі (тривалість і дату відправлення), бажані зупинки в окремих пунктах, збільшити або зменшити тривалість транзитних стоянок;

– *формування розважальної програми* – в окремих випадках турист хоче відвідати спортивні змагання або інші масові видовища, мати повну інформацію про можливість його участі в розважальних заходах у місцях майбутніх зупинок;

– *перелік додаткових послуг* – оренда засобів пересування (автомобіль, яхта, літак, велосипед тощо), наявність туристичного

та спеціального спорядження (водні лижі, акваланги, палатки, фото-, кінокамери та інше), вимоги до режиму харчування, проживання, відпочинку.

Фінансові можливості клієнта здебільшого визначають майбутній маршрут подорожі, рівень комфортності та засіб пересування. Крім цього, фінансовий стан впливає і на вид подорожі. За цією ознакою можна виділити такі види туризму:

– *груповий по відпрацьованих маршрутах* – найбільш дешева форма за інших однакових умов. Низька ціна пояснюється знижками, які надаються туристичним групам. Знижки мають місце і при виборі традиційного для туристичних фірм маршруту (їх надають підприємства транспорту, розміщення, харчування, які обслуговують маршрут);

– *індивідуальний по відпрацьованих маршрутах* – більш дорогий вид подорожі, оскільки при його оформленні не діють знижки, які надаються групам;

– *груповий по індивідуальних маршрутах* – знижки надаються у випадку оптимального розміру групи (наприклад, визначеного по кількості місць у туристичному автобусі), а також залучення в індивідуальний маршрут традиційних місць відпочинку;

– *індивідуальний по індивідуальних маршрутах* – найбільш дорога форма обслуговування, оскільки всі перераховані вище знижки тут не діють. При організації такої подорожі необхідна розробка та додаткове відпрацювання маршруту.

3.3. Класифікація екскурсій та організація їх підготовки і проведення

До складу туристичних послуг, згідно з Міждержавними стандартами (ГОСТ 28681.1-95 і ГОСТ 28682.2-95), зараховуються екскурсії, походи і подорожі.

Екскурсія може бути надана як екскурсанту, так і туристу.

Екскурсія – туристична послуга, яка забезпечує задоволення духовних, естетичних, інформаційних та інших потреб туриста або екскурсанта.

Екскурсант – тимчасовий відвідувач, який менше 24 годин перебуває у країні або на об'єкті відвідування.

Екскурсійна діяльність – діяльність щодо організації подорожей, що не перевищують 24 годин, у супроводі фахівця-екскурсовода за заздалегідь складеними маршрутами, з метою ознайомлення з пам'ятками історії, культури, природи, музеями, з визначними місцями тощо.

Під час екскурсії учасники мають можливість пізнавати навколишній світ, природні явища й утворення, історичні ситуації, побутові елементи, надбання та здобутки місцевості тощо.

Функціональне призначення екскурсії – відпочинок і дозвілля, підвищення пізнавального та культурного рівня, спілкування.

Класифікація екскурсій.

Екскурсійна діяльність має свої характерні ознаки: зміст, тематику, склад учасників, місце проведення, впорядкований маршрут, тривалість у часі, форму проведення, спосіб пересування, наявність екскурсовода, тексту екскурсії, об'єктів показу і безпосередньої наявності самих учасників.

Класифікація екскурсій – це розподіл екскурсій на групи та види, виділення в кожній із них основних рис, які визначають характер її проведення.

Детальну класифікацію екскурсій запропонував Б.Є.Райков. В її основу він заклав шість основних ознак, у залежності від фактичного матеріалу та методичної побудови, а саме:

1. За змістом:

- а) природно-географічні;
- б) гуманітарні;
- в) виробничі.

2. За обсягом матеріалу:

- а) на одну тему;
- б) на кілька близьких за змістом тем;
- в) комплексні.

3. За завданням:

- а) дослідницького типу;
- б) ілюстративного типу.

4. За логічною побудовою чи структурою:

- а) аналітичні;
- б) синтетичні.

5. За тривалістю:

- а) одноденні;
- б) одноденні з ночівлею;
- в) багатоденні.

6. За складом учасників:

- а) шкільні;
- б) дошкільні;
- в) позашкільні [1].

Подальший розвиток екскурсійної справи та туризму в цілому зумовив значні зміни і в класифікації екскурсій. Зникли одноденні екскурсії з ночівлею та багатоденні екскурсії. Заходи такого типу сформували самостійну форму – подорожі: за місцевими маршрутами вихідного дня, багатоденні транспортні подорожі, туристичні походи.

Розвиток та збагачення змісту екскурсійної методики унеможливили поділ екскурсій на аналітичні й синтетичні. Більш складним став поділ екскурсій за складом учасників.

У процесі розвитку екскурсійної справи були неодноразові спроби більш чітко визначати екскурсії, які за класифікацією Б.С. Райкова входили в групу „за завданням”, тобто такі екскурсії, коли екскурсанти виходили на маршрут задля проведення дослідницької роботи. Їх поділяли на три основні типи: ілюстративні та комплектуючі; навчально-дослідницькі; змішані чи ілюстративно-дослідницькі.

У системі профспілкового туризму в 1980–90-ті рр. склалася класифікація, яка використовується і в теперішній час та характеризується такими основними ознаками:

- за змістом;
- за складом учасників;
- за місцем проведення;
- за способом пересування;
- за формою проведення;
- за циклічністю проведення.

Кожна із зазначених груп має свої специфічні властивості та ознаки.

За змістом. До цієї групи належать два види екскурсій – оглядові багатопланові та тематичні.

Оглядові екскурсії, як правило, багатотемні. Не випадково їх називають багатоплановими. В оглядовій багатоплановій екскурсії використовують історичний і сучасний матеріал. Побудована вона на показі різноманітних об'єктів: пам'яток історії та культури, будинків та споруд, об'єктів природи, місць визначних подій, промислових, сільськогосподарських підприємств, культурно-освітніх закладів тощо. Події тут подаються більш узагальнено, щоб відтворити „біографію” міста, області, району, його „портрет”, характер, основні особливості розвитку.

Хронологічні рамки такої екскурсії – час існування міста від першої згадки про нього дотепер. Побудовані такі екскурсії за тематико-хронологічним принципом.

Тематичні екскурсії розкривають одну тему. Якщо це історична екскурсія, то в основу її покладена одна значна подія або декілька подій, з'єднаних однією темою. У кожній конкретній екскурсійній тематиці можна виділити екскурсії, які ставлять своїм завданням розкрити тему в цілому. Їх можна визначити як оглядові тематичні, на відміну від оглядових багатопланових.

Тематичні екскурсії можна поділити на вісім основних груп: історичні, воєнно-історичні, історико-релігійнознавчі, мистецтвознавчі, літературні, архітектурні, природознавчі, виробничі.

Кожну з цих тематичних груп у свою чергу можна розділити на певні підгрупи за основними історичними періодами та змістом. За змістом в історичних екскурсіях виділяються такі основні підгрупи: історико-красознавчі, археологічні, етнографічні.

Класифікація за складом учасників вимагає внесення змін до змісту екскурсій, методики та техніки їх проведення, тривалості. Склад учасників характеризується віковими категоріями (доросла аудиторія, діти, школярі); ступенем організованості (вітчизняні та іноземні туристи, учасники круїзів, випадковий склад групи – екскурсії з екскурсійних пунктів, із вокзалу); місцем проживання екскурсантів (місцеве населення чи приїжджі); місцем роботи, соціальним статусом (сільське чи міське населення). Останнім часом поширюється замовлення екскурсій поодинокими туристами-індивідуалами. Але й у цьому випадку екскурсіводу необхідно врахувати психологію екскурсанта, його ставлення до екскурсії.

За місцем проведення екскурсій розподіляються на такі види: міські, позаміські (загородні, заміські), виробничі та музейні. Окремим видом виділяється дорожня інформація. Міські – показ міста або однієї з його частин, наприклад старого міста чи нової забудови. Вони можуть бути присвячені докладному знайомству з одним із районів, з однією з міських вулиць чи площ (майданів).

Міські екскурсії оглядові чи тематичні (їх детально було розглянуто вище). Серед них практикуються комплексні екскурсії, під час яких огляд міста поєднується з відвідуванням музею чи оглядом певної частини музейної експозиції, в якій розкривається одна з підтем екскурсії.

За засобом пересування екскурсії бувають пішохідні та з використанням різних видів транспорту. Перевага пішохідних екскурсій у тому, що, створюючи необхідний темп руху, вони забезпечують сприятливі умови для показу та розповіді. У багатьох містах світу функціонують спеціальні екскурсійні пішохідні зони (квартали), в яких заборонено рух усіх видів транспорту. Транспортні – це здебільшого автобусні екскурсії. Для проведення екскурсій також використовують тролейбуси, трамваї, річкові та морські теплоходи, гелікоптери тощо.

За формою проведення екскурсії класифікуються як звичайні (традиційні), навчальні, екскурсії-масовки, екскурсії-прогулянки, екскурсії-концерти.

За циклічністю проведення екскурсії бувають одиничні (по одній темі) та цикли, які об'єднують кілька екскурсій однієї тематики – історії, літератури, архітектури тощо. Цикли екскурсій можна створювати в містах, які мають широкі екскурсійні можливості – Києві, Львові, Одесі, Севастополі.

Окрім зазначених, існують ще спеціальні екскурсії. Тривалість екскурсії складає від 1 години до 1 доби.

Організація підготовки і проведення екскурсій.

Підготовка екскурсій проводиться в кілька етапів: вибір теми екскурсії, створення екскурсії під вибрану тему, підготовка екскурсовода для проведення екскурсії.

Вибір теми екскурсії залежить від потенційного попиту, конкретного замовлення або цілеспрямованого створення „банку”

екскурсій. Тема екскурсії повинна об'єднувати всі об'єкти відвідування в єдине ціле.

Підготовка екскурсії проводиться творчою групою, склад якої залежить від теми екскурсії. Сюди можуть бути залучені працівники музеїв, галерей, наукових закладів, спеціалізованих туристично-екскурсійних організацій і т.ін.

Робота розпочинається з підбору матеріалу по темі і його вивчення, відбору об'єктів показу, а також накопичення знань по всіх розділах теми.

При опрацюванні відповідних матеріалів доцільно скласти бібліографію літературних та інших джерел, а також використати архівні матеріали, розповіді учасників подій та очевидців, кінохроніку тощо.

Важливим етапом створення екскурсії є правильний підбір об'єктів показу.

В Україні на державному обліку знаходиться велика кількість пам'ятників архітектури, історії, культури, археології, а в музеях країни зберігаються мільйони експонатів.

Об'єктами екскурсій можуть бути:

- місця, пов'язані з історичними подіями;
- природні об'єкти і заповідники;
- будівлі і споруди;
- меморіальні пам'ятники і комплекси;
- об'єкти, пов'язані з життям і творчістю видатних особистостей;
- пам'ятники мистецтва;
- експозиції музеїв, картинних галерей, виставок, технічні експонати;
- археологічні пам'ятки.

При великій кількості таких об'єктів необхідно звернути увагу на їх правильний відбір з урахуванням пізнавальної цінності, важливості, змісту, функціонального призначення, безпечності та ін.

Екскурсія не повинна бути перевантажена великою кількістю відвідуваних об'єктів, оскільки це збільшує її тривалість і зменшує інтерес туристів. Оптимальна тривалість екскурсії по місту складає 2–3 години, при цьому з інтересом сприймається не більше 15–20 екскурсійних об'єктів.

При підготовці екскурсії доцільно скласти паспорт на кожний об'єкт, в який має бути внесено назву об'єкта, події, пов'язані з цим об'єктом, та дати, коли відбувались ці події, місцезнаходження, джерела інформації про об'єкт та дані про авторів об'єкта, безпека при його відвідуванні, фотографії та відеозйомки та інші дані.

Процес створення екскурсії також включає в себе розробку екскурсійного маршруту, тексту екскурсії, методики проведення, розробку й виготовлення демонстраційного матеріалу (фото, відео, плакати), калькуляцію витрат і розрахунок ціни на екскурсійну послугу, затвердження екскурсії у встановленому порядку, рекламу екскурсійного маршруту.

При пробному обході або об'їзді маршруту екскурсовод зобов'язаний ознайомитися з планом розташування вулиць і площ, визначити місця стоянок транспортних засобів, визначити місцезнаходження об'єкта та площадки для найкращого показу, провести хронометраж маршруту та ін.

Після пробного обходу або об'їзду затверджується контрольний текст екскурсії, на основі якого екскурсовод готує індивідуальний текст, а також різні варіанти даної екскурсії.

На основі контрольного тексту, індивідуального тексту екскурсовода, контрольного обходу або об'їзду, хронометражу маршруту складається паспорт екскурсійного маршруту і всі ці документи разом подаються на засідання методичної комісії. Методична комісія приймає матеріали та шляхом відкритого захисту на методичній раді екскурсоводом, який брав участь у розробці екскурсії, затверджує екскурсійний маршрут.

Контрольні запитання та завдання

1. Охарактеризуйте організаційні форми туризму.
2. Які основні зобов'язання суб'єктів туристичної діяльності при прийомі іноземних туристів?
3. Які документи оформляються при направленні туриста за кордон?
4. Як класифікуються види туризму згідно із Законом України „Про туризм”?
5. Види туризму за метою подорожі.
6. Наведіть класифікацію туристичних поїздок за часовими характеристиками.

7. Як розрізняють основні види туризму за територіальними ознаками?
8. Який вплив на туристичну подорож можуть мати індивідуальні вимоги туриста?
9. Подайте класифікацію видів туризму за фінансовими можливостями.
10. Дайте визначення екскурсійної діяльності, екскурсії та екскурсама.
11. Назвіть характерні ознаки екскурсійної діяльності.
12. Як поділяються екскурсії за змістом, складом учасників та місцем проведення?
13. Який порядок підготовки та проведення екскурсії?

Розділ 4.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

4.1. Основні етапи створення туристичного підприємства та організаційні схеми управління

Закон „Про підприємства в Україні” регламентує діяльність різних видів підприємств, визначає види та організаційні форми, правила діяльності, створює однакові правові умови незалежно від форми власності й системи господарювання, забезпечує самостійність підприємств, фіксує їхні права та відповідальність, регулює відносини з іншими суб'єктами господарювання й державою.

Процедура створення туристичного підприємства як юридичної особи передбачає багато етапів, при цьому необхідно зауважити, що останнім часом створення й реєстрація має тенденцію до спрощення.

Найважливішими елементами створення туристичного підприємства є:

- вибір організаційно-правової форми;
- протокол намірів учасників (засновників);
- розробка проектів установчих документів;
- проведення установчих зборів;
- підготовка установчих документів для реєстрації;
- правова реєстрація підприємства;
- постановка на облік та реєстрація в податкових, статистичних органах, пенсійному фонді, фонді соціального страхування та інших установах;
- організаційні процедури, пов'язані з відкриттям рахунків у банківських установах, виготовлення печатки, штампу, фірмових бланків.

Розглянемо основні етапи створення туристичного підприємства.

Вибір організаційно-правової форми господарського товариства проводиться учасниками (засновниками) відповідно до законодавства України.

Найбільш гнучкою формою для малого бізнесу у сфері туризму є **товариство з обмеженою відповідальністю (ТЗОВ)**. Воно може бути засноване однією або декількома особами, а статутний фонд такого товариства поділений на частини, розмір яких визначається засновницькими документами. При цьому учасники товариства не відповідають по його зобов'язаннях і несуть відповідальність, пов'язану з діяльністю товариства в межах їхніх внесків.

Іншою організаційно-правовою формою туристичного бізнесу є **товариство з повною відповідальністю**, в якому всі учасники несуть солідарну відповідальність за зобов'язання підприємства всім своїм майном.

Туристичний бізнес на основі значних початкових інвестицій доцільно реалізовувати у формі **акціонерного товариства**. Головним атрибутом такого товариства служить акція – цінний папір без встановленого терміну обігу, який свідчить про пайову участь у статутному фонді товариства, підтверджує членство в ньому і право на участь в управлінні ним. Акціонерні товариства бувають двох видів: *відкритого типу*, акції якого розповсюджуються через відкриту передилату та купівлю-продаж на фондових біржах, і *закритого типу*, акції якого можуть розповсюджуватись лише між його засновниками.

Акціонерна форма господарювання має істотні переваги: *фінансові* – створює механізм оперативної мобілізації великих за розміром інвестицій і регулярного одержання доходу у формі дивідендів на акції; *економічні* – акціонерний капітал сприяє встановленню гнучкої системи виробничо-господарських зв'язків, опосередкованих перехресним або ланцюговим володінням акціями; *соціальні* – акціонування є важливою формою перетворення найманих працівників на власників певної частки майна підприємства.

Для більш чіткого визначення цілі та завдань створюваного підприємства, погодження організаційно-правової форми, розміру статутного капіталу, розподілу доручень учасникам, вирішення інших організаційних питань – доцільно оформити *протокол намірів*. Він не входить до числа обов'язкових засновницьких документів і формально особи, які його підписали не несуть відповідальності за невиконання взятих зобов'язань. Однак, цей

протокол є основою установчого договору і єдиним документом, який пов'язує засновників до моменту реєстрації.

Важливий етап створення туристичного підприємства – *розробка проектів установчих документів* у відповідності до вибраної організаційно-правової форми. Так, для товариства з обмеженою відповідальністю засновницькими документами є :

- установчий договір, підписаний його засновниками (учасниками);
- статут, прийнятий загальними зборами засновників.

Якщо засновником товариства є одна особа – установчий договір не укладається.

В установчому договорі перераховуються всі засновники, їх реквізити, розмір статутного капіталу, його розподіл по частках, перелік майна, яке вноситься засновниками в статутний фонд, його оцінка та ін.

У статуті товариства з обмеженою відповідальністю необхідно записати такі дані:

- повна назва товариства, юридична адреса;
- засновники (учасники) товариства;
- на який термін створене товариство;
- мета і предмет діяльності товариства;
- правовий статус товариства;
- майно, статутний капітал, розподіл часток;
- перелік майна, яке вноситься засновниками в статутний фонд та його оцінка;
- порядок розподілу прибутку і покриття збитків, створення фондів;
- права й обов'язки засновників;
- органи управління товариством;
- порядок зміни складу засновників;
- трудові відносини з працівниками товариства;
- облік і звітність;
- ревізійна комісія й аудит;
- припинення діяльності та реорганізація товариства;
- порядок внесення змін до статуту.

Цей перелік неостаточний і може змінюватись у залежності від різних факторів.

Вимоги до установчих документів товариства з повною відповідальністю аналогічні, за винятком специфіки солідарної відповідальності по зобов'язаннях, зумовлених попередньо.

Установчими документами акціонерного товариства є статут, в який додатково до вищесказаного заносять порядок розподілу статутного капіталу на акції, їх номінал, види та ін. Крім цього додатково вводяться розділи „Права і обов'язки акціонерів”, „Дивіденди”, „Порядок ведення реєстру акцій”.

У відкритому акціонерному товаристві додатково вводиться розділ „Порядок емісії акцій”.

Особливо важливий для всіх форм господарських товариств вибір розміру статутного фонду і частки в ньому кожного учасника.

Статутний фонд майбутнього підприємства – це частина коштів в межах яких воно несе відповідальність перед кредиторами, якщо інше майно відсутнє.

Мінімальний розмір статутного фонду регламентується нормативно-правовими актами. Так, для товариств з обмеженою відповідальністю або повною відповідальністю – 100 мінімальних зарплат, для акціонерних товариств – 1000 мінімальних місячних зарплат. Максимальний розмір статутного фонду не регламентується.

Наступний етап – *проведення установчих зборів*. Підготовка зборів проводиться ініціативною групою в порядку виконання рішень протоколу намірів. Погоджений з засновниками порядок денний офіційно вручається всім учасникам не менше ніж за два тижні до початку зборів. У зборах мають право брати участь всі засновники або їх довірені особи.

До порядку денного вносяться такі основні питання:

- про створення підприємства;
- обговорення статуту та установчого договору;
- вибори органів управління та затвердження виконавчих органів;
- затвердження аудиту та ревізійних органів;
- інші питання (обговорення бізнес-плану, рекламної компанії).

Якщо статутом передбачено внесення майнових вкладів у вигляді будівель, споруд, обладнання, права власності на землю й інші майнові права, а також право на інтелектуальну власність,

тоді на зборах створюється комісія по оцінці відповідної власності й затверджуються її пропозиції щодо принципів і форм оцінки.

У разі якщо створюється акціонерне товариство закритого або відкритого типу, до порядку денного додатково вноситься питання про порядок ведення реєстру акціонерів.

Загальні установчі збори вважаються такими, що відбулися, в разі присутності на них більше половини учасників або їх представників.

Голосування може бути відкритим або закритим.

Після проведення зборів установчі документи готуються для реєстрації. У цей період документи передруковуються, розмножуються, прошиваються. Необхідно звернути увагу на наявність всіх підписів засновників в установчому договорі та статуті, а також на правильне оформлення протоколу установчих зборів, який підписується головою та секретарем зборів.

Правова реєстрація підприємства проводиться виконавчими комітетами міських і районних рад або вповноваженими органами. Реєстрація відбулася, якщо відповідний запис внесений у Державний реєстр, а підприємству видане свідоцтво про реєстрацію відповідної форми.

Після цього йде процедура взяття на облік в органах статистики, податковій адміністрації, пенсійному фонді, фонді соціального страхування та ін.

Наступним організаційним заходом є відкриття розрахункових рахунків у банківській установі. Вибір банку вільний, але зручніше, щоб він був розташований у районі, де знаходиться це підприємство.

Для відкриття рахунків необхідно визначитися, які банківські рахунки необхідні для діяльності підприємства (гривневий, валютний, рубльовий) і ознайомитись із порядком відкриття й ведення рахунків.

Одночасно з процедурою відкриття рахунків необхідно отримати дозвіл УВС на виготовлення печатки та штампів, підготувати їх ескізи та замовити у відповідній фірмі. Доцільно підготувати ескізи та замовити фірмові бланки та іншу друковану продукцію.

Одним із найважливіших етапів створення туристичного підприємства є його програма економічної діяльності. Це основа фінансового менеджменту як для підприємства, яке створюється, так і для діючої фірми.

Наступний етап – вибір географії бізнесу. Якщо майбутня основна діяльність пов'язана тільки з реалізацією внутрішніх турів, то необхідно визначити район прийому-відправки туристів. Якщо підприємство буде займатися міжнародним туризмом, то мають бути вибрані ті країни й регіони, де буде реалізований і спожитий туристичний продукт.

Далі потрібно дослідити ринок туристичних послуг і вибрати свій сегмент туристичного бізнесу та довести конкурентоспроможність власного турпродукту.

Визначивши регіон ринку збуту туристичних послуг, необхідно провести розрахунок максимально можливих пропозицій та попиту цього ринку на перспективу по роках, місяцях, сезонах, днях тижня, а вже потім проаналізувати конкурентне середовище.

При цьому вивчається статистика чисельності туристичних фірм, зареєстрованих у регіоні, обсяги реалізації їхніх туристичних послуг, цінові фактори, наявність монополістів, відмінність власного туристичного продукту від аналогічного продукту конкурентів та ін.

Якщо рішення по вибору регіону ринку збуту туристичних послуг визначається тільки умовами конкуренції, то приймається (після аналізу конкурентного середовища) одне з трьох рішень:

- вихід із цього регіону ринку;
- прийняття стратегії конкурентоспроможності та робота на ринку шляхом завоювання свого сегмента;
- формування (виробництво) позаконкурентного туристичного продукту й робота в цьому новоствореному сегменті ринку. Важливими етапами діяльності туристичного підприємства є:
- Планування виробництва туристичних послуг і контроль за якістю туристичного продукту. Це питання підготовки турів, їх методичне забезпечення, підготовка договірної документації, робота зі страховими та іншими зацікавленими організаціями.
- Визначення способу (технологія) реалізації туристичного продукту. Це може бути самостійна реалізація або через інші

фірми, комісійний продаж через посередників або створення розгалуженої дилерської мережі.

- Способи стимулювання продажів. Сюди відносять ярмарки, виставки, конкурси, аукціони, туристичні лотореї, надання сезонних пільг, пільг для постійних клієнтів, дітей, рекламні тури та ін.
- Підбір та управління персоналом туристичного підприємства. Це розрахунок необхідної кількості працівників, формування штатного розкладу, розробка посадових інструкцій, розробка форми оплати праці, розробка регламенту роботи підприємства, ін.

Основні умови функціонування туристичного підприємства показані на рисунку 4.1.1:

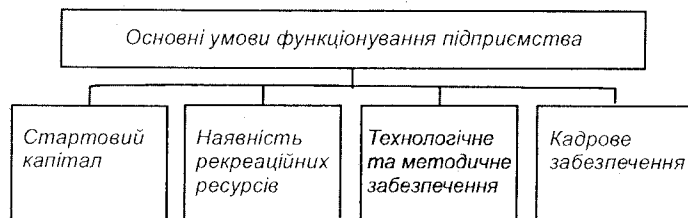


Рис. 4.1.1

Отже, економічна діяльність – це організована робота туристичного підприємства, під час якої використовується капітал, рекреаційні ресурси, засоби виробництва та робоча сила для виробництва й реалізації туристичного продукту.

Говорячи про туристичне підприємство, мають на увазі ті фірми, основною діяльністю яких є надання туристичних послуг, а всі інші види діяльності є супутніми, побічними. Але не будь-яке таке підприємство чи організацію можна назвати туристичною фірмою, оскільки вони можуть діяти як на комерційній, так і не на комерційній основі. Комерційне туристичне підприємство має головною метою своєї діяльності отримання прибутку за рахунок надання різних видів туристичних послуг.

Важливою формою економічної діяльності туристичного підприємства є *франчайзинг*, який у широкому розумінні цього терміна означає передачу прав на надання послуг та виробництво туристичного продукту, а також надання практичної допомоги в справі організації туристичного бізнесу.

Франчайзинг як особлива форма господарювання полягає в такому.

Незалежне підприємство (франчайзодавець), яке виробляє туристичний продукт або надає послуги, передає право використувати свій товарний знак іншому підприємству (франчайзоотримувачу) в обмін на зобов'язання виготовляти такий самий туристичний продукт або надавати послуги. За право господарювати від імені і під торговельною маркою франчайзодавця підприємство виплачує певний відсоток від свого доходу як матеріальну винагороду.

Франчайзинг можна поділити на дві категорії: організація продажу туристичного продукту чи послуг і форма підприємництва.

Франчайзинг – договір (угода) між продавцем та покупцем, за якою продавець захищеного торговельною маркою продукту чи послуги надає ексклюзивне право на розповсюдження та продаж даного продукту чи послуги незалежному підприємцю на регіональному ринку в обмін на отримання від нього грошової винагороди за умови дотримання покупцем технологій обслуговуючих операцій.

В індустрії туризму найбільш поширена друга категорія франчайзингу, при цьому франчайзодавець створює повну концепцію підприємства або методів роботи, а франчайзоотримувач купує право використовувати наявні нароби.

Франчайзинг надає переваги обом сторонам – розширює бізнес для однієї й уможливорює підприємництво іншій стороні, яка функціонує у відповідності до стандартів та режимів роботи, встановлених франчайзодавцем.

Згідно з виробничою і загальною структурою туристичного підприємства формуються конкретні органи управління. Водночас поділ праці у сфері управління зумовлює групування однорідних за функціями робіт і зосередження таких робіт у підрозділах апарату управління.

Управлінський персонал підприємства поділяється на лінійний та функціональний. Лінійний забезпечує безпосереднє керівництво діяльністю туристичного підприємства (формування туристичного продукту, його реалізацію). Функціональний персонал допомагає лінійним керівникам виконувати функції управління своїми підрозділами. При цьому між лінійними керівниками та поса-

довими особами апарату управління виникають певні організаційні відносини. Сукупність лінійних та апаратних органів управління і відносини між ними утворюють систему управління підприємством. Організаційна структура управління будь-якого підприємства – це форма системи управління, яка визначає склад, взаємодію та підпорядкованість її елементів.

Побудова організаційних схем управління туристичним підприємством залежить від:

- організаційно-правової форми підприємства, зареєстрованого в органах влади;
- виду підприємства;
- розміру підприємства;
- технології виробництва та надання туристичних послуг;
- форми власності;
- інших факторів.

Організаційні схеми управління туристичним підприємством будуються на таких принципах:

- доцільність;
- гнучкість;
- мінімальна кількість ланок;
- мінімізація персоналу;
- високий рівень кваліфікації персоналу;
- мінімізація накладних витрат тощо.

З урахуванням вище наведених факторів і принципів побудови організаційних схем управління туристичним підприємством, а також практики менеджменту сформувалась певна типологія таких структур.

Для малого приватного підприємства така структура максимально спрощена, де, як правило, власник підприємства виконує функцію керівника. Функцію бухгалтера може виконувати залучений працівник, який одночасно обслуговує кілька подібних підприємств і не знаходиться в штаті.

Формуванням та реалізацією туристичного продукту можуть займатися або штатні менеджери, або наймані за трудовими угодами працівники, що не перебувають у штаті. Таким чином, уся організаційна структура може складатися з однієї-двох ланок.

Для туристичного підприємства чисельністю 30–40 чоловік (туроператора) типова організаційна структура може мати такий вигляд (рис.4.1.2):



Рис. 4.1.2

4.2. Туроператорська та турагентська діяльність підприємств сфери туризму

Організації, які займаються формуванням і реалізацією турів, наданням різноманітних туристичних послуг називаються туристично-екскурсійними.

На практиці вони можуть називатися по-різному: туристичні фірми, туристичні бюро або агентства, бюро подорожей, екскур-

сійні бюро і т.ін. Але щодо зору виду підприємницької діяльності на туристичному ринку їх можна поділити на туристичних операторів (туроператор) і туристичних агентів (турагент).

Терміни „туроператор” і „турагент” визначають напрямок діяльності туристичного підприємства.

Туроператори – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних і супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність.

Основним завданням туроператора є створення туру, підкріпленого програмою обслуговування.

Програма обслуговування – план заходів, спрямованих на задоволення інтересів подорожуючих, які визначають призначення і вид туру.

За видом діяльності туроператори можуть бути:

- *туроператор масового ринку* – виробляє та продає велику кількість турпродукту, розрахованого на масовий попит та наперед визначені місця відпочинку;
- *спеціалізований туроператор* – це оператор, який спеціалізується на окремо визначеному продукті або сегменті ринку (певна країна, певний вид туризму і т.ін.).

За місцем діяльності бувають:

- *внутрішні оператори* – формують турпродукт для споживання громадянами своєї країни в межах країни;
- *виїзні оператори* – формують турпродукт для споживання громадянами своєї країни за кордоном;
- *оператори на прийомі* – базуються в місці призначення і обслуговують прибулих іноземних туристів.

У більш загальному смислі туроперейтингу туроператорів прийнято поділяти на ініціативних і рецептивних.

Ініціативні – це туроператори, які відправляють туристів за кордон або в інші регіони за домовленістю із приймаючими операторами або безпосередньо з туристичними підприємствами.

Рецептивні – це туроператори на прийомі, тобто ті, які комплектують тури і програми обслуговування в місцях прийому

й обслуговування туристів, використовуючи прямі угоди з постачальниками послуг.

Сьогодні туроператори для виробництва туристичних послуг та формування турпродукту застосовують надсучасні технології. Наприклад, використовуючи глобальну систему бронювання, можна мати доступ до ресурсів рейсів і тарифів усіх ключових авіакомпаній. Можна бронювати авіаперельоти, готельні номери, прокат автомобілів, а також мати унікальну можливість бронювання відомих круїзних компаній, вільно розглядати пропозиції найбільших туристичних операторів Європи, залізничних систем Північної Америки та Європи і навіть поромних переправ. Лідером глобальної системи бронювання є система Амадеус, безпосередньо представлена в Україні. Сьогодні Амадеус є головним провайдером технологій, що забезпечують потреби світової індустрії транспорту і туризму в галузі маркетингу, продажу й дистрибуції. Амадеус заснований у 1987 році відомими авіакомпаніями (Air France, Iberia, Lufthansa і SAS), і тепер ця система бронювання використовується великою кількістю туристичних операторів (більше 212 тис. терміналів туристичних фірм підключені до Амадеусу). Амадеус – це рейси більше 700 авіакомпаній, номери більш ніж 64 тис. готелів, прокат автомобілів 50 компаній rent-a-car, що обслуговують понад 25 тис. пунктів прокату.

Туроператор виконує головну роль у туризмі, оскільки саме він розробляє туристичні маршрути, наповнює їх послугами, забезпечує функціонування турів і надання послуг, готує рекламно-інформаційні видання по своїх турах, розраховує ціни, передає тури агентам для їх подальшої реалізації.

Турагенти – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи-суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність із реалізації туристичного продукту туроператорів і туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних і супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на турагентську діяльність.

Турагент, у разі необхідності, до придбаного туру додає вартість проїзду туристів від місця формування групи до першого на

маршруті пункту розміщення й від останнього на маршруті пункту розміщення до місця формування групи.

Основне завдання турагента:

- організація продажу туристичного продукту з урахуванням специфіки й особливостей туристичного ринку;
- повне й широке висвітлення можливостей відпочинку і подорожей по всіх наявних турах, курортах, туристичних центрах;
- просування інформації про власні можливості за допомогою реклами.

Із погляду спеціалізації турагентства можуть бути багатопрофільними, тобто здійснювати комплексне обслуговування різних за запитами клієнтів, і спеціалізованими, які спеціалізуються на певних видах обслуговування (організація ділових, спортивних та інших поїздок).

Туристичне підприємство, яке отримало ліцензію на туроператорську діяльність, може одночасно виконувати функції як туроператора, так і турагента. Наприклад, бюро розробляє маршрути як туроператор і частково самостійно продає їх безпосередньо споживачу, а більшу частину продає турагенту.

На рисунку 4.2.1 зображена схема просування туристичних послуг.

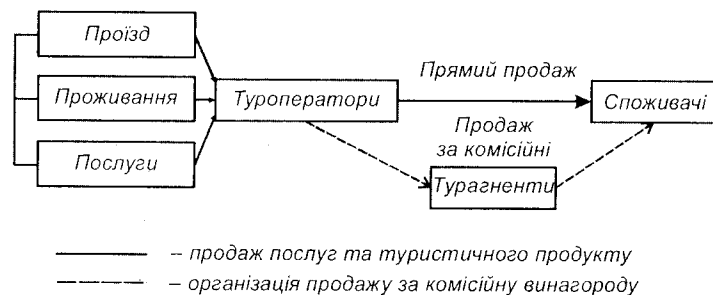


Рис. 4.2.1

Турагенти й туроператори можуть мати різні форми власності. Вони можуть бути приватними, державними, акціонерними товариствами, але їх підприємницька діяльність і ринкові функції від цього не змінюються.

Різниця між туроператором і турагентом полягає не тільки у формуванні туристичного продукту та його реалізації, а й у системі

доходів. Дуже часто туроператор купує окремі послуги, з яких потім формує комплексний туристичний продукт зі своїм механізмом ціноутворення. Тоді як турагент діє як роздрібний продавець і його прибуток формується з комісійних від продажу чужого туристичного продукту; турагент реалізує туристичний продукт (часто й окремі послуги) за реальними цінами туроператора або виробника послуг.

Різниця між туроператором і турагентом існує і в приналежності туристичного продукту. Туроператор завжди має запас туристичного продукту для продажу, а турагент замовляє певний продукт або послугу тільки тоді, коли клієнт проявляє зацікавленість у придбанні.

У цілому, як і будь-яка сфера діяльності, операторська та агентська діяльність у туризмі вимагає високої кваліфікації і професіоналізму, глибоких знань технології, маркетингу і ринку.

Основні моменти, на які повинні постійно звертати увагу туроператори і турагенти:

- майбутнє туристичного підприємства залежить від того, наскільки послідовно і рішуче воно буде боротися за своє місце на ринку;
- ринок постійно змінюється, старі можливості можуть вичерпатися, а нові – змінитися; необхідно сприймати з розумінням той факт, що якщо фірма з успіхом продає свій туристичний продукт певний період, то так буде не завжди. Тому необхідно шукати нові можливості, розробляти нові види туристичних пропозицій.
- теперішній час більше, ніж раніше, вимагає від працівників туристичної сфери знань, спритності, ефективності дій, тобто професіоналізму. Продавати тури і давати кваліфіковані поради – це набагато складніше, ніж просто приймати заявки;
- краще спеціалізуватись на виробництві й реалізації високодоходного та якісного туристичного продукту;
- необхідно постійно турбуватись про оновлення свого продукту через удосконалення послуг, диверсифікацію, урахування моди й ринкових тенденцій.

Головним завданням як турагента, так і туроператора є зміцнення свого становища на туристичному ринку й отримання стабільного

прибутку. З метою забезпечення прав і законних інтересів громадян-споживачів туристичних послуг туроператор та турагент зобов'язані здійснити фінансове забезпечення своєї цивільної відповідальності (гарантією банку або іншої кредитної установи) перед туристами.

Туроператор для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути завдані туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, які пов'язані з необхідністю покриття витрат туриста з його повернення в місце постійного проживання (перебування), відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором, повинен надати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристом, в установленому порядку.

Турагент для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути завдані туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом та які пов'язані з необхідністю відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором, повинен надати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристом, в установленому порядку.

Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора має становити суму, еквівалентну не менше ніж 20000 євро. Розмір фінансового забезпечення туроператора, який надає послуги виключно з внутрішнього та в'їзного туризму, має становити суму, еквівалентну не менше ніж 10000 євро.

Мінімальний розмір фінансового забезпечення турагента має становити суму, еквівалентну не менше ніж 2000 євро.

Будь-які суми, надання яких гарантується фінансовим забезпеченням цивільної відповідальності туроператора, використовуються виключно для задоволення вимог, що висувуються на підставі та за наявності обставин, зазначених вище.

Відшкодування збитків, завданих туристу в разі виникнення обставин неплатоспроможності туроператора (турагента) чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, здійснюється банківською або іншою відповідною кредитною устано-

вою на підставі заяви туриста, договору на туристичне обслуговування (ваучера) та документів, що підтверджують невиконання туроператором (турагентом) договірних зобов'язань.

4.3. Ліцензування туристичної діяльності та сертифікація послуг

З метою створення рівних можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг і забезпечення захисту прав і законних інтересів громадян, захисту навколишнього природного середовища, підвищення рівня туристичного обслуговування здійснюється ліцензування туроператорської та турагентської діяльності.

Ще в 1994 році – з моменту включення туризму в ліцензійні види діяльності – ліцензуванню підлягала будь-яка діяльність, пов'язана з наданням туристичних послуг. Потім з 29.04.98 року – з дати набрання чинності п.1 розділ 1 Закону України „Про внесення змін в Закон України „Про підприємництво”” від 23.12.97 року № 762/97 – ліцензія стала необхідною тільки для тих суб'єктів підприємництва, які здійснювали діяльність, пов'язану з організацією іноземного і зарубіжного туризму.

У кінці 1999 року законодавці повернулись до початкового варіанта ліцензування туризму і внесли зміни в статтю 4 Закону України „Про підприємництво” зі змінами і доповненнями, які набрали чинності 27 жовтня 1999 року. На сьогоднішній день питання ліцензування туристичної діяльності регулюються Законом України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм”” (2003р.), який набув законної чинності з 1 січня 2004 року та ліцензійними умовами провадження туроператорської та турагентської діяльності (Додаток 4).

Суб'єкт підприємницької діяльності, який отримав ліцензію на туроператорську діяльність, має виключне право на надання послуг з оформлення документів для виїзду за межі України. Туроператор може здійснювати також і турагентську діяльність без отримання ліцензії на турагентську діяльність.

Загальний розмір частки туроператора в статутних фондах інших туроператорів України не може перевищувати 20 відсотків їх статутних фондів.

Суб'єкт господарювання не має права у своїй назві використовувати слова „туроператор” і „турагент” без отримання ним ліцензії на здійснення відповідно туроператорської чи турагентської діяльності.

Не може бути видана ліцензія на туроператорську чи турагентську діяльність суб'єкту підприємницької діяльності з назвою, тотожною назві іншого суб'єкта підприємницької діяльності, якому ліцензія видана раніше й інформація про нього внесена до відповідного реєстру.

Державна служба туризму і курортів здійснює ліцензування туроператорської та турагентської діяльності. Рада міністрів Автономної Республіки Крим, обласні Київська та Севастопольська, міські державні адміністрації здійснюють ліцензування турагентської діяльності.

Для отримання ліцензії у відповідні органи подаються документи згідно із ліцензійними умовами (Додаток 4).

Органу ліцензування заборонено вимагати інші документи не передбачені законодавством України. Орган ліцензування повинен прийняти рішення про видачу ліцензії або відмову в її видачі в термін не пізніше 10 робочих днів із дати надходження заяви про видачу ліцензії та документів, доданих до заяви. Повідомлення про прийняття рішення про видачу ліцензії або про відмову в її видачі направляється заявнику в письмовій формі протягом трьох робочих днів із дати прийняття відповідного рішення. Орган ліцензування повинен оформити ліцензію не пізніше ніж за три робочих дні з дня надходження документа, який підтверджує оплату за видачу ліцензії. Оплата за ліцензію повинна бути внесена після прийняття рішення про видачу ліцензії.

У разі виникнення підстав для переоформлення ліцензії суб'єкт господарювання зобов'язаний упродовж десяти робочих днів подати в орган ліцензування заяву про переоформлення ліцензії разом з ліцензією, яку необхідно переоформити, і відповідні документи або їх нотаріально завірени копії, які підтверджують указані зміни.

Підставою для переоформлення ліцензії є:

- зміна назви юридичної особи або прізвища, ім'я та по батькові фізичної особи-суб'єкта підприємницької діяльності.

- зміна місцезнаходження юридичної особи або місця проживання фізичної особи-суб'єкта підприємницької діяльності.
- зміни, пов'язані з розширенням певних видів ліцензійної діяльності.

Під час переоформлення ліцензії суб'єкт господарювання може продовжувати займатись тими видами діяльності, які підлягають ліцензуванню. В даному випадку право для здійснення такої діяльності надає довідка про прийняття заяви на переоформлення ліцензії, яка видається органом ліцензування.

У разі втрати чи пошкодження ліцензії суб'єкту господарювання може бути виданий дублікат. Порядок видачі дубліката такий самий, як і порядок переоформлення.

Розмір оплати за ліцензію встановлений постановою Кабінету Міністрів України № 1755 від 29.11.2000 р. і складає:

- 20 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (340 грн.), коли органом ліцензування є центральний орган виконавчої влади;
- 15 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (255 грн.), коли органом ліцензування є місцевий орган виконавчої влади.

Згідно зі ст. 14 Закону про ліцензування:

- за видачу копії ліцензії для кожного філіалу проводиться оплата в розмірі одного неоподаткованого мінімуму доходів громадян (17 грн.);
- за переоформлення ліцензії оплата береться в розмірі п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (85 грн.);
- за видачу дубліката оплата складає п'ять неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (85 грн.).

Контроль за дотриманням ліцензіатами ліцензійних умов здійснюють органи ліцензування та спеціально уповноважений орган з питань ліцензування в рамках своїх повноважень, шляхом проведення планових і позапланових перевірок. Планові перевірки дотримання суб'єктами господарювання ліцензійних умов проводяться не частіше одного разу в рік. Позапланові перевірки здійснюють органи ліцензування або спеціально уповноважений орган із питань ліцензування тільки на основі надходження до них

у письмовій формі повідомлення про порушення ліцензійних умов або з метою перевірки виконання розпоряджень про усунення порушень ліцензійних умов.

Ліцензіат під час перевірки дотримання ним ліцензійних умов надає всі необхідні для перевірки документи й забезпечує умови для її проведення. За результатами перевірки складається акт у двох екземплярах, один з яких залишається керівнику підприємства, що перевіряється, другий передається в орган, що здійснював перевірку.

Орган ліцензування чи спеціально уповноважений орган з питань ліцензування не пізніше десяти робочих днів з дати складення акту перевірки порушень ліцензійних умов видає наказ про усунення недоліків або орган ліцензування приймає рішення про анулювання ліцензії.

Згідно із Законом про ліцензування, ліцензія може бути анульована на основі:

- заяви ліцензіата про ануляцію ліцензії;
- акту про повторне порушення ліцензіатом ліцензійних умов;
- рішення про відміну державної реєстрації суб'єкту господарювання;
- нотаріально завірена копія свідоцтва про смерть фізичної особи-суб'єкта підприємницької діяльності;
- акту про виявлення неправдивих даних у документах, наданих суб'єктом господарювання для отримання ліцензії;
- акту про встановлення факту передачі ліцензії або її копії другій юридичній або фізичній особі для здійснення господарської діяльності;
- акту про встановлення факту ненадання інформації про зміну даних, вказаних у документах, які додавались до заяви на видачу ліцензії;
- акту про невиконання наказу про усунення порушень ліцензійних умов;
- нездатності ліцензіата забезпечити виконання ліцензійних умов, встановлених для туристичної діяльності.

Рішення про анулювання ліцензії приймається органом ліцензування протягом десяти робочих днів і направляється ліцензіату. Якщо анулювання ліцензії пов'язане з порушенням

ліцензійних вимог Закону України про ліцензування, то нову ліцензію суб'єкт господарювання зможе отримати не раніше ніж через рік.

Законом України про ліцензування встановлено, що прийняття рішення про анулювання відбувається з обов'язковим запрошенням ліцензіата або його представників. Рішення про анулювання ліцензії вступає в силу через десять днів із дати його прийняття. Ліцензіат має право оскаржити рішення про анулювання ліцензії, шляхом подання скарги в експертно-апеляційну раду.

Умови і правила здійснення туристичної діяльності затверджені наказом Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва та Міністерством культури і туризму України 11.09.2007 р. № 111/55 та зареєстровані в Міністерстві Юстиції України 28.09.2007 р. за № 1123/14290 (Додаток 4. Ліцензійні умови провадження тур операторської та турагентської діяльності).

Великий і різносторонній попит на туристичні послуги у всьому світі робить необхідним взаємне визнання результатів діяльності різних підприємств сфери туризму. Найвищий рівень такого визнання – сертифікація, яка гарантує, що послуга (продукт) відповідає певним вимогам і має відповідну якість.

Сертифікація – сукупність дій і процедур, проведених із метою підтвердження того, що продукт або послуга відповідає певним стандартам чи технічним умовам.

У залежності від того, хто її проводить, сертифікація буває трьох видів:

- самосертифікація, яка проводиться самим підприємством – виробником продукції чи послуг;
- сертифікація, яка здійснюється споживачем;
- сертифікація, яка здійснюється третьою стороною – спеціальною організацією, незалежною від виробника і споживача.

Найбільшою довірою в міжнародній і вітчизняній практиці користується сертифікація, яка здійснюється третьою стороною.

В Україні розрізняють обов'язкову й добровільну сертифікацію. Обов'язкова сертифікація здійснюється уповноваженими на те органами сертифікації, охоплює перевірку й випробування

продукції з метою визначення її характеристик (показників) і подальший державний нагляд за сертифікованими виробами.

Добровільна сертифікація може проводитись з ініціативи самих суб'єктів господарювання на відповідність продукції вимогам, які не є обов'язковими.

Сертифікація товарів, робіт, послуг у сфері туристичної діяльності здійснюється з метою:

- запобігання реалізації товарів, робіт, послуг, небезпечних для життя, здоров'я людей, майна і довкілля;
- сприяння споживачам у свідомому виборі товарів, робіт, послуг;
- забезпечення дотримання обов'язкових норм, правил, вимог щодо охорони навколишнього природного середовища, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки;
- гармонізації стандартів, норм і правил із міжнародними стандартами, рекомендаціями, нормами і правилами, що стосуються вимог до об'єктів відвідування і туристичних послуг, взаємодії туроператорів, використання обмежених туристичних ресурсів, якості і видів туристичних послуг.

Перелік туристичних послуг, що підлягають обов'язковій сертифікації стосовно безпеки для життя та здоров'я людей, захисту їх майна та охорони довкілля, порядок проведення сертифікації послуг у сфері туристичної діяльності визначаються Кабінетом Міністрів України відповідно до закону.

Підтвердження відповідності туристичних послуг здійснюється в установленому порядку.

Готельні послуги та послуги харчування, які надаються суб'єктами туристичної діяльності, підлягають обов'язковій сертифікації на їх відповідність вимогам нормативних документів та відповідність вимогам міжнародних стандартів ІСО серії 9000.

Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг та Правила обов'язкової сертифікації послуг по харчуванню затверджені наказом Держкомстандарту України від 27.01.99 р. № 37. Держстандарт України визначив термін уведення обов'язкової сертифікації вказаних послуг – з 01.10.99 р.

У разі позитивного вирішення питання щодо сертифікації суб'єкта туристичної діяльності йому у встановленому порядку видається сертифікат, що підтверджує рівень якості послуг.

Сертифікація готельних послуг

Суб'єкти сертифікації – суб'єкти туристичної діяльності, які надають готельні послуги.

Об'єкти сертифікації – готельні послуги, які надаються суб'єктами туристичної діяльності (готелі, мотелі, туристичні бази, гірські приюти, кемпінги, оздоровчі заклади, будинки відпочинку, місця для короткочасного проживання в інших приміщеннях), процес надання послуг.

Перелік готельних послуг, які підлягають обов'язковій сертифікації:

- послуги готелів із ресторанами;
- послуги готелів без ресторанів;
- інші місця для короткочасного проживання, в тому числі:
- послуги молодіжних турбаз і гірських приютів;
- послуги кемпінгів, в т.ч. площадки для автофургонів;
- послуги дитячих і студентських літніх таборів;
- послуги центрів і будинків відпочинку;
- послуги курортних закладів оздоровчого характеру;
- послуги по наданню спальних місць у спальних вагонах та інших транспортних засобах.

Обов'язкову сертифікацію готельних послуг здійснюють органи сертифікації, акредитовані в Системі сертифікації УкрСЕПРО.

Порядок проведення сертифікації передбачає:

- подачу заяви на сертифікацію готельних послуг;
- розгляд і прийняття рішення по заяві та визначення схеми сертифікації протягом місяця з дня отримання заяви;
- проведення перевірок із метою обов'язкової сертифікації;
- аналіз отриманих результатів і прийняття рішення про можливість видачі сертифіката відповідності й підписання ліцензійної угоди;
- реєстрацію сертифіката відповідності;
- технічний нагляд за наданням обов'язкових сертифікованих послуг сертифікованою системою якості надання послуг.

Термін дії сертифіката відповідності залежить від встановленої заявнику схеми сертифікації і може складати 1 рік, 3 роки, 5 років.

Не пізніше ніж за три місяці до закінчення строку дії сертифіката заявник подає нову заявку для отримання сертифіката на наступний період.

Сертифікація послуг харчування

Суб'єкти сертифікації – суб'єкти туристичної діяльності, які надають послуги харчування.

Об'єкти сертифікації – послуги харчування, результати послуг харчування, процес надання послуг харчування, системи якості.

Обов'язкову сертифікацію послуг харчування здійснюють органи сертифікації послуг харчування, акредитовані в Системі сертифікації УкрСЕПРО.

До послуг харчування, які підлягають обов'язковій сертифікації, віднесені послуги ресторанів, барів, кафе, їдалень та інших закладів харчування, які надають послуги туристам.

Порядок проведення сертифікації передбачає:

- подачу заяви на сертифікацію послуг харчування;
- розгляд і прийняття рішення по заяві та визначення схеми сертифікації протягом місяця з дня отримання заяви;
- відбір, ідентифікацію та випробування зразків кулінарної продукції (вибіркова перевірка);
- обстеження процесу надання послуг згідно зі вказаною схемою сертифікації;
- атестацію виробництва згідно зі вказаною схемою сертифікації;
- сертифікацію системи якості;
- аналіз отриманих результатів із метою прийняття рішення про можливість видачі сертифіката відповідності;
- оформлення сертифіката відповідності, його реєстрацію і видачу заявнику при позитивних результатах обов'язкової сертифікації послуг харчування;
- технічний нагляд за стабільністю надання сертифікованих послуг.

Термін дії сертифіката відповідності залежить від встановленої заявнику схеми сертифікації і може складати 1 рік, 3 роки, 5 років.

Не пізніше ніж за три місяці до закінчення строку дії сертифіката заявник подає нову заявку для отримання сертифіката на наступний період.

У відповідності до статті №18 Закону України „Про туризм” (2003 р.), особлива увага звертається на стандартизацію у сфері туристичної діяльності, що спрямована на:

- захист інтересів споживачів і держави з питань безпеки туризму, життя і здоров'я громадян, охорони майна та довкілля;
- класифікацію туристичних ресурсів України, забезпечення їх охорони, встановлення гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля;
- підвищення якості товарів, робіт, послуг відповідно до потреб споживачів;
- забезпечення безпеки об'єктів туристичних відвідувань з урахуванням ризику виникнення природних і техногенних катастроф та інших надзвичайних ситуацій;
- взаємозамінність та сумісність товарів, робіт, послуг, їх уніфікацію;
- створення нормативної бази функціонування систем стандартизації і сертифікації товарів, робіт, послуг.

4.4. Договірні взаємовідносини та партнерські зв'язки

Права та обов'язки суб'єктів туристичної діяльності та туристів

Організація туристичної діяльності, як і господарювання у всіх сферах підприємництва, базується виключно на договірних взаємовідносинах. Це підтверджує незаперечну істину, що саме договори є визначальною і, по суті, єдиною правовою формою партнерських взаємин.

Договір (угода, контракт) – це форма документального закріплення партнерських зв'язків (предмета договору, взаємних прав та обов'язків, наслідків порушення домовленостей), який опосередковує взаємини в процесі виробництва і реалізації продукції чи надання різноманітних послуг.

Важливою складовою договірних взаємовідносин є міжнародні договори, або договори про зовнішньоекономічну діяльність підприємств сфери туризму, які регулюють організацію міжнародного туризму. Правову основу міжнародного співробітництва в

галузі туризму становлять міжнародні договори України, укладені відповідно до Закону України „Про міжнародні договори України”, на основі яких вибудовується робота по організації міжнародного туризму та встановлення партнерських зв’язків між туристичними підприємствами.

Держава сприяє розширенню та зміцненню міжнародного співробітництва в галузі туризму на принципах і нормах, розроблених Всесвітньою туристською організацією (ВТО).

Органом державної влади, що забезпечує представництво і реалізацію інтересів України в галузі туризму у відносинах з іншими країнами та з міжнародними туристичними організаціями, є центральний орган виконавчої влади в галузі туризму (Державна служба туризму і курортів), який у встановленому порядку бере участь в укладанні міжнародних договорів із питань туризму.

Першочерговим напрямком роботи Державної служби туризму і курортів України залишається розбудова договірно-правової бази зовнішніх зносин. За результатами проведеної роботи станом на 1.04.2006 р. укладено 43 міжурядові та міжвідомчі угоди про співробітництво в галузі туризму, в тому числі 10 – із країнами ЄС. Готуються до підписання ще близько 30 міжнародних угод, зокрема, з такими розвинутими туристичними країнами, як Іспанія, Італія, Кіпр, Мальта, Португалія, Румунія, Словенія, Франція.

Довідково: Угоди укладено з такими країнами: Австрією (2004 р.), Азербайджаном (1999 р.), Албанією (2002 р.), Білоруссю (2006 р.), Болгарією (1996 р.), Бразилією (1999 р.), Брунеєм (2004 р.), В’єтнамом (2000 р.), Вірменією (1999 р.), Грецією (1996 р.), Грузією (1997 р.), Естонією (1994 р.), Єгиптом (1995 р.), Ізраїлем (1995 р.), Індією (2003 р.), Іраном (2002 р.), Йорданією (2006 р.), Казахстаном (2003 р.), Киргизстаном (1993 р.), Китаєм (2001 р.), Республікою Корея (2001 р.), Кубою (1997 р.), Латвією (2000 р.), Литвою (2004 р.), Ліваном (2003 р.), Лівією (2004 р.), Македонією (2000 р.), Молдовою (2006 р.), Монголією (2004 р.), Польщею (2005 р.), Росією (1999 р.), Сербією і Чорногорією (2003 р.), Сирією (2003 р.), Словаччиною (2001 р.), Тунісом (1995 р.), Туреччиною (1994 р.), Туркменістаном (1998 р.), Угорщиною (2001 р.), Узбекистаном (1995 р.), Фінляндією (2000 р.), Хорватією (1996 р.), Чехією (2006 р.).

Співробітництво на двосторонньому рівні розбудовувалося, насамперед, шляхом проведення на щорічній основі засідань 13 міжвідомчих робочих груп по туризму та участі в роботі 69 міжурядових комісій, особливо з країнами, з якими створено правову базу співробітництва, а також реалізації понад 10 міждержавних, міжурядових і міжвідомчих програм і протоколів довгострокового та середньострокового співробітництва в частині туризму.

Довідково: в рамках реалізації міжурядових і міжвідомчих Угод про співробітництво в галузі туризму утворено 14 міжвідомчих робочих груп по туризму з такими країнами: Австрією, Болгарією, Єгиптом, Італією, Латвією, Литвою, Німеччиною, Польщею, Росією, Словаччиною, Словенією, Туреччиною, Угорщиною, Чехією.

Окрім договорів про зовнішньоекономічну діяльність до групи підприємницьких договорів входять договори про купівлю-продаж, оренду, лізинг, трудові відносини, розрахунки і кредитування, страхування тощо.

Будь-який договір складається з преамбули (вступу до договору), основної й заключної частин.

Преамбула має містити:

- чітку назву договору;
- місце і дату укладання договору;
- юридичну назву сторін договору (партнерів);
- зазначення факту укладання договору згідно з умовами, викладеними в його тексті.

Основна частина договору включає:

- предмет договору;
- кількість та якість послуг (товару);
- ціну послуг (товару);
- умови надання послуг або умови поставки товару;
- форму оплати;
- термін надання послуг або поставки товару;
- маркування, упаковку, тару;
- порядок здавання-приймання товару, послуг;
- відповідальність сторін;
- додаткові застереження;

- арбітражні приписи; перелік форс-мажорних обставин, із настанням яких виконання договірних зобов'язань припиняється.

До заключної частини договору вносяться:

- усі необхідні додатки;
- юридичні адреси сторін;
- підписи вповноважених сторонами осіб.

Отже, підприємницький договір відображає згоду сторін стосовно безпосереднього здійснення певної підприємницької діяльності в певній організаційно-правовій формі. Підприємницьких договорів багато, вони виокремлюються за сферами діяльності, документально оформлюють взаємовідносини щодо внутрішньогосподарської та зовнішньоекономічної діяльності.

Оскільки сутність переважної більшості договорів зрозуміла, доцільно розглянути лише ті договори, які є обов'язковими для функціонування туристичної галузі й вимагаються Законом про туризм.

Для здійснення своєї діяльності туристичне підприємство укладає угоди (договори), з однієї сторони, з іншими організаціями, підприємствами, приватними підприємцями, які беруть участь у формуванні і просуванні туристичного продукту, з другої – зі споживачами туристичного продукту (туристами). Розглянемо деякі з них.

При організації туристичної діяльності й відсутності при цьому власної матеріальної бази суб'єкт туристичної діяльності повинен укласти письмову угоду з **постачальниками і підрядниками** – вітчизняними і зарубіжними партнерами, – які забезпечать туристів необхідними умовами розміщення і харчування, засобами транспорту, організацією екскурсій і відпочинку. Угода про співпрацю між суб'єктом туристичної діяльності й іншими організаціями, які беруть участь в обслуговуванні туристів, резидентами і нерезидентами, повинна вміщувати повну інформацію про надання послуг, їхню відповідність вимогам щодо забезпечення захисту і безпеки туристів, їх майна в Україні та за кордоном, визначати відповідальність сторін за якість надання туристичних послуг. Під час укладання договорів по реалізації турів визначаються обов'язки сторін в оформленні туристичних

документів (ваучер, угода з туристом, угода про страхування). У відповідності до укладених угод суб'єкта туристичної діяльності розробляються програми турів і складаються калькуляції на кожну туристичну поїздку. До угод (контрактів) партнери додають зразки своїх туристичних ваучерів.

Наступним видом договорів, які є обов'язковими, а порядок укладання передбачений Законом України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм”, є договір на туристичне обслуговування (стаття № 20) та договір на екскурсійне обслуговування (стаття № 21), які укладаються між суб'єктами туристичної діяльності та **споживачами туристичного продукту**. Договір (контракт) укладається в письмовій формі і повинен визначати обсяг, умови та якість надання послуг, порядок оплати та розрахунків, термін дії, права та обов'язки сторін, їх відповідальність за невиконання або неналежне виконання умов договору. Договір між суб'єктом туристичної діяльності й туристом або групою туристів вважається укладеним з моменту оплати вартості туру. Договір на туристичне обслуговування або на екскурсійне обслуговування може укладатися шляхом видачі ваучера.

Туристичний ваучер (путівка) – документ, що підтверджує статус особи або групи осіб як туристів, оплату послуг чи її гарантію і є підставою для отримання туристом або групою туристів туристичних послуг.

У статті № 23 Закону України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм” ваучер визначається як форма письмового договору на туристичне або на екскурсійне обслуговування.

У договорі на туристичне обслуговування, укладеному шляхом видачі ваучера, мають міститися такі дані:

- найменування та місцезнаходження суб'єкта туристичної діяльності, номер ліцензії (дозволу) на відповідний вид діяльності, юридична адреса;
- прізвище, ім'я (по батькові) туриста (при груповій поїздки прізвища, імена (по батькові) членів групи);
- строки надання і види туристичних послуг, їх загальна вартість;
- назва, адреса та номер телефона об'єкта розміщення, його тип та категорія, режим харчування;

- розмір фінансового забезпечення відповідальності туроператора (турагента) або межі відповідальності суб'єкта туристичної діяльності за договором агентування;
- інші дані, обумовлені характером угоди, складом групи, тощо;
- дата видачі ваучера.

Ваучер є фінансовим документом, необхідним для здійснення розрахунків між направляючими та приймаючими туристичними підприємствами. Бланк ваучера єдиний щодо форми як для туриста, який здійснює подорож індивідуально, так і для групи туристів. До ваучера на групу туристів додається список туристів, завірений печаткою направляючого туристичного підприємства.

Інформація про кількість реалізованих ваучерів і напрямках руху туристів у відповідності до таких ваучерів, подається суб'єктами туристичної діяльності разом зі статистичним звітом за формою № 1-ТУР (річна), за формою № 1-Тур(к) (за півріччя та 9 місяців). Звіти за формою № 1-ТУР, № 1-ТУР (к) готують відповідальні особи туристичних підприємств, фізичні особи, які зареєстровані в установленому законодавством порядку і здійснюють діяльність, пов'язану з наданням туристичних послуг. Звіт за формою № 1-ТУР(к) подається до 10 липня та 10 жовтня суб'єктами туристичної діяльності в Криму – Міністерству курортів і туризму Автономної Республіки Крим, на інших територіях – відповідно, структурним підрозділам обласних, Київської і Севастопольської державних адміністрацій.

Звіт за формою № 1-ТУР подається в ті ж інстанції до 10 січня наступного за звітним року.

Не менш важливі угоди зі **страховими компаніями**. Згідно з положенням статті 17 Закону про туризм, страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) є обов'язковим і здійснюється суб'єктами туристичної діяльності на основі угод зі страховими компаніями, які мають право на здійснення такої діяльності.

Компенсація шкоди, заподіяної життю чи здоров'ю туриста або його майну, провадиться у порядку, передбаченому чинним законодавством України.

При виникненні будь-яких договірних відносин у сторін виникають права й обов'язки. Знання прав і обов'язків суб'єктами туристичної діяльності та споживачами туристичних послуг – туристами допоможе уникнути проблем під час відпочинку.

Суб'єкти туристичної діяльності мають право:

- виробляти і реалізовувати туристичні послуги згідно із законодавством;
- вносити пропозиції щодо охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, порядку використання;
- вносити пропозиції щодо вдосконалення освітніх програм з професійного навчання в галузі туризму, підвищення рівня професійної підготовки працівників і фахівців у галузі туризму;
- на встановлення об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення, закладам харчування, курортним закладам тощо), власниками яких вони є, відповідної категорії;
- на отримання в установленому порядку інформації, необхідної для здійснення їх діяльності, в органах державної влади та органах місцевого самоврядування;
- брати в установленому порядку участь у розробці програм розвитку туризму та курортно-рекреаційної сфери;
- визначати та оприлюднювати шляхом опублікування загальні умови типового (публічного) договору на надання туристичних послуг;
- визначати мінімальну кількість туристів (екскурсантів) у групі;
- на відшкодування збитків, заподіяних унаслідок незаконних рішень, дій чи бездіяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб чи заподіяних суб'єктами туристичної діяльності.

Суб'єкти туристичної діяльності зобов'язані:

- проводити діяльність у галузі туризму, яка підлягає ліцензуванню, лише за наявності ліцензій;
- надавати туристичні послуги, що підлягають обов'язковій сертифікації, після проведення такої сертифікації в установленому порядку;
- залучати до надання туристичних послуг осіб, які відповідають встановленим законодавством відповідним кваліфікаційним вимогам, а у випадках, визначених цим Законом, також мають відповідні дозволи на право здійснення туристичного супроводу;
- надавати туристам необхідну і достовірну інформацію про туристичні послуги, права, обов'язки та правила поведінки

- туристів (екскурсантів), умови страхування, порядок відшкодування завданих збитків, умови відмови від послуг, правила візового митного режиму, перетинання державного кордону та іншу інформацію;
- надавати туристичні послуги в обсягах та в терміни, обумовлені договором;
- виконувати вимоги закону щодо забезпечення безпеки туристів, охорони туристичних ресурсів України та довкілля;
- вести облікову та іншу визначену законодавством документацію, надавати в установленому порядку бухгалтерську та статистичну звітність;
- відшкодовувати в установленому порядку збитки, завдані туристам (екскурсантам), іншим особам та довкіллю.

Туристи й екскурсанти мають право на:

- реалізацію закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб, захист і повагу людської гідності;
- необхідну і достовірну інформацію про правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування, а також виїзду з країни (місця) тимчасового перебування і перебування там, про звичай місцевого населення, пам'ятки природи, історії, культури та інші об'єкти туристичного показу, що знаходяться під особливою охороною, стан навколишнього середовища;
- інформацію про наявність ліцензії в суб'єкта, що здійснює підприємницьку діяльність у галузі туризму, дозволів, сертифікатів, інших документів, наявність яких передбачена законодавством;
- отримання обов'язкової інформації, що передус укладенню договору;
- отримання туристичних послуг, передбачених договором;
- особисту безпеку, захист життя, здоров'я, прав споживача, а також майна;
- одержання відповідної медичної допомоги;
- відшкодування матеріальних і моральних збитків у разі невиконання або неналежного виконання умов договору;

- сприяння з боку органів державної влади України в одержанні правових та інших видів допомоги, а громадяни України також і за її межами;
- реалізацію інших прав.

Туристи й екскурсанти зобов'язані:

- не порушувати права та законні інтереси інших осіб, вимоги законів, які діють на території країни перебування;
- виконувати митні, прикордонні, санітарні та інші правила;
- поважати політичний і соціальний устрій, традиції, звичаї, релігійні вірування країни (місця) перебування;
- зберігати довкілля, дбайливо ставитися до об'єктів природи та культурної спадщини в країні (місці) тимчасового перебування;
- дотримуватися умов і правил, передбачених договором про надання туристичних послуг;
- надавати персональну інформацію в обсязі, необхідному для реалізації туристичного продукту;
- дотримуватися під час подорожі правил особистої безпеки;
- відшкодовувати збитки, завдані їх несправомірними діями.

Виконувати інші обов'язки, передбачені законодавством України та законодавством країни тимчасового перебування.

Контрольні запитання та завдання

1. Назвіть основні етапи створення туристичного підприємства.
2. Які Вам відомі організаційно-правові форми господарських товариств?
3. Які вимоги до установчих документів?
4. Охарактеризуйте основні умови функціонування туристичних підприємств.
5. Розкажіть про особливу форму господарювання – франчайзинг.
6. Які особливості туроператорської діяльності?
7. Що є основою діяльності турагента?
8. Охарактеризуйте ліцензійні умови.
9. Який порядок надання та анулювання ліцензії?
10. Дайте визначення сертифікації та її видів.
11. Як здійснюється сертифікація готельних послуг?
12. Який порядок проведення сертифікації послуг харчування?
13. Укажіть права та обов'язки суб'єктів туристичної діяльності.
14. Які права та обов'язки туристів?

Розділ 5.

ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ТА ЙОГО СКЛАДОВІ

5.1. Поняття, структура та життєвий цикл туристичного продукту

Перш ніж дати визначення туристичного продукту та розглянути його складові і принципи формування (виробництва), коротко зупинимось на характеристиках послуги як специфічного виду товару.

Товаром взагалі називаємо те, що може задовольнити яку-небудь необхідність суспільства або окремого індивідуума і пропонується для продажу на ринку. Товар може бути матеріальний (олівець, стіл, стілець) і нематеріальний (ідея, винахід, послуга). Найкращим товаром є той, який може якомога повніше задовольнити яку-небудь необхідність за прийнятною ціною.

Послуга – це будь-яка дія чи вигода, яка надається однією стороною іншій і, на відміну від товару, має специфічні, тільки їй притаманні риси.

До переліку таких особливостей можна віднести її неможливість збереження, уявність, зміну якості та ін.

Незбережність послуги визначається тим, що вона надається одноразово і її неможливо залишити для використання ще раз. При повторному використанні це вже буде нова послуга.

Уявність послуги – це уявлення результату, який буде після отримання послуги.

Але ніяку послугу не можна побачити до її отримання.

Зміна якості послуги – якість послуги змінюється в кожний момент її надання. Кожна нова послуга надається в змінених умовах: настрій, стан здоров'я, вплив зовнішнього середовища, пора року, ступінь втоми та ін.

Згідно з Міждержавним стандартом (ГОСТ 28681.0), „Туристична послуга – результат діяльності туристичного підприємства по задоволенню відповідних потреб туристів.”

До складу туристичних послуг входять: бронювання, оформлення документів, всі види перевезень, розміщення, харчування,

екскурсії й атракції, медичний супровід і страхування, послуги гідів-перекладачів та інше забезпечення. Перелік послуг кожного туру різний і визначається програмою перебування.

Туристична послуга є складовою туристичного продукту. І якщо туристична послуга може бути придбана і спожита тільки в місці її виробництва, то туристичний продукт може бути придбаний і за місцем проживання, але спожитий тільки на місці виробництва туристичних послуг.

Інколи туристичний продукт асоціюють із поняттям „туристичний пакет”, тобто з основним (обов'язковим) комплексом послуг, які надаються під час подорожі по індивідуальному або груповому плану та мають серійний характер і пропонуються в широкий продаж. Але туристичний продукт – це набагато ширше та вагомніше поняття, про що мова піде трохи нижче. Туристичний ж пакет включає мінімальний набір обов'язкових елементів, необхідних для здійснення подорожі.

На рисунку 5.1.1 зображена структура туристичного пакета, який об'єднав мінімальний (обов'язковий) набір послуг.

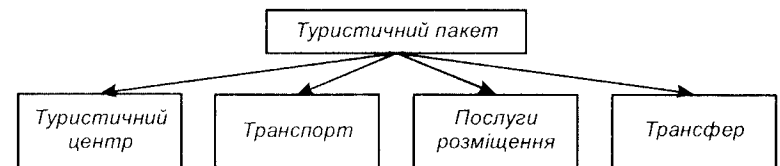


Рис. 5.1.1

Туристичний центр – це місце відпочинку туриста, яке об'єднує всі його рекреаційні можливості: природні, культурно-історичні, екологічні, етнічні, соціально-демографічні, інфраструктурні. Цей елемент туристичного пакета належить до обов'язкових, оскільки без об'єкта інтересу неможливо організувати подорож. Але необхідно пам'ятати, що навіть в одному регіоні може бути декілька туристичних центрів. Наприклад, м. Львів і м. Трускавець розташовані в одній області, але це різний комплекс рекреаційних можливостей, які не можна перенести в будь-яке інше місце.

Транспорт – це засіб пересування, за допомогою якого можна добратися до туристичного центру. Це може бути літак, пароплав, поїзд, туристичний автобус, автомобіль та ін. Значну частину

витрат вартості турпакета складають витрати на перевезення. Чим більш комфортабельний і швидкісний вид транспорту використовується, тим вища вартість подорожі.

Послуги розміщення – це конкретний готель, який пропонується туристу в туристичному центрі на час подорожі. Послуги харчування не включаються окремим елементом у туристичний пакет, оскільки в туризмі вони складають частину послуг розміщення. Існує декілька комбінацій розміщення і харчування:

- ВВ – розміщення + сніданок;
- НВ – напівпансіон: розміщення + сніданок + вечеря;
- ФР – повний пансіон: розміщення + сніданок + обід + вечеря.

Що ж придбав турист, купивши комбінацію ВВ чи НВ? Насамперед свободу вибору, оскільки в цьому випадку він може сам моделювати програму перебування в туристичному центрі, на власний розсуд вибрати ресторан чи відправитись на екскурсію, де передбачений обід.

Трансфер – доставка туриста від місця прибуття (аеропорт, залізнична станція, морський вокзал) до місця розміщення (готель, мотель, кемпінг), де він буде проживати, а також зворотна доставка до місця відправлення.

Трансфери здійснюються з використанням автобусів, таксі чи навіть лімузинів, якщо такого типу трансфери включені в турпакет або замовлені туристом.

Таким чином, туристичний пакет, який об'єднує обов'язкові туристичні послуги, відрізняється від туристичного продукту тим, що це мінімальний набір послуг, які можуть бути розширені за рахунок додаткових туристично-екскурсійних послуг, товарів та інших послуг і разом складатимуть туристичний продукт.

Туристичний пакет – це тільки частина туристичного продукту, точніше обов'язкова частина туру, який може бути більшим або рівним турпакету.

Отже, *туристичний продукт – це сукупність речових (предметів споживання) та неречових (у формі послуг) споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста, які виникають у період його туристичної подорожі.*

Закон України „Про туризм” (2003 р.) у статті 1 дає таке визначення: туристичний продукт – попередньо розроблений комплекс

туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо).

На рисунку 5.1.2 зображено структуру туристичного продукту.

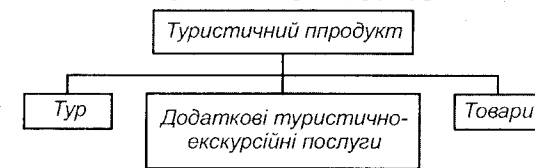


Рис. 5.1.2

Тур – це первинна одиниця туристичного продукту, яка реалізується споживачу як єдине ціле, на визначений маршрут і конкретний термін.

У законі України „Про туризм” читаємо визначення: „Тур – туристична подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо)” [1].

Складовими туру є туристичний пакет та комплекс послуг на маршруті, які клієнт просить включити в обов'язкову програму і попередньо за них сплачує.

Розрізняють два основних види туру:

- **некидж-тур** – комплексна туристична послуга, яка містить в собі розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, транспортні, побутові, спортивно-оздоровчі та інші послуги;
- **інклюзив-тур** – окремі туристичні послуги: харчування, розміщення, транспорт, екскурсійне обслуговування (на вибір).

На практиці більшою популярністю користується інклюзивний тур, коли турист замовляє мінімальний набір основних послуг, купуючи додаткові послуги при необхідності.

Додаткові туристично-екскурсійні послуги – це послуги, не передбачені ваучером чи путівкою і доводяться до споживача в режимі його вільного вибору.

Додаткові послуги не входять в основну вартість путівки. До них належать прокат, побутове обслуговування, додаткове харчування, стоянка для автомобіля, зберігання речей, розваги, придбання білетів, користування міні-баром і т.п.

Товари – це специфічна матеріальна частина туристичного продукту (туристичне спорядження, буклети, сувеніри, відкритки, плани і карти міст і т.п.), та неспецифічна частина туристичного продукту, куди входить велика кількість товарів, які є дефіцитними або більш дорогими в місцях постійного проживання туристів.

Як свідчить статистика, структура вартості туристичного продукту при організації туристичної поїздки з України, наприклад у Болгарію, складає:

$$\text{ТП}(100\%) = \text{T}(45-50\%) + \text{ДТЕП}(35-40\%) + \text{T}(10-20\%),$$

де **ТП** – вартість туристичного продукту;

T – вартість туру;

ДТЕП – вартість додаткових туристично-екскурсійних послуг;

Tв – вартість куплених товарів.

І зовсім іншою буде структура туристичного продукту при організації комерційної поїздки в Туреччину або Китай, де у відсотковому відношенні буде переважати вартість куплених товарів.

Туристичний продукт оцінюється як сумарний обсяг товарів і послуг, вироблених у сфері туризму. Він може бути оцінений двома способами:

А) як сума всіх затрат на виробництво турпродукту;

Б) як сума всіх витрат туристів, тобто доход від туризму.

Отже, сумарний обсяг товарів і послуг, вироблених (спожитих) у сфері туризму, і є валовим туристичним продуктом, який і в першому, і другому випадках вимірюється у вартісному вираженні.

Життєвий цикл туристичного продукту

Будь-який продукт, навіть із найкращими споживчими властивостями, рано чи пізно витісняється з ринку іншим, більш удосконаленим. Не може бути вічного продукту, оскільки з часом попит на нього падає й отриманий від реалізації прибуток настільки малий, що подальша торгівля ним стає економічно не вигідною.

Кожний продукт, в тому числі туристичний, проходить у своєму розвитку чотири послідовних стадії: впровадження, зростання, зрілість і спад.

Впровадження – початкова стадія життєвого циклу, на якій створюється ринок для нового продукту. Вона характеризується повільними темпами зростання об'єму продажів і можливими втратами (високі затрати на виробництво і маркетинг). Тривалість стадії впровадження залежить від якості продукту, його відповідності потребам споживачів, правильно вибраної стратегії маркетингу й послідовної її реалізації.

Стадія зростання настає з визнанням продукту покупцями і швидким збільшенням попиту на нього. Збут розширюється, а за ним зростає і прибутковість.

Відносно високі прибутки залучають нових виробників, конкурентна боротьба загострюється. Фірми, які раніше за інших запропонували продукт, мають значні конкурентні переваги, але, незважаючи на це, вони повинні турбуватися про подальше вдосконалення свого продукту, оскільки підприємства, які пізніше налагодили виробництво такого ж продукту, будуть його поліпшувати й розвивати, щоб потіснити лідерів.

Стадія зрілості характеризується уповільненням зростання об'єму продажів, його стабілізацією і навіть падінням по мірі наповнення ринку. Більшість споживачів уже скористались продуктом і їх коло практично не розширюється. Особливе значення набуває так званий феномен вірності, який спонукає знову скористатися вже відомим продуктом. Формується коло постійних клієнтів. На цій стадії конкуренція досягає максимуму. Прибутки починають зменшуватись, хоча залишаються достатньо високими.

Спад проявляється в різькому скороченні обсягів продажів і прибутку. Він часто зумовлений зміною потреб покупців або появою на ринку нових продуктів. На стадії спаду в підприємства є кілька альтернативних варіантів дій:

- 1) зменшити існуючі пропозиції;
- 2) поліпшити (оживити) продукт і в такий спосіб зміцнити його становище на ринку;
- 3) переглянути канали збуту або вийти на інші ринки;

4) зупинити виробництво продукту.

Який варіант вибере підприємство, визначається конкретною ситуацією.

5.2. Організація виробництва туристичного продукту

Виробництво туристичного продукту – це процес перетворення ресурсів на туристичний продукт, який відбувається на різних господарюючих суб'єктах: від натурального селянського господарства до сучасного підприємства.

Комплексна система організації виробництва туристичного продукту об'єднує спеціалізовані підприємства, організації та установи. Згрупуємо їх за спеціалізацією:

1. Підприємства, які надають послуги по розміщенню:

- готелі, мотелі, кемпінги;
- пансіонати, приватні будинки і квартири;
- туристичні бази, будинки відпочинку, приюти;
- інші засоби розміщення.

2. Підприємства харчування:

- ресторани, їдальні;
- кафе, бари;
- фабрики-кухні та інші.

3. Транспортні підприємства:

- автопідприємства;
- авіаційні підприємства;
- залізничні відомства;
- підприємства морського та річкового транспорту.

4. Туристичні фірми по виробництву та реалізації туристичного продукту:

- туристичні бюро (туроператори);
- туристичні агентства;
- екскурсійні бюро;
- бюро реалізації путівок.

5. Рекламно-інформаційні туристичні установи:

- рекламні агентства;
- рекламні бюро;
- інформаційні агентства.

6. Виробничі туристичні підприємства:

- фабрики по виробництву сувенірів;
- підприємства по виробництву туристичного спорядження;
- підприємства по виробництву комплектуючих для готелів та туристичних офісів (меблі, спальні предмети та ін.).

7. Підприємства торгівлі:

- магазини по реалізації туристичного спорядження;
- магазини по реалізації сувенірів;
- пункти прокату.

8. Підприємства дозвілля:

- кіноконцертні зали;
- клуби за інтересами;
- зали ігрових автоматів та ін.

9. Заклади самодіяльного туризму:

- туристичні клуби;
- альпіністські, водні, спелеологічні клуби;
- кінні, велосипедні та інші клуби.

10. Навчальні та науково-проектні туристичні заклади:

- вищі і середні спеціальні навчальні туристичні заклади;
- інститути підвищення кваліфікації та перепідготовки;
- навчальні курсові комбінати;
- науково-дослідницькі та проектні інститути.

11. Органи управління туризмом:

- комітети, департаменти, управління туризму;
- громадські туристичні організації та об'єднання.

Це далеко не повний перелік підприємств, організацій установ, які беруть участь у виробництві туристичного продукту. Туристичну сферу опосередковано формують підприємства зв'язку і торгівлі, дорожні й комунальні служби, прикордонні та митні переходи та багато інших.

Розглянемо основні спеціалізовані підприємства, які беруть участь у виробництві туристичного продукту.

1. Засоби розміщення.

Одним із найважливіших блоків в організації туристичної діяльності є засоби розміщення туристів, до яких належать: готелі, мотелі, кемпінги, пансіонати та ін. Засоби розміщення туристів за міжнародними рекомендаціями поділяються на чотири групи:

- готелі й аналогічні підприємства;
 - комерційні та соціальні підприємства розміщення;
 - спеціалізовані засоби розміщення;
 - приватні туристичні засоби розміщення.
- На рисунку 5.2.1 подана класифікація засобів розміщення.

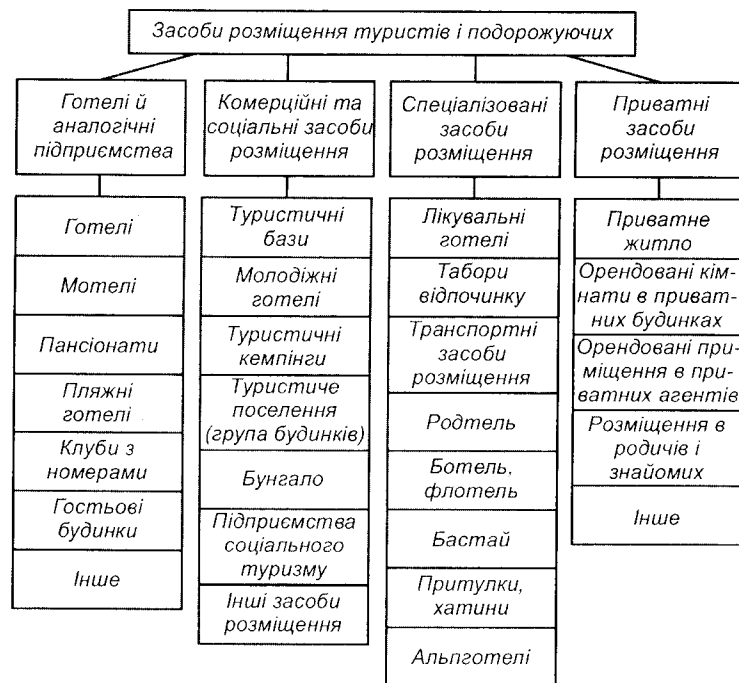


Рис. 5.2.1

Наведена типова класифікація засобів розміщення рекомендована Всесвітньою туристичною організацією (ВТО). Вона не єдина по всіх країнах, як і класифікація готелів.

Готель – це будинок з умебльованими кімнатами для короткочасного проживання.

Туристичний готель – це особливий тип готелю, призначений для надання туристам комплексу послуг, пов'язаних із подорожуванням.

У всіх туристичних готелях передбачені чотири основних групи послуг:

- розміщення;
- харчування;

- дозвілля;
- побутове обслуговування.

Для замкнутого технологічного циклу обслуговування туристів у готелі передбачені такі основні служби:

- служба прийому і розміщення;
- служба експлуатації номерного фонду;
- комерційна служба;
- технічна служба;
- адміністративна служба.

Це мінімальний набір служб, які забезпечують надання основних послуг. Так, служба прийому і розміщення забезпечує прийом, реєстрацію, розміщення туристів по номерах, розрахунки, бронювання місць і організацію відправки. Як правило, службу очолює менеджер по розміщенню. В його підпорядкування входять: бюро реєстрації, адміністратори, бюро обслуговування, швейцари, робота камер зберігання, служб бронювання, гардеробів тощо.

Служба експлуатації номерного фонду забезпечує технічне обслуговування й ремонт житлових і допоміжних приміщень, підготовку їх до заселень, прибирання.

Менеджер цієї служби керує групою по ремонту й обслуговуванню номерного фонду, покоївками, прибиральницями та ін.

Комерційна служба готелю поєднує надання послуг щодо бронювання місць як у власному готелі, так і на замовлення клієнтів в інших готелях, бронювання білетів на проїзд у різних видах транспорту, надання додаткових і супутніх послуг тощо.

Роботу всіх інженерних систем і комунікацій забезпечує технічна служба на чолі з технічним директором або головним інженером.

Класифікація готелів і номерів прийнята Міждержавною радою по стандартизації, метрології і сертифікації (протокол № 7–95 від 25 квітня 1995 р.) та введена в дію як державний стандарт України наказом Держстандарту України від 4 березня 1996 р. № 99 з 01.01.97.

Міждержавний стандарт (ГОСТ 28681.4-95) установлює класифікацію готелів (мотелів) різних організаційно-правових форм місткістю не менше 10 номерів.

Згідно з Державним стандартом України (ДСТУ 4268:2003), до готелів та аналогічних засобів розміщення належать колективні засоби розміщення, що містять більше ніж сім номерів.

Класифікація готелів – це визначення відповідності конкретного готелю і номерів критеріям або стандартам обслуговування. Прийнята в кожній країні класифікація містить категорію розрядності, яка є якісним параметром стандарту. Розрядність готелю впливає на його престиж, формування клієнтури, вартість готельних послуг тощо.

Класифікація готелів регламентується на міжнародному і національному рівнях, а також у межах готельних ланцюгів, асоціацій, союзів. Сьогодні існує більше 30 різних класифікацій, в тому числі найбільш поширеними вважаються:

- система зірок (від одної до п'яти) – на основі французької національної класифікації;
- система букв (A-B-C-D);
- система „корон” або „ключів”;
- система балів;
- система розрядів та інші.

Запровадженню єдиної класифікації у світі перешкоджають сталі національні традиції, культурно-історичні відмінності країн, критерії якості та ін.

Спроби ВТО, Комітету готельної й ресторанної індустрії Європейського союзу, Міжнародної готельної асоціації впровадити єдину класифікацію готелів не привели до позитивного результату.

Завдання ускладнюється ще і тим, що, крім готелів, існує ще багато інших засобів розміщення (кемпінги, турбази, будинки відпочинку і т.п.) зі своєю особливою специфікою.

В Україні, відповідно до Державного стандарту (ДСТУ 4527:2006), засоби розміщення поділяють на колективні й індивідуальні.

До колективних відносять готелі, агроготелі, аквагелі, апартамент-готелі, бази відпочинку, ботелі, будинки відпочинку, гостьові будинки, готельно-офісні центри, гуртожитки, дитячі табори, кемпінги, клуб-готелі, конгрес-готелі, конгрес-центри, круїзні судна, курортні готелі, мотелі, готелі-люкс, готелі резиденції, палац-готелі, пансіонати, профілакторії, санаторії, табори праці

та відпочинку, туристичні бази, туристичні комплекси, туристичні потяги, гірські притулки, флотелі, хостели.

До індивідуальних засобів розміщення належать бунгало, гостьові квартири, гостьові кімнати, дачі, каравани (обладнані автопричеми), збірно-розбірні каравани, караван-будиночки, котеджі, намети, намети-причіпи, сільські будинки, фермерські будинки.

Згідно з міждержавним стандартом (ГОСТ 28681.4-95), класифікація готелів ґрунтується на комплексі вимог до:

- матеріально-технічного стану;
- номенклатури та якості запропонованих послуг;
- рівня обслуговування.

Категорії позначають символом „*” (зірка). Кількість зірок збільшується відповідно до підвищення рівня якості обслуговування. Готелі класифікують за п'ятьма категоріями, мотелі – за чотирма. Найвищу категорію готелю позначають „*****”, п'ять зірок, нижчу – „*”, одна зірка.

Класифікація готелів містить мінімальні вимоги для віднесення до певної категорії.

В Україні зірки присвоюються готелям відповідно до європейської класифікації, в основі якої лежать французькі стандарти. Сам принцип оцінки базується на матеріальних показниках готелю. Він передбачає складання певного переліку надання послуг, інфраструктури: ресторан, басейн, спорткомплекс і т.д. Для кожної зірки свій набір обов'язкових умов. Відіграє роль навіть кількість стільців у кожному номері і наявність лазневих шапочок у ванній кімнаті. Відсутність тієї чи іншої складової в готелі знижує його клас.

Згідно з даними Державної служби туризму і курортів, усього в Україні станом на 1 січня 2007 року 1232 готелі і 3245 установ оздоровлення й відпочинку. З них сертифіковано тільки 1,064 готеля. З 177 київських готелів, більшість з яких знаходяться в державній чи колективній власності, тільки в 50 якість послуг наближено до національної класифікації. Інші не сертифіковані. Про це свідчать дані консалтингової компанії Colliers International. Однак навіть у сертифікованих готелях кількість зірок не відповідає ні національним, ні міжнародним вимогам. Наприклад, Radisson

SAS Київ відповідає чотирьом зіркам міжнародного стандарту, в той час як „Дніпро”, „Перлина Дніпра”, „Національний” і „Президент Готель Київський” мають статус чотиризіркових готелів відповідно до національних вимог. Останні можуть не повністю відповідати міжнародним стандартам.

Утім, якість нижчезаявленого, стосується більше двох- і тризіркових готелів. Це викликано тим, що існуюча система вітчизняної сертифікації готелів має ряд недоліків. Як уже згадувалося вище, де-юре в Україні діє європейська класифікація оцінки готелів, адаптована під Україну. Однак насправді методологія оцінки в кожному випадку своя. Не завжди враховуються вимоги до якості устаткування й оснащення готелю, а також рівень підготовки персоналу. Основну роль у цьому відіграє наявність великої кількості уповноважених органів. У кожному регіоні є свій центр стандартизації та сертифікації й органи, акредитовані в системі УКРСЕПРО. Можна звернутися в будь-яку організацію й одержати свої „зірки”.

Водночас міжнародні мережі суворо дотримуються класифікації. В українській практиці вже був такий приклад. Міжнародний оператор готелів Kempinski взяв у керування готель в Одесі. Однак через недотримання вимог міжнародних стандартів Kempinski розірвав договір із власниками в односторонньому порядку.

Аналітики Colliers International упевнені, що готелі, які не відповідають сучасним вимогам щодо якості обслуговування, згодом припинять своє існування і будуть переобладнані під офіси й розважальні комплекси або реконструйовані.

Вимоги до готелів будь-якої категорії передбачені міждержавним стандартом:

„1. Гостиница любой категории должна иметь удобные подъездные пути с необходимыми дорожными знаками, благоустроенную и освещенную прилегающую территорию, площадку с твердым покрытием для кратковременной парковки и маневрирования автотранспорта (в т.ч. автобусов), вывеску с названием предприятия и указанием его категории, при наличии отдельного входа в ресторан – вывеску с его названием.

Гостиница, занимающая часть здания, должна иметь отдельный вход.

2. Архитектурно-планировочные и строительные элементы гостиницы и используемое техническое оборудование должны соответствовать СНИП 2.08.02.

1. Гостиница должна располагаться в благоприятных экологических условиях.

4. При проживании в гостинице должны быть обеспечены безопасность жизни, здоровья гостей и сохранность их имущества.

В здании должны быть аварийные выходы, лестницы, хорошо заметные информационные указатели, обеспечивающие свободную ориентацию гостей как в обычной, так и в чрезвычайной ситуации.

5. Гостиница должна быть оборудована системами противопожарной защиты, оповещения и средствами защиты от пожара, предусмотренными Правилами пожарной безопасности для жилых домов, гостиниц.

6. В гостинице должны соблюдаться санитарно-гигиенические нормы и правила, установленные органами санитарно-эпидемиологического надзора в части чистоты помещений, состояния сантехнического оборудования, удаления отходов и эффективной защиты от насекомых и грызунов.

7. Все электрическое, газовое, водопроводное и канализационное оборудование должно быть установлено и эксплуатироваться в соответствии с „Правилами технической эксплуатации гостиниц и их оборудования”.

8. Гостиница должна быть оснащена инженерными системами и оборудованием, обеспечивающими:

- горячее и холодное водоснабжение (круглосуточно); в районах с перебоями в водоснабжении необходимо иметь емкость для минимального запаса воды не менее чем на сутки;
- канализацию;
- отопление, поддерживающее температуру не ниже 18,5°C в жилых и общественных помещениях;
- вентиляцию (естественную или принудительную), обеспечивающую нормальную циркуляцию воздуха и исключаящую проникновение посторонних запахов в номера и общественные помещения;
- радиовещание и телевидение (подводка во все номера);

- телефонную связь;
- освещение в номерах: естественное (не менее одного окна), искусственное, обеспечивающее освещенность при лампах накаливания – 100 лк; при люминисцентных лампах – 200 лк; в коридорах – круглосуточное естественное или искусственное освещение.

9. При проектировании новых и реконструировании старых гостиниц (мотелей) необходимо предусматривать условия для приема и обслуживания инвалидов, использующих кресла на колесах, в соответствии с требованиями нормативной документации” [42, с. 2–3].

При виконанні вищеперерахованих вимог і додаткових для кожної категорії окремо, готель може взяти участь в сертифікації для присвоєння йому певної категорії (кількості зірок).

Для поповнення місцевих бюджетів територіальними органами влади введений місцевий готельний збір (до 20% вартості проживання).

Поряд із класичними готелями, які мають великий штат обслуговуючого персоналу і пропонують туристам широкий перелік послуг і високий рівень комфорту, останнім часом поширюється особливий тип готелю – мотель.

„Мотель – підприємство готельного типу, що спеціалізується на прийомі та обслуговуванні туристів, які подорожують автотранспортом, має набір готельних послуг, повний комплекс технічного обслуговування. У мотелі, крім комфортабельних номерів, туристам надаються місця для стоянки автомашин із відповідним обслуговуванням. Звичайно в комплекс мотелю входять також ресторан, бар, зали для перегляду кіно- і відеофільмів, проведення конференцій, тренажерні та ігрові приміщення, басейн, тенісні корти і т.п. Мотелі, як правило, розташовують уздовж основних туристичних автотрас” [68, с. 86].

Мотелі класифікують за чотирма категоріями. Найвищу категорію мотелю позначають „****”, чотири зірки, нижчу – „*”, одна зірка.

Окрім рівня побутових зручностей, набору і якості послуг, підприємства розміщення розрізняють за формою власності. За цією ознакою виділяють державні, комунальні і приватні заклади.

В Україні приватних закладів розміщення з кожним роком стає чимраз більше і вони починають домінувати на ринку туристичних послуг.

В Європі швидко розповсюджується експлуатація засобів розміщення з колективною формою власності, коли декілька осіб володіють одним майном. І ця форма власності поступово проникає на вітчизняний туристичний ринок у вигляді *таймшеру*.

„Таймшер (time share, в перекладі з англійської мови „частина часу”) – це спільне володіння, або, точніше, довгострокова аренда клубних засобів розміщення з правом користування ними в певний визначений час (наприклад, однієї тижня на протязі 30-50 років і більше, щорічно)” [13].

Особливість класичного таймшеру полягає в наявності сертифіката власності на певний період відпочинку, з можливістю передачі його в спадщину, є предметом застави, уступки, забезпечення кредиту і ін.

Таймшерний бізнес процвітає тільки там, де для нього створені відповідні умови і перш за все гарантований правовий захист споживача. В Європі права власників таймшерів закріплені в директивах Європейського парламенту та національних законодавствах.

2. Підприємства харчування

Наступним активним елементом туристичного підприємства є надання послуг та виробництві туристичного продукту є організація і технологія харчування. Туристична сфера харчування включає в себе: ресторани, кафе, бари, їдальні, фабрики-кухні, буфети, продовольчі магазини і т.п. Ці підприємства знаходяться як у власності туристичних фірм, так і на правах оренди. Більшість із них є частиною туристично-готельних комплексів.

За формою обслуговування підприємства харчування поділяються на такі, де наявні обслуговування за допомогою офіціантів і самообслуговування.

Так, система „А ля карт” передбачає вільний вибір клієнтом страв, які пропонуються в меню ресторану, через офіціанта.

„Табль дот” – обслуговування по єдиному для всіх клієнтів меню без права вибору, може бути організоване як за допомогою офіціантів, так й у виді самообслуговування.

„Шведський стіл” – вільний вибір виставлених на загальний стіл страв і самообслуговування.

Останнім часом все більшого поширення набуває форма обслуговування **„Кейтерінг”**, яка передбачає виїзне ресторанне обслуговування в будь-якому приміщенні, яке вибирає клієнт. Іншими словами „Кейтерінг” – це обслуговування поза межами підприємства ресторанного господарства.

Щодо режиму харчування туристів ці підприємства надають послуги у вигляді повного пансіону, напівпансіону, спеціального харчування, харчування для дітей та ін.

У ряді готелів у номерах передбачені кухні, міні-бари, а послуга харчування може бути реалізована як у номері (за викликом, замовленням), так і на підприємстві харчування.

Щодо асортименту харчування туристів поділяється на комплексне харчування, харчування за вибором, харчування за попереднім замовленням, у тому числі по обслуговуванню урочистих подій, прийомів, ювілеїв, банкетів та ін.

У залежності від ступеня технічного оснащення, якості й обсягу послуг, місця розташування, ціни, архітектурно-художнього оформлення приміщень, асортименту та інших показників, підприємства харчування поділяють на категорії. У відповідності з міждержавними стандартами присвоєння категорії здійснюється сертифікаційними органами України.

Але крім вимог, передбачених стандартами, до туристичних підприємств харчування висувають ряд додаткових, особливих для цієї сфери діяльності, вимог. Так, територія підприємства громадського харчування повинна бути не тільки ретельно прибрана, а й покрита асфальтом або декоративною плиткою. Існують ще й інші вимоги до зовнішнього оформлення туристичного комплексу. Всі приміщення мають бути обладнані покажчиками, на видному місці повинна бути вивішена копія сертифіката даного підприємства харчування та ін.

Технологічна схема забезпечення харчування туристів залежить від виду туру, категорії туристів, співвідношення місць розміщення і кількості місць у закладах харчування і багато інших факторів.

Харчування туристів здійснюється в повній відповідності з умовами, зазначеними в путівці, ваучері, угоді – в ресторанах, кафе, їдальнях, буфетах, барах та інших пристосованих для цієї цілі приміщеннях.

Площа залу для організації харчування повинна відповідати нормам місткості – не менше 1,4 кв. м на одну людину.

Важливим в організації харчування є й те, що підприємства харчування не тільки забезпечують туристів можливістю отримати комплекс послуг, а й надають можливість для розваг та отримання незабутніх вражень.

Багато подорожуючих відправляються в спеціальні тури, щоб познайомитися з національною кухнею, вивчити місцеві звичаї, стати учасником фольклорних свят тощо. Великою популярністю у туристів користуються етнографічні ресторани і кафе. В них національне проявляється в інтер'єрі залу, одязі офіціантів, репертуарі оркестру, місцевих напоях і кухні, вечірній програмі тощо.

3. Підприємства дозвілля та програмне забезпечення

Дозвілля та розваги належать до головних мотивів туризму і без них не обходиться практично жодна поїздка. Люди відправляються в дорогу за новими незабутніми враженнями, позитивними емоціями й гострими відчуттями. Для задоволення цих та інших потреб людини працюють розважальні заклади, проводяться різнопланові заходи, спеціально створюються засоби розваг.

Найчастіше розваги обмежуються екскурсійною програмою – відвідуванням музеїв, оглядом історичних пам'ятників і природних визначних пам'яток, оглядовими екскурсіями по місту й місцевості.

Разом з тим широкий набір розважальних заходів завжди сприймається туристами з ентузіазмом і великою цікавістю. Це участь у фестивальних програмах, спортивних, культурно-масових заходах, святкуванні національних свят тощо. Вечірні заходи розважального характеру, як правило, плануються з відвідуванням ресторану, спеціального концерту та інших розважальних закладів.

До групи підприємств дозвілля та розваг відносять:

- кіноконцертні зали;
- клуби за інтересами;
- спортивні заклади;
- ігрові зали, казино;
- тематичні парки;
- інші підприємства.

Особливе місце у світовій індустрії розваг відводиться тематичним паркам. На думку Уолта Діснея, тематичний парк –

це центр сімейного відпочинку й розваг, що здебільшого визначає вибір самої теми. Щоб об'єднати людей різного віку і в першу чергу залучити доросле населення, вона повинна мати не тільки розважальний, а й інформаційно-пізнавальний характер.

Тематика програм може бути різносторонньою – від курсів по підстриганню кущів до циклу семінарів із теорії й практики менеджменту.

Світові тематичні парки пропонують виставки досягнень у галузі науки й техніки, різносторонні інформаційно-пізнавальні і загально-освітні програми тощо.

Найвідоміші у світі тематичні парки, які приваблюють туристів зі всього світу, на відміну від звичайних центрів відпочинку й розваг, розташовані за межею міста. Так, найстаріший тематичний парк США „Диснейленд” побудований у 60 км на південний схід від Лос-Анджелесу (штат Каліфорнія), найбільш відомий американський тематичний парк „Дісней Уорлд” – недалеко від Орlando (штат Флорида). Найбільший тематичний парк Європи „ЄвроДіснейленд” розміщений за 30 км від столиці Франції. „Країна мумітролей” у Фінляндії знаходиться в 20 км від м. Турку [9, с. 267].

Одним із важливих факторів, який впливає на реалізацію пізнавальних, розважальних, лікувальних, оздоровчих та інших турів, – це програмне забезпечення туристичної діяльності.

Згідно з Міждержавним стандартом (ГОСТ 28681.1-95), „Програма обслуговування туристів – перелік услуг, достопримечательных объектов и досуговых событий, предоставляемых туристам в определенных последовательности, времени, месте и условиях обслуживания” [65, с. 2].

Головне в туристичній програмі – основна мета подорожі. Як показують дослідження, турист не вважає програму й обслуговування якісними, якщо мета подорожі не досягнута.

Основними видами послуг, які входять майже в будь-яку туристичну програму обслуговування, є: проживання, харчування, екскурсійне обслуговування, транспортні послуги, розважальні та спортивні заходи, побутові послуги та інші.

Із точки зору програмного обслуговування, туристичні програми – це завжди тематична спрямованість. Залежно від

тематики туру формується певний набір послуг, який залежить від мети подорожі й рівня замовленої комфортності. При цьому програма складається з основних послуг, які відповідають меті подорожі, а також послуг доповнюючих та супутніх.

Важливе місце при розробці програм обслуговування відводиться мотивам і побажанням клієнтів. Мотиви туристів при виборі подорожі можуть бути найрізноманітнішими і залежать від багатьох факторів. Серед них і вік, і рівень доходів, і національні особливості, і навіть мода. Але є найбільш типові мотиви, характерні для більшості споживачів. Саме на них і ґрунтуються стандартні програми обслуговування. Ось деякі поширені мотиви і по'язані з ними програми обслуговування:

1. Турбота про збереження здоров'я – в цій групі програм передбачені тури з лікуванням, масажем та іншими процедурами для сімей, інвалідів, для тих, хто не палить, тощо.
2. Навчання. Тут можна виділити програми, які передбачають вивчення іноземних мов, мовну практику, навчання різним видам спорту, професійні програми та тури за інтересами.
3. Заняття спортом. Це тури, програмами яких передбачена можливість займатися такими видами спорту, якими більшість людей не мають можливості займатися протягом року. Це гірські лижі, теніс, гольф, планерний спорт, кінний, парусний спорт, сплав на байдарках і катамаранах і багато інших видів спорту.
4. Розв'язання ділових проблем. Такі програми передбачають участь у конгресах, симпозіумах, нарадах, семінарах, інші ділові зустрічі.
5. Розваги і спілкування з іншими людьми. Це в основному подорожі з розважально-пізнавальною програмою.
6. Можливість для самовираження і самоутвердження. Ця група об'єднує в собі пригодницькі тури: підкорення гірських вершин, різні експедиції, полювання під водою, висококатегорійні туристичні походи тощо.
7. Підвищення культурного рівня. Ці завдання виконуються в пізнавальних турах по відомих містах, історичних і культурних центрах, у театральних, літературних турах та ін.

Кожний вид туру в залежності від програми має особливу специфіку організації обслуговування туристів, розподілу часу і надання послуг, технології обслуговування туристів. При цьому програма обслуговування складається, виходячи з основної мети подорожі. При всій різноманітності варіантів програм дотримується принцип „Мета подорожі – тип туру”. Якщо не виконується цей головний принцип організації туру, то програма, навіть складена з високоякісних послуг вищої категорії, приречена на провал, оскільки турист вважає обслуговування якісним тільки тоді, коли мета його подорожі досягнута.

Будь-яка програма обслуговування має бути зорієнтована на конкретного споживача і відповідати його цільовим мотивам.

На ринку України представлено велику кількість різних програм подорожей і при зростанні їх диференціації все ж існують найбільш поширені цільові програми обслуговування, такі, наприклад, як лікувально-оздоровчі, пізнавальні, ділові, спортивні та ін.

5.3. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів

Транспортні послуги – один з основних видів послуг у туризмі. На них припадає й основна частка в структурі ціни туру. В залежності від тривалості, дальності подорожі, ця частка (в більшості випадків) коливається від 20 до 60 %.

Різні види транспорту використовуються туристичними організаціями для перевезення туристів під час здійснення подорожі.

Транспортні подорожі – це подорожі організованих груп туристів при наявності путівок (ваучерів) розробленими маршрутами з використанням різних транспортних засобів.

Транспортні подорожі розглядаються і як самостійний вид туризму, і як складова туристичного продукту в цілому.

При плануванні своєї подорожі турист враховує такі фактори, як швидкість доставки до місця відпочинку, комфорт подорожі, вартість, можливість перевезення багажу та його вага, можливість зупинки в дорозі, умови харчування, умови для відпочинку, рівень шуму, наявність шкідливих екологічних факторів і, звичайно – безпека.

В Україні, як і в інших країнах СНД, ці вимоги розподіляються в такій послідовності:

- безпека подорожі;
- вартість і наявність різних пільг;
- комфортабельність;
- швидкість доставки;
- інші фактори.

Чим більший набір позитивних факторів, тим вища вартість транспортної подорожі, але жодний транспортний засіб на задовольняє весь набір вимог.

У цілому транспортні подорожі класифікуються за такими основними ознаками:

- спосіб пересування на маршруті;
- вид транспорту, який використовується;
- побудова траси маршруту;
- тривалість подорожі;
- сезонності тощо.

Класифікація транспортних подорожей наведена на рисунку 5.3.1.

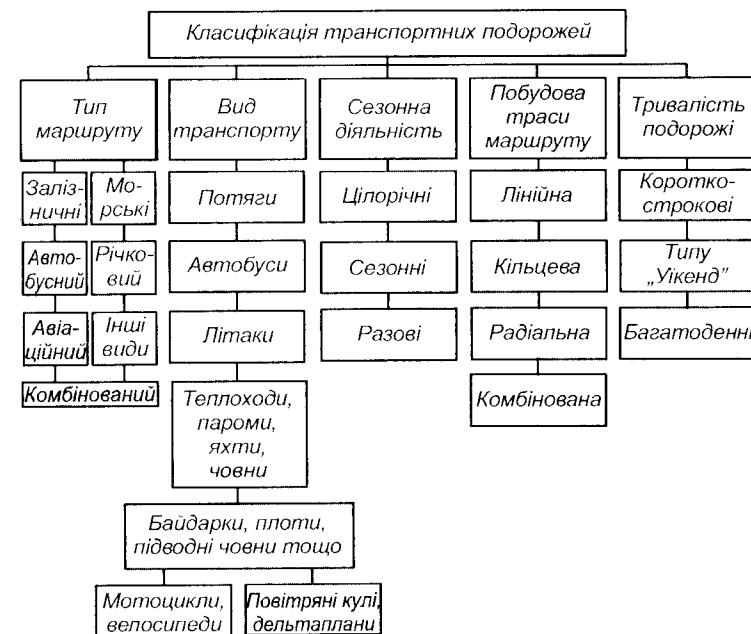


Рис. 5.3.1

Основна частка в загальній структурі транспортних послуг належить *авіаційному транспорту*. Перевезення туристів повітряним транспортом здійснюється як чартерними, так і рейсовими літаками. Авіаперевезенням туристів України займаються національні так й іноземні авіакомпанії.

У залежності від умов комфорту, харчування й інших факторів, місця в літаках поділяються на класи:

- перший клас (F);
- бізнес-клас (C);
- економічний клас (Y);
- інші види.

Туристичні авіаційні подорожі здійснюються на регулярній, сезонній або разовій основах.

Останнім часом у туристичному бізнесі дедалі більшої популярності набувають чартерні авіаперевезення. „Чартер – договір фрахтовання, согласно которому фрахтовщик обязуется предоставить фрахтователю за плату всю или часть вместимости одного или нескольких транспортных средств на один или несколько рейсов для перевозки грузов, пассажиров, багажа” [26, с. 151]. Особливість чартерів така, що один повний рейс виконується без туристів (перший зворотний виліт після першого завезення й останній туди перед зворотним вивезенням). Останнім рейсом літак забирає останніх туристів, але не привозить нових, оскільки він за ними вже не повернеться.

Підписуючи угоду про організацію чартерних перевезень, авіакомпанія завжди ставить туроператора в жорсткі умови. Насамперед від фрахтувальника (фірми-орендатора) вимагається попередня оплата першого й останнього рейсів чартерного циклу. В такий спосіб авіакомпанія страхує себе й туристів від можливих неплатежів і невчасного повернення їх до основного місця проживання.

Автомобільний транспорт можна з повним правом назвати транспортом загального користування у сфері туризму, оскільки він використовується всюди: від трансферу й екскурсій до оренди малолітражних автомобілів туристами для особистого використання на відпочинку.

Автопослуги, які використовуються в туристичному обслуговуванні, об'єднують три основні напрямки:

- 1) організація автобусних подорожей;
- 2) організація подорожей на власному транспорті туристів;
- 3) прокат автомобілів.

Завдяки своїй економічності, доступності широким верствам населення, автобусні подорожі є найбільш масовим видом туристичних перевезень, який постійно розвивається і має тенденції до нарощування обсягів.

Європейська конференція міністрів транспорту (1984 р.) виділяє три види автобусних подорожей:

- 1) поїздки на рейсових автобусах;
- 2) поїздки на човникових автобусах;
- 3) спеціальні (чартерні) рейси [61, с. 229].

При організації автобусних поїздок у країни ЄС необхідно суворо дотримуватися вимог, передбачених Європейською угодою про міжнародні перевезення пасажирів автобусами.

В Європі серйозна увага приділяється технічному стану автобусів, які використовуються для перевезень туристів. Так, у багатьох країнах на туристичних маршрутах заборонена робота автобусів, якщо термін їх експлуатації перевищує 8 років.

У відповідності до рішення Європейської конвенції по роботі екіпажів транспортних засобів від 24 квітня 1995 р., всі автобуси з кількістю місць більше 9 повинні бути обов'язково обладнані тахографами.

Тахограф – це бортовий прилад для об'єктивного контролю й обліку роботи автомобіля та водія. Він автоматично записує і показує швидкість руху, пробіг, поточний час, різні періоди праці й відпочинку водія [61, с. 231].

Автобусні перевезення можуть бути організовані на власних автобусах, які належать туристичним фірмам, а також на орендованих автобусах, власниками яких є незалежні автотранспортні підприємства.

Права й обов'язки перевізника і туристів регламентуються договором на перевезення, угодою на туристичне обслуговування і ваучером.

Важливе значення відводиться організації подорожей з використанням власного транспорту туристів. Найбільш популярні виїзди до місць відпочинку, на природу, пізнавальні поїздки по

історичних місцях, до пам'яток культури, архітектури тощо. У зв'язку з близькістю кордонів ряду європейських країн дедалі частіше використовується власний автотранспорт для поїздок за кордон. Особливо поширена така форма організації туристичних поїздок у прикордонних областях.

Популярною послугою для туристів, які перебувають у стаціонарних місцях відпочинку, є прокат автомобілів. Оренду автомобіля можна замовити ще під час придбання туру в туристичному агентстві, включивши її в пакет послуг.

Залізничні подорожі, або перевезення туристів залізницею, є зручним засобом транспортування будь-якої категорії туристів, починаючи від туристів-індивідуалів, великих і малих туристичних груп на регулярних лініях і чартерних поїздах і закінчуючи організацією спеціальних туристично-екскурсійних поїздів місцевого і далекого сполучення.

У системі пасажирських перевезень поїзди поділяються на рейсові, які рухаються по суворо встановленому маршруту, з дотриманням часового проміжку та графіка руху, і на позарейсові (чартерні), які комплектуються в міру необхідності. Це стосується й туристичних поїздів.

Поїзди і вагони також поділяються на різні категорії.

Категорії поїздів: приміський, пасажирський, швидкий, швидкісний.

Категорії вагонів: сидячий, плацкартний, купейний, спальний, вагон-ресторан, поштовий.

Організація транспортних перевезень залізницею має переваги тоді, коли використовується пряме сполучення між місцем проживання і місцем відпочинку. Особливо це важливо при транспортуванні туристів за кордон. Україна має густу мережу залізних доріг, що дозволяє організовувати різноманітні за формою і змістом маршрути з використанням можливостей залізниці.

Не менш важливим засобом переміщення туристів є теплоходи, паромі, яхти, човни, плоти, байдарки та інші плавальні засоби. Тут використовуються як внутрішні водні артерії, так і міжнародні морські та річкові лінії.

В Україні досить розповсюджені круїзні подорожі, які являють собою туристичну поїздку по морю або річці, на борту спеціального пасажирського судна.

Круїз – це морський (річковий) тур, у базову вартість якого включено комплексне обслуговування на борту судна, зокрема: проїзд, проживання в каюті, харчування, розваги та інші спеціальні заходи. Основними круїзними регіонами є Середземне море, Чорне море; круїзи організовують по Дунаю, Дніпру та інші.

При екстремальному туризмі використовуються гірські річки Карпатського регіону України для організації сплавів на човнах, плотах, байдарках.

Цікавими для певної категорії туристів є також мотоциклетні, велосипедні, кінні та інші маршрути, де використовуються нетрадиційні засоби пересування.

5.4. Якість туристичного продукту та його конкурентоспроможність

Будь-який продукт є носієм різних конкретних властивостей, що відображають його корисність і відповідають певним потребам та вимогам. Корисність продукту відбиває його споживчу вартість, яка у свою чергу має бути оціненою, тобто має бути визначена його якість.

Згідно з визначенням Міжнародної організації по стандартизації, якість – це сукупність властивостей і характеристик продукту, які надають йому здатність задовольняти обумовлені чи передбачені потреби.

Існує також визначення якості продукції, дане Державним стандартом України: якість як економічна категорія відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення.

Туристичний продукт є поняттям комплексним, яке формується з багатьох взаємопов'язаних складових – туристичних послуг.

Важливими нормативними документами, які встановлюють норми, правила та вимоги до туристичного продукту, є стандарти. В межах СНД підписана угода про проведення узгодженої політики в галузі стандартизації і прийнято „Положення про Міждержавну Раду по стандартизації, метрології і сертифікації”.

Головні міждержавні стандарти в галузі туризму такі:

– ГОСТ 28681.1-95 – „Туристско-экскурсионное обслуживание” (проектирование туристских услуг);

- ГОСТ 28681.2-95 – „Туристские услуги”
(общие требования);
- ГОСТ 28681.3-95 – „Туристско-экскурсионное обслуживание”
(требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов);
- ГОСТ 28681.4-95 – „Туристско-экскурсионное обслуживание”
(классификация гостиниц);
- ГОСТ 30389 – 95 – „Общественное питание”
(классификация предприятий);
- ГОСТ 30523 – 97 – „Услуги общественного питания”
(общие требования);
- ГОСТ 30524 – 97 – „Общественное питание”
(требования к обслуживающему персоналу).

Основні національні стандарти в галузі туризму:

- ДСТУ 3862-99 – „Громадське харчування. Терміни та визначення”;
- ДСТУ 4268:2003 – „Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги”;
- ДСТУ 4269:2003 – Послуги туристичні. Класифікація готелів”;
- ДСТУ 4231:2004 – „Заклади ресторанного господарства. Класифікація”;
- ДСТУ 4527:2006 – „Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення.”
- ДСТУ ISO 9004-2-96 – „Управління якістю та елементи системи якості. Частина 2. Настанови щодо послуг”.

Якість послуги визначається вимогами статті 12 Закону України „Про захист прав споживачів”, згідно з яким „Продавець (виготівник, виконавець) зобов’язаний передати споживачеві товар (роботу, послугу), який за якістю відповідає вимогам нормативних документів, умовам договору, а також інформації про товар (роботу, послугу), що надається продавцем (виготівником, виконавцем).”

Існують показники якості турпродукту **загальні**, які оцінюють якість усього продукту та **диференційовані**, що у свою чергу поділяються на **одиничні й комплексні**.

Одиничні показники якості характеризують будь-яку одну властивість туристичного продукту. Комплексні відображають декілька властивостей одночасно.

Сфера туризму характеризується тим, що основна увага в ній при створенні системи якості продукту звертається на якість сервісу. Якість сервісу – ключ до комерційного успіху. Готелі й ресторани, екскурсійні бюро і туристичні агентства часто при абсолютно однаковій матеріальній базі та ідентичному напрямку діяльності відрізняються один від одного тільки рівнем сервісу, що є інколи головним у конкурентній боротьбі.

За аналогією з товарами, які мають матеріально-речову форму, в туристичному продукті також виділяють три рівні:

- продукт за задумом;
- продукт у реальному виконанні;
- продукт із підкріпленням.

В основі будь-якого туристичного продукту лежить необхідність задоволення певних потреб. Тому серцевиною продукту, його суттю є так званий задум, тобто його спрямованість на розв’язання певної проблеми, задоволення конкретної потреби. Що ж придбав турист, купивши певний туристичний продукт?

Насправді він придбав не продукт як такий, із певним набором властивостей, а його здатність задовольняти деякі свої потреби. Отже, для туристичного підприємства велике значення має надання і поширення не властивостей свого продукту, а його реальної користі й вигідності для клієнта.

Якщо задум туристичного продукту виступає його змістовною стороною, то за формою туристичний продукт у реальному виконанні являє собою саме визначений набір властивостей, які дозволяють реалізувати цей задум, тобто задовольнити певні потреби клієнта. Тому на другому рівні туристичного продукту розглядаються його властивості і характеристики: рівень якості, комфорт, престиж, економічність, безпечність, враження і т.ін.

Підкріплення туристичного продукту значною мірою сприяє пошуку й закріпленню клієнтів. На третьому рівні важливе значення має не тільки якість самого турпродукту, а й якість обслуговування, яка визначається:

- оперативністю роботи щодо підбору й організації туру по запиті клієнта;
- ввічливістю обслуговування, увагою до запитів кожного клієнта, терпінням при обговоренні маршруту тощо;

- відповідністю туру, що пропонується, реальному змісту;
- наявністю погодження всіх складових комплексного обслуговування;
- часом підбору маршруту;
- часом оформлення необхідних документів;
- часом отримання довідкової інформації та ін.

Ідея підкріплення туристичного продукту спонукає уважно приглянутися до системи поведінки клієнта, на те, як він комплексно підходить до проблеми, яку намагається розв'язати завдяки придбаному туристичному продукту. З погляду конкуренції такий підхід дозволяє туристичному підприємству вишукувати можливості підкріплювати свої пропозиції найбільш ефективно.

Виникає нова конкуренція, не тільки між туристичними продуктами й послугами, які пропонують різні фірми, підприємства та організації, а й між тим, чим вони додатково забезпечуть свої продукти у вигляді специфічних послуг, консультацій, інформації, особливостей обслуговування та ін. Тому туристичні підприємства повинні постійно вишукувати нові шляхи підкріплення запропонованих на ринок продуктів.

Специфіка сфери туризму полягає в тому, що продукт, який виробляється частково або повністю, не відчутний на дотик, а ефект сервісу оцінюється споживачем в умовах певного емоційного стану, який залежить від великої кількості факторів, зокрема, від таких суб'єктивних характеристик туриста, як особливості виховання, вік, культурні традиції народу, представником якого є гість, поняття про комфорт, звички, самопочуття та психологічний стан на момент отримання послуг, фізіологічні особливості організму та ін.

Все це робить сприйняття якості турпродукту не завжди об'єктивним, а залежним від індивідуальних характеристик кожного туриста.

Отже, якість – один із найважливіших факторів у конкурентній боротьбі на ринку турпослуг.

Під конкурентоспроможністю продукції розуміють сукупність її властивостей, що відбиває міру задоволення конкретної потреби порівняно з репрезентованою на ринку аналогічною продукцією. Вона визначає здатність витримувати конкуренцію на ринку, тобто

мати якісь вагомі переваги над виробами такої ж продукції інших виробників.

У процесі виробництва туристичного продукту матеріалізуються найважливіші (визначальні) елементи його конкурентоспроможності. Це, як ми вже зазначали, – **якість і витрати**.

Визначаючи конкурентоспроможність продукту, виробник має обов'язково знати вимоги потенційних покупців та оцінки споживачів. Тому формування конкурентоспроможності починається з визначення суттєвих споживчих властивостей, за якими оцінюється принципова можливість реалізувати продукт на відповідному ринку, де покупці постійно порівнюватимуть його з продуктами конкурентів щодо міри задоволення конкретних потреб і цін реалізації.

Для визначення конкурентоспроможності туристичного продукту виробнику необхідно знати:

- конкретні вимоги потенційних покупців (споживачів) до пропонованого на ринку продукту;
- можливі розміри та динаміку попиту на продукт;
- розрахунковий рівень ринкової ціни;
- очікуваний рівень конкуренції на ринку;
- визначальні параметри продукту основних конкурентів;
- найбільш перспективні ринки для відповідного продукту та етапи закріплення на них;
- термін окупності сукупних витрат.

На силу конкурентної боротьби у сфері туризму впливає багато факторів. Але деякі з них повторюються частіше за інші. Розглянемо найбільш важливіші:

1. Боротьба посилюється, коли кількість конкурентів (фірм і підприємств) збільшується і вони стають відносно рівними з точки зору розмірів і можливостей.

Кількість фірм – важливий фактор, оскільки більша кількість підприємств підвищує ймовірність нових стратегічних ініціатив. При цьому зменшується вплив окремих фірм на всіх інших.

2. Конкурентна боротьба посилюється тоді, коли попит на продукт зростає повільно. Це стимулює появу нових стратегічних ідей, маневрувань і заходів, спрямованих на переманювання клієнтів конкурентів.

3. Конкуренція на туристичному ринку посилюється у зв'язку з тим, що попит на туристичні послуги схильний до значних сезонних коливань. Тому фірми часто вдаються до використання знижок, поступок та інших тактичних дій, метою яких є збільшення продажу.

4. Конкурентна боротьба посилюється, коли туристичні продукти фірм недостатньо диференційовані. Диференціація туристичного продукту має можливість урізноманітнювати конкурентну боротьбу через примушування фірм вишукувати нові шляхи підвищення якості туристичних послуг.

5. Боротьба має тенденцію до посилення, коли вихід із ринку стає дорожчим, ніж продовження конкуренції.

Ці та інші фактори та їх реальний прояв переконливо свідчать, що конкурентне середовище на туристичному ринку повинно бути предметом самостійного вивчення й оцінки, а відношення між суб'єктами ринку, які складаються в ході конкурентної боротьби і визначають інтенсивність конкуренції, є важливим напрямком маркетингових досліджень.

Аналіз конкурентів і вироблення конкретних дій по відношенню до головних суперників інколи приносять навіть більше користі, ніж вагоме реальне зростання.

Знаючи сильні й слабкі сторони конкурентів, можна оцінити їх потенціал, цілі, теперішню й майбутню стратегії. Це дозволить стратегічно точно зорієнтуватись у тому, де конкурент слабше. Так, підприємство може розширювати власні переваги в конкурентній боротьбі.

5.5. Туристичний ринок та організація просування туристичного продукту

Сфера туризму достатньо диференційована й надає різнобічні можливості для організації найвишуканіших подорожей. Практично будь-який запит туристів може бути задоволений через ринок туристичних послуг.

Туристичний ринок – система світових господарських зв'язків, де здійснюється процес перетворення туристсько-екскурсійних послуг на грошові кошти і зворотного перетворення грошових коштів на туристсько-екскурсійні послуги.

Туристичний ринок, як і решта ринків, функціонує на основі дії законів попиту і пропозиції. Туристичний попит – це суспільна потреба в туристичному продукті. Туристична пропозиція – сукупність виробничих можливостей підприємств, спроможних надати туристичний продукт. У поняття „туристична пропозиція” входить як матеріальна база туризму, так і туристичні послуги, товари, якісне і повне надання яких можливе тільки при достатньому розвитку інфраструктури відпочинку.

Туристичний ринок – економічна система взаємодії чотирьох основних елементів:

- 1) туристичного попиту;
- 2) пропозиції туристичного продукту;
- 3) ціни;
- 4) конкуренції.

Сучасний туристичний ринок достатньо розвинутий. Як і будь-який інший ринок, туристичний ринок свого часу пройшов шлях від ринку продавця, коли виробник вирішує, який продукт, в якій кількості виробляти і де продавати, до ринку покупця, коли покупець визначає, що, в якій кількості і за якою ціною виробляти.

У широкому розумінні ринок є цариною прояву економічних відносин між людьми, які виникають у процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання.

Розширене трактування розкриває дуже важливий суттєвий аспект ринку, який дає змогу визначити його місце і роль у процесі відтворення: ринок забезпечує органічний зв'язок між виробництвом і споживанням, перебуває під їхнім впливом і сам впливає на них. На ринку виявляються реальні обсяги та структура різноманітних потреб, суспільне значення виробленого продукту і витраченої на його виготовлення праці, встановлюється співвідношення між попитом і пропозицією, яке формує певний рівень цін на товари та послуги.

Окрім спеціальної функції із забезпечення руху товарів та послуг від виробника до споживача, ринок виконує в економічній системі суспільства регулятивно-контрольну та стимулюючу функції. Світовий досвід свідчить, що ринок є найбільш досконалим інструментом саморегуляції суспільного виробництва.

Стимулююча функція ринку полягає в тому, що він ініціює виробництво саме тих товарів та послуг, які потрібні споживачам.

Наприклад, туристичний ринок зорієнтований на конкретного споживача, на його побажання, смак, звички, мету подорожі. Через механізм конкуренції туристичні послуги розширюються в асортименті, поліпшується їхня якість, знижуються витрати на виробництво, вони надаються споживачу в комплексі чи вибірково.

Процес просування туристичних послуг до кінцевого споживача складний, нерідко не передбачає безпосереднього зв'язку між ними. В процесі просування туристичні послуги комплектуються в туристичний продукт (через туроператора) і через систему дистрибуції (через турагентства) доводяться до споживача. У схематичному вигляді це зображено на рисунку 5.5.1.

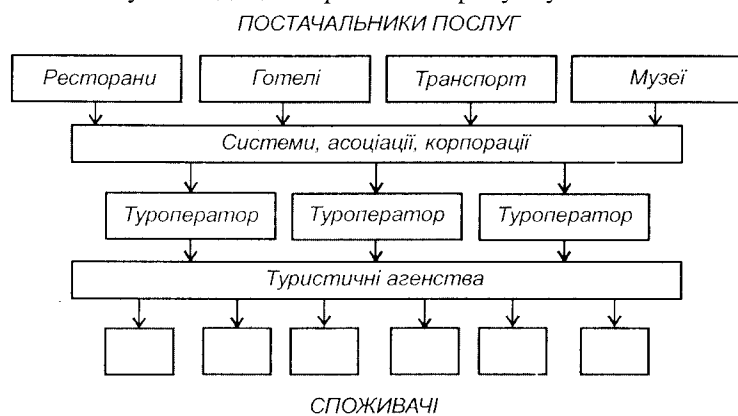


Рис. 5.5.1

Якщо розглядати туристичний ринок із позицій його суб'єктного складу то можна виділити п'ять основних типів ринків:

- ринок виробників туристичних послуг – сукупність підприємств і фізичних осіб, що закупають товари та послуги для використання їх у виробництві інших товарів і послуг;
- ринок проміжних продавців (посередники, турагенти) – сукупність осіб та організацій, які стають власниками послуг для перепродажу із зиском для себе;
- ринок споживачів – окремі фізичні та юридичні особи, які отримують послуги для особистого споживання;
- ринок громадських установ, які купують послуги для забезпечення діяльності різних некомерційних організацій;

- міжнародний ринок – зарубіжні покупці, споживачі, виробники, проміжні продавці.

Туристичний ринок як сфера обміну послуг має свої просто-ррово-територіальні межі. З урахуванням останніх, а також масштабів обміну можна виділити місцевий, регіональний, національний, транснаціональний і світовий ринки. Кожному з них притаманні власні специфічні риси, зумовлені місткістю ринку, різновидами послуг, особливостями інфраструктури, рівнем цін та іншими чинниками.

Поряд із визначеними законодавством України нормами і правилами господарювання та юридичної відповідальності у ринковій економіці сформувалися і широко використовуються у підприємницькій діяльності загальноновизнані принципи поведінки суб'єктів господарювання на ринку. Особливе місце займає *принцип соціального партнерства*, який випливає з того, що підприємство як соціально-економічна цілісність водночас є складовою частиною свого зовнішнього оточення. Тому разом із суто економічними функціями з виробництва продукції і послуг та одержання завдяки цьому максимально можливого прибутку підприємство зобов'язане постійно цікавитися питаннями соціального розвитку не тільки свого трудового колективу, а й місцевого населення. Соціально відповідальна поведінка всіх суб'єктів господарювання уможливіє узгодження їхніх дій в суспільстві, надійне партнерство з іншими суверенними соціальними верствами і групами, державними і громадськими організаціями.

Іншим важливим принципом поведінки на ринку є *принцип свободи підприємництва*, який забезпечується певними правами підприємства. Головні з них – ініціатива й самостійна економічна діяльність, самостійний вибір виробництва послуг та прийняття будь-яких господарських рішень, свобода ціноутворення та право вільного розпорядження майном і прибутком та ін.

Розглядаючи туристичне підприємство та його діяльність на ринку, необхідно мати на увазі насамперед ті підприємства, основна мета яких – надання туристичних послуг, а решта ж видів діяльності є супутніми, побічними. Але і в цьому випадку не всі підприємства чи організації можна назвати туристичними,

оскільки вони можуть діяти як на комерційній, так і на некомерційній основі.

Метою комерційної діяльності туристичного підприємства є отримання прибутку за рахунок надання різних видів туристичних послуг і задоволення потреб у них клієнта. Некомерційними організаціями можуть бути профспілки, інші підприємства та організації, які використовують туристичний продукт для власного споживання.

Економічна діяльність у галузі туризму полягає в забезпеченні ефективного використання наявної та створення нової матеріально-технічної бази туризму, збільшення валютних надходжень до бюджету держави, кооперування коштів суб'єктів туристичної діяльності, зайнятості населення, задоволення його різноманітних потреб. Основними завданнями економічної діяльності є створення туристичного продукту та надання туристичних послуг, формування ринку туристичних послуг, удосконалення інфраструктури туризму, розвиток внутрішнього та іноземного туризму.

Контрольні запитання та завдання

1. Охарактеризуйте туристичну послугу та її особливості.
2. Які складові туристичного пакета?
3. Що таке туристичний продукт?
4. Які спеціалізовані підприємства беруть участь у виробництві туристичного продукту?
5. Як класифікуються готелі?
6. Перерахуйте основні вимоги до готелю.
7. Що Вам відомо про таймшерний бізнес?
8. Які основні вимоги до організації харчування?
9. За якими ознаками класифікуються транспортні подорожі?
10. Яке місце займають розваги та інші програмні заходи в туристичній подорожі?
11. Назвіть основні стадії життєвого циклу туристичного продукту.
12. Дайте визначення якості туристичного продукту та назвіть основні показники.
13. Які Вам відомі міждержавні та національні стандарти в галузі туризму?
14. Охарактеризуйте туристичний ринок та його основні елементи.

Розділ 6. ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТА СТРАТЕГІЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ

6.1. Планування діяльності туристичного підприємства

Планування діяльності туристичного підприємства є однією з найважливіших функцій управління підприємством. Планування є процесом визначення цілей, що їх передбачає досягти підприємство за певний період, а також процесом визначення способів досягнення таких цілей.

Процес планування є спробою уявити собі картину майбутнього. Це процес, який передбачає знання теперішнього стану справ і тенденцій розвитку, що допомагають передбачити майбутнє, а також володіння методикою, дозволяючою змодельовати перехід із теперішнього стану в майбутній прогнозований стан.

Планування – це процес вироблення і прийняття рішень, які дозволяють забезпечити ефективне функціонування й розвиток підприємства в майбутньому.

Планування передбачає: обґрунтований вибір цілей, визначення політики, розробку заходів і методів досягнення цілей, забезпечення основи для прийняття наступних рішень.

Залежно від тривалості планового періоду плани поділяються на:

- довгострокові (стратегічні);
- середньострокові (поточні);
- короткострокові (оперативні).

У довгостроковому плані (10–15 років) формуються завдання, пов'язані за часом та ресурсами, а також загальна стратегія поставлених цілей. Довгострокові плани включають укрупнені показники діяльності підприємства, які розробляються на основі попередньо проведених досліджень і складання прогнозів розвитку

підприємства. Цей вид планів ще можна назвати перспективним плануванням.

Середньостроковий план – це деталізований стратегічний план, в якому поєднуються всі напрямки діяльності підприємства на поточний фінансовий рік.

Короткостроковий план присвячений вирішенню конкретних питань діяльності підприємства в короткостроковому періоді, має вузьку спрямованість, високий ступінь деталізації і характеризується великим розмаїттям прийомів та методів.

Якщо довгострокові та середньострокові плани багато в чому носять рекомендаційний характер, то оперативний (короткостроковий) план є керівництвом до дій, розкриваючи довго- та середньострокові плани по кожній позиції.

Серед великої кількості видів планування необхідно виділити *інвестиційний* – план капітальних вкладень, які спрямовуються на створення нових чи модернізацію існуючих виробничих потужностей. *Бізнес-план* – програма діяльності підприємства, план конкретних цілей діяльності підприємства, який включає оцінку очікуваних витрат та доходів. Розробляється на основі маркетингових досліджень.

Сучасні туристичні фірми в основному займаються поточним та оперативним плануванням. Але для того, щоб успішно працювати на ринку тривалий час, необхідне стратегічне планування, яке включає в себе розробку довгострокових планів розвитку фірми на основі проведеного комплексного аналізу, наукове прогнозування ринкової ситуації і перспектив розвитку галузі в різних туристичних регіонах.

Планування діяльності туристичного підприємства здійснюється за допомогою різних методів. Розглянемо основні з них.

Ресурсний метод планування (за можливостями), в якому враховуються ринкові умови господарювання та наявність ресурсів. Цей метод може застосовуватись за монопольного становища підприємства або за слабкої конкуренції.

Цільовий метод (за потребами) передбачає планування, початковим моментом якого стають потреби ринку, попит на туристичний продукт (послуги).

Метод екстраполяції (екстраполяція – поступальний рух) – планування за відсутності загроз із боку конкурентів і надія на те,

що розвиток у майбутньому відбуватиметься зі збереженням показників, темпів і пропорцій, досягнутих на момент розробки плану.

Інтерполятивний метод принципово протилежний методу екстраполяції. За інтерполятивним методом планування, підприємство встановлює ціль для досягнення її в майбутньому і на цій підставі визначає тривалість планового періоду та проміжні планові показники. Інтерполятивний метод передбачає зворотний рух – від встановленої мети та відповідного кінцевого значення планових показників до обчислення проміжних їхніх величин.

За такою класифікаційною ознакою, як спосіб розрахунку планових показників, використовують *дослідно-статистичний метод*, який передбачає використання статистичних даних за попередні роки. Більш обґрунтований *факторний метод* планування, згідно з яким планові значення показників визначають на підставі розрахунків впливу найважливіших чинників, що зумовлюють зміни цих показників. Найбільш точний *нормативний метод* планування, суть якого полягає в тому, що планові показники розраховуються на підставі прогресивних норм використання ресурсів з урахуванням їхніх змін у результаті впровадження організаційно-технічних заходів у плановому періоді.

Для ув'язування потреб із необхідними ресурсами для виробництва туристичного продукту та послуг використовують *балансовий метод* планування.

За різними класифікаційними ознаками (варіантність планів, спосіб виконання розрахункових операцій, форма подання планових показників), методи планування можуть бути *однoваріантними, поліваріантними, ручними, механізованими, автоматизованими, табличними, лінійно-графічними* та іншими.

У діяльності туристичних підприємств існує багато способів планування, але основними з них, які стосуються роботи конкретного підприємства в ринкових умовах, є такі способи планування: зверху вниз; знизу вверх; змішаний і цільовий.

Кожна фірма вибирає такий спосіб планування, який найбільш точно відповідає її потребам і специфіці роботи. Окрім того, вибір способу планування здебільшого визначається традиційними

підходами до управління, які склалися в конкретній фірмі, місті, регіоні.

Планування зверху вниз. При цій формі планування керівник фірми разом зі своїми заступниками розробляє стратегію розвитку фірми на запланований період і окреслює основні шляхи її досягнення. Потім основні показники розвитку фірми на запланований період передаються в плановий або економічний відділ для розробки планів і після затвердження керівництвом фірми доводяться до відома всіх підрозділів, які вишуковують способи їх виконання.

Цей вид планування найчастіше застосовується в Україні та інших країнах СНД, оскільки таке планування ґрунтується на командно-адміністративному стилі управління, який звичний для більшості наших нових підприємств.

Недоліком такого підходу до планування є те, що керівництво фірми не завжди може побачити потенційні можливості низових ланок і врахувати їх. До того ж недоліки планування чи поточної роботи фіксуються саме низовими ланками, які далеко не завжди мають можливість донести цю інформацію до керівництва.

Планування знизу вгору. Цей вид планування передбачає велику самостійність і відповідальність усіх підрозділів фірми і кожного працівника. Найбільш дієва ця система для акціонерних товариств закритого типу. При такому способі планування кожний працівник аналізує свою поточну роботу, знаходить резерви для її вдосконалення і подає керівництву свого підрозділу пропозиції про роботу в майбутньому періоді. Керівник підрозділу самостійно або з працівниками на основі наданих пропозицій формує програму (план) роботи свого підрозділу в плановому році й передає цю інформацію в плановий відділ, де власне і відбувається процес планування та координування роботи всіх підрозділів. Потім план повертається в підрозділи, де розглядається і схвалюється, а при необхідності й коректується з урахуванням зауважень і передається на затвердження керівнику підприємства.

Ця форма планування базується на філософії тих фірм, які пропагують творчий підхід в управлінні підприємством працівниками всіх рівнів. Довіра до виконавців стимулює їхню працю та надає їй значущості у власних очах. Але і згаданий спосіб

планування має недоліки. Насамперед це неможливість „знизу” визначити і оцінити глобальність завдань, які стоять перед підприємством.

Змішаний спосіб планування застосовується в роботі багатьох іноземних приватних фірм. Суть його полягає в тому, що керівництво фірми розробляє основні показники діяльності в плановому періоді й передає їх у відповідні підрозділи. Там аналізуються можливості виконання поставлених завдань, розробляються програми досягнення цілей і після коректування інформація передається в плановий відділ, де вона зводиться в єдиний чорновий план, який після розгляду та доопрацювання у відповідності з побажаннями обох сторін погоджується та затверджується.

Цільовий спосіб планування використовують в основному середні та великі туристичні фірми, які працюють в умовах жорсткої конкурентної боротьби. На першому етапі за результатами маркетингових досліджень і розроблених на їх основі прогнозів, керівництво підприємства формулює завдання підрозділам що до обсягу надання послуг та прибутку, тобто ставить певну ціль. На другому етапі керівники підрозділів разом зі своїми підлеглими розробляють заходи по виконанню завдань та досягненню цілі і передають їх на розгляд адміністрації. Цей спосіб планування дозволяє об’єднати кращі риси трьох перших способів планування як при складанні річних, так і при розробці стратегічних планів.

6.2. Стратегія розвитку підприємства та бізнес-планування

Зміна ринкового середовища зумовлює необхідність застосування стратегічного підходу до системи господарювання на підприємствах туризму.

Розробляючи комплексну програму дій по виконанню пріоритетних для підприємства завдань, визначаючи його місію та головну мету, стратегія формулює цілі та способи досягнення цих завдань так, щоб вказати підприємству певний напрямок розвитку. За своїм змістом стратегія є довгостроковим плановим документом.

Першим, найбільш суттєвим і визначальним рішенням за стратегічного планування є вибір цілей. Основну ціль підприємства називають *місією*. Виходячи із загальної місії підприємства, формулюють його інші стратегічні цілі, які мають бути конкретними та вимірюваними, збалансованими, зорієнтованими в часі та досяжними, ресурсно забезпеченими та такими, що підтримують одна одну.

Після визначення місії та цілей починається діагностичний етап стратегічного планування. Першим важливим кроком є вивчення зовнішнього середовища – це безперервний процес спостереження, вивчення та контролю дії зовнішніх чинників щодо підприємства для того, щоб своєчасно та вичерпно визначити можливості й загрози для підприємства, тобто позитивну і негативну дію зовнішніх чинників – політичних, економічних, науково-технічних, соціальних, міжнародних тощо.

Для розробки та здійснення стратегії велике значення має аналіз ринкових чинників, які через свою постійну й високу мінливість можуть безпосередньо вплинути на успіх або крах підприємства. Мова йде про мікроекономічний аналіз попиту, пропозиції та рівня конкуренції.

Методи вибору генеральної стратегії можна розділити на дві групи: перша – за монопрофільної діяльності або вузької номенклатури туристичних послуг, що пропонуються споживачам; друга – за диверсифікованого виробництва.

Аналіз показує, що туристичні організації, фірми, компанії, які успішно конкурують у сфері туризму, керуються трьома стратегічними методами, які застосовуються як окремо, так у поєднанні:

1. Розвиток виробництва існуючого туристичного продукту за сформованими напрямками.
2. Розширення географії поїздок, формування і продаж послуг за рахунок нових районів туристичного призначення.
3. Упровадження зустрічних сфер туристичної діяльності, в тому числі через створення нових підприємств.

Розвиток туризму на основі стабільного ринку та стійкого становища на ньому можна простежити на прикладі роботи Бюро міжнародного молодіжного туризму „Супутник”. З 1958 року до 1995 року „Супутник” зберігав постійне зростання туристичних

продажів та пропозицій. За період з 1970 по 1985 роки ця компанія щорічно збільшувала обсяги наданих туристичних послуг на 15%, випереджаючи темпи зростання інших підприємств та об'єднань. До 1993 року „Супутник” фактично був єдиним виробником послуг за сформованими напрямками і зумів підійти до рівня стабільного продажу туристичного продукту в Україні та майже в усіх країнах колишнього СРСР, навіть в умовах власної децентралізації.

Розвиток туризму за рахунок розширення географії подорожей та формування нового туристичного продукту приніс успіх багатьом туристичним підприємствам, які з'явилися на туристичному ринку в 1992–1994 роках. На противагу „Супутнику” та „Інтуристу”, такі туристичні фірми, як „Сам”, „Гамалія”, „Венея”, „Яна” та інші, активно розвиваються за рахунок постійного запровадження нових маршрутів і турів, а також нових типів програм перебування. Нові тури та послуги в поєднанні з ринком попиту дозволили цим фірмам розширити реалізацію власного туристичного продукту практично у всіх регіонах України і досягти високих показників у розвитку своїх підприємств.

Упровадження нових видів діяльності зумовило подальший розвиток деяких великих і середніх туристичних підприємств. Починаючи з 1996 року керівництво ряду великих фірм приймає рішення про вкладання коштів у розбудову туристичної інфраструктури (будівництво готелів, мотелів, ресторанів, кафе, придбання пасажирського транспорту тощо). І сьогодні вони найбільш представницькі компанії в туристичній галузі України. Це готельний комплекс „Дніпро” в Києві, туристичні комплекси „Буковель” в Івано-Франківській області та „Мигово” в Чернівецькій, туристичні об'єднання „Турист” та „Супутник” і багато інших.

При виборі відповідної стратегії необхідно мати на увазі, що викладені вище методи можна поєднувати і вони можуть збігатися при розробці програми розвитку на декілька років.

Базова стратегія як генеральний напрямок є стрижнем стратегічного плану підприємства. Згідно із циклом розвитку можна вибрати одну з таких базових стратегій:

- *стратегію зростання*, що відбиває намір підприємства збільшувати обсяги продажу, прибутку, капіталовкладень тощо;

- *стратегію стабілізації* – в разі діяльності підприємства за відчутної нестабільності обсягів продажу та прибутку;
- *стратегію виживання* – суто оборонну стратегію, що застосовується за глибокої кризи підприємства.

Стратегія туристичного підприємства повинна бути добре розроблена і чітко сформульована, а потім доведена до відома кожного працівника. Щоб полегшити процес формування стратегії підприємства, необхідно використати просте й наочне графічне зображення, відоме під назвою „дерево цілей” (див. рис. 6.2.1)

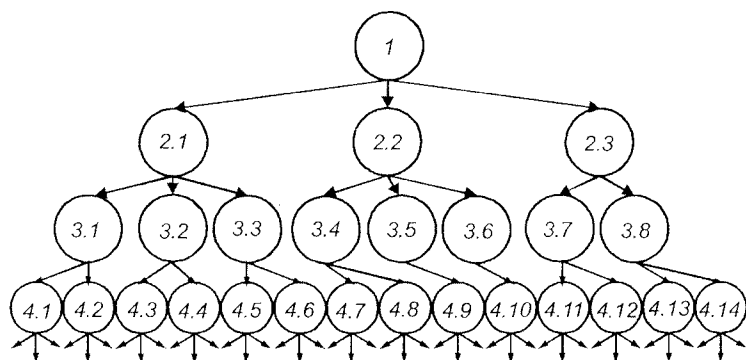


Рис. 6.2.1

„Дерево цілей” кожної фірми може включати такі важливі складові, як: ціль (1-й рівень), підцілі (2-ий рівень: підцілі 2.1, 2.2, 2.3, ...), завдання фірми щодо реалізації цілей і підцілей (3-й рівень: завдання 3.1, 3.2, 3.3, ...), основні показники стратегічного плану фірми (4-й рівень: показники 4.1, 4.2, 4.3, ...). Далі можлива розшифровка шляхів досягнення кожного показника з більшим ступенем деталізації.

Деталізація стратегічного плану фірми може проводитись або для фірми в цілому, або за окремими підрозділами фірми, окремими напрямками роботи. Великі туристичні підприємства проводять деталізацію стратегії по напрямках своєї діяльності: туроператорської, турагентської, супутньої. Малим фірмам достатньо розробити генеральну стратегію по основному виду діяльності.

Окрім наочності, побудова дерева цілей дозволяє керівництву підприємства проаналізувати всі складові комерційного успіху,

побачити їх вплив на реалізацію цілей і кінцевий результат роботи. Дерево цілей допомагає кожному працівнику фірми побачити власне місце у виконанні поставлених перед підприємством завдань і усвідомити відповідальність за свою ділянку роботи. В кінцевому результаті все це приводить до значного зростання ефективності роботи фірми, поліпшення якості послуг і економічних показників.

Одним із важливих етапів створення туристичної фірми є її *бізнес-план* (бізнес-програма) майбутньої діяльності. Він є основою фінансового менеджменту як для нового підприємства, так і для діючої фірми.

Бізнес-план підприємства – це письмовий документ, в якому викладена суть, напрямки і способи реалізації підприємницької ідеї, схарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні та фінансові аспекти майбутнього бізнесу, а також особливості управління ним.

У ринковій системі господарювання бізнес-план виконує дві важливі функції: *зовнішню* (ознайомлення заінтересованих ділових людей із сутністю та ефективністю реалізації нової підприємницької ідеї) і *внутрішню* (відпрацювання системи управління впровадження підприємницького проекту).

Розробка бізнес-плану нового підприємства проводиться поступовим (ітеративним) методом, а кінцевою метою є обґрунтування необхідності створення цього підприємства або реалізація його інвестиційної програми.

Перша складова бізнес-плану для нового підприємства – вибір основного виду статутної діяльності. Якщо ця туристична діяльність – туроператорська, то необхідно пам'ятати, що виключною діяльністю такого підприємства є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних і супутніх послуг. Якщо ця туристична діяльність – турагентська, то таке підприємство або фізична особа здійснює посередницьку діяльність щодо реалізації туристичного продукту туроператора та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних і супутніх послуг.

Наступним етапом бізнес-плану є вибір дислокації бізнесу (його географії). Якщо майбутня основна діяльність пов'язана з формуванням (виробництвом) та реалізацією внутрішніх турів, то необхідно визначити регіон прийому-відправки туристів. Якщо фірма буде займатись також міжнародним туризмом, то необхідно вибрати ті країни і регіони, куди буде реалізовуватись туристичний продукт, вироблений підприємством. А це пов'язано з маркетингом ринку туристичних послуг у вибраних країнах, вивченням специфіки їх макро- і мікроекономіки, податкової політики, нормативно-правової бази, інфраструктури, туристично-рекреаційних ресурсів та ін.

Черговим етапом бізнес-плану є дослідження ринку туристичних послуг. Мета цього етапу:

- довести конкурентоспроможність вибраних регіонів (країн);
- вибрати в цих регіонах свій сегмент туристичного бізнесу.

Доведення конкурентоспроможності регіону необхідне не тільки самому підприємцю, але і його майбутнім інвесторам. Тут вимагається виняткова об'єктивність аналізу й облік всіх потенційно можливих факторів, бо саме на цьому етапі починається формування прогнозу майбутніх джерел доходу.

Визначивши регіон ринку збуту туристичних послуг, необхідно провести розрахунок максимально можливої ємності цього ринку на перспективу по роках, місяцях, сезонах, днях тижня.

Потім приступають до аналізу конкурентного середовища. При цьому вивчається статистика чисельності туристичних фірм, зареєстрованих у даному регіоні, обсяги реалізації їх туристичних послуг, цінові фактори, наявність монополістів, відмінностей власного туристичного продукту від аналогічного продукту конкурентів. Якщо обсяг ринку і рівень конкуренції дозволять „вписатись” у туристичний бізнес у цьому регіоні, то приймається рішення по сегментації ринку послуг і розробці наступних етапів бізнес-плану.

Одним із важливих елементів виживання туристичного підприємства в умовах конкуренції є ціновий фактор, але для нового підприємства маневрування ціною послуг можливе в певних межах, за винятком виробництва нового позаконкурентного туристичного продукту.

Важливою складовою бізнес-плану є маркетинг-план, який включає такі складові: технологія реалізації туристичного продукту, способи стимулювання продажів, ціноутворення, стратегія рекламної компанії, формування громадської думки про фірму та ін.

Наступним етапом бізнес-планування є план виробництва туристичних послуг і контроль якості туристичного продукту. Тут необхідно розглянути питання підготовки турів, їх методичне забезпечення, наявність страхування та договірної документації, формування пакета документів на одержання ліцензії, розробки системи забезпечення і контролю якості наданих послуг тощо.

Одним із відповідальних етапів бізнес-плану є планування роботи персоналу, що поєднує в собі такі аспекти, як розрахунок необхідної кількості працівників, формування штатного розкладу, розробка кваліфікаційних вимог до персоналу, посадових інструкцій і форм оплати праці та ін.

Доцільно включати в бізнес-план також розділи „Юридичне планування” та „Управління ризиками”, в яких, зокрема, вказуються форма власності, правовий статус підприємства, схема підлеглих, загроза банкрутства, санкції і штрафи контролюючих органів.

Найбільш важливий і складний розділ бізнес-плану – „Стратегія фінансування” або „Фінансовий план”. Він є основою фінансового менеджменту, від якого залежить стабільна робота підприємства. Фактично цей розділ узагальнює всі попередні розділи бізнес-плану. Основна мета фінансового плану – це забезпечення позитивного грошового залишку від початку до закінчення впровадження проєкту. Окрім того, фінансовий план розкриває необхідність у капіталі й ефективність його використання.

Фінансовий менеджмент і прогнозування фінансової стабільності підприємства повинні бути прив'язані до вибраних сегментів ринку й регіону конкуренції, а також ув'язані з іншими розділами бізнес-плану.

Якщо створюване туристичне підприємство має на меті реалізацію конкретного інвестиційного проєкту, то в бізнес-план вводиться додатковий розділ „Інвестиційне планування”.

6.3. Ресурсне забезпечення діяльності туристичного підприємства

Окрім туристичних ресурсів та туристичної інфраструктури, найбільш важливими елементами ресурсного забезпечення і головним фактором розвитку туризму є персонал, капітал і виробничі фонди, оборотні кошти, нематеріальні та інвестиційні ресурси.

Персонал підприємства формується та змінюється під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників. До внутрішніх належать технологія та організація виробництва туристичного продукту, характер послуг та ін., до зовнішніх – демографічні процеси, юридичні та моральні норми суспільства, характер ринку праці тощо. Характеристика зовнішніх факторів свідчить про кількісні та якісні параметри трудових ресурсів.

Трудові ресурси – це частина працездатного населення, що за своїми віковими, фізичними, освітніми даними відповідає діяльності туристичної сфери. Слід відрізнити трудові ресурси реальні (кількість працівників, яка зайнята в туристичній сфері) та потенційні (ті, що колись можуть бути залучені до роботи в туристичній сфері).

Персонал підприємства – це сукупність постійних працівників, що отримали необхідну професійну підготовку та (або) мають досвід практичної роботи.

З огляду на те, що робота туристичних підприємств (туроператорів) є виключною діяльністю з організації та забезпечення створення туристичного продукту, реалізації та надання туристичних послуг, а також посередницькою діяльністю з надання характерних і супутніх послуг, а завдання турагентів полягає в реалізації туристичного продукту туроператора та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також у посередницькій діяльності щодо реалізації характерних і супутніх послуг, усіх працівників поділяють на персонал основної та супутньої діяльності.

Згідно з характером функцій, що виконуються, персонал підприємства поділяється на чотири категорії: керівники, спеціалісти, службовці, робітники.

Керівники – це працівники, що займають керівні посади в підприємстві та структурних підрозділах. До них належать директори, менеджери, завідувачі, головний бухгалтер, а також їхні заступники.

Спеціалістами вважаються працівники, що виконують спеціальні туристичні, інженерно-технічні, економічні та інші роботи: екскурсіводи, інженери, економісти, бухгалтери, юристи, адміністратори та інші.

До службовців належать працівники, що здійснюють підготовку й оформлення документації, облік та контроль, господарське обслуговування тощо. Зокрема – це секретарі, друкарки, діловоди, агенти, стенографісти, архіваріуси тощо.

Робітники – це персонал, який безпосередньо задіяний у створенні та наданні послуг, а також зайнятий ремонтом, переміщенням вантажів, перевезенням пасажирів тощо. Це робітники ресторанів, готелів, транспортних засобів, закладів відпочинку, охоронці, прибиральниці, кур'єри та інші.

Персонал туристичного підприємства можна класифікувати за професіями та спеціальностями, рівнем кваліфікації працівників тощо. Кожна галузь, в тому числі й туристична, має лише їй властиві професії та спеціальності. Наприклад: екскурсіводи, перекладачі, гіді та інші. Водночас у сфері туризму працює близько половини персоналу за загальними професіями та спеціальностями. Це бухгалтери, економісти, механіки, водії тощо.

Рівень кваліфікації керівників, спеціалістів та службовців характеризується рівнем освіти, досвідом роботи на певній посаді. Відрізняють спеціалістів найвищої кваліфікації (працівники, що мають наукові ступені та звання), спеціалістів вищої кваліфікації (працівники з вищою спеціальною освітою та значним практичним досвідом), спеціалістів середньої кваліфікації (працівники із середньою спеціальною освітою та певним практичним досвідом), спеціалістів-практиків (працівники, що займають відповідні посади, але не мають спеціальної освіти).

Ці класифікаційні ознаки персоналу підприємства поряд з іншими (стать, вік, стаж) служать основою для розрахунків різних видів структур.

Для ефективного управління підприємством важлива не проста констатація чисельності окремих категорій працівників, а вивчення співвідношення між ними. І якщо в структурі промислового підприємства 18% складають керівники, спеціалісти та службовці, а 82% – робітники, то в структурі туристичного підприємства – 60% – це керівники, спеціалісти, службовці, а 40% – робітники.

Все це дає змогу не тільки виявити вплив фактору персоналу на кінцеві результати діяльності підприємства, а й встановити найсуттєвіші структурні зміни, їхні рушійні сили, тенденції і на цій підставі формувати реальну стратегію щодо розвитку трудових ресурсів.

Жодне новостворене підприємство не зможе успішно функціонувати без наявності капіталу і виробничих фондів.

Капітал у буквальному розумінні означає ту суму коштів, яка необхідна для започаткування та здійснення діяльності підприємства. Це буде авансований капітал (грошова сума), який вкладеться власником у певне підприємство з метою одержання прибутку. Він витрачається на придбання засобів виробництва і найняття робочої сили і відповідно називається *постійним і змінним капіталом*.

У свою чергу постійний капітал поділяється на основний та оборотний.

Основний капітал – це частина постійного капіталу, яка складається з вартості засобів праці (будівлі, споруди, машини, устаткування) та обертається протягом багатьох періодів виробництва. Вони переносять свою вартість на послуги та готовий туристичний продукт частинами і відшкодовуються підприємству в міру реалізації послуг чи туристичного продукту.

Оборотний капітал – це та частина постійного капіталу, яка витрачається на придбання на ринку предметів праці (сировина, матеріали, складові туристичного продукту тощо).

Надання послуг, формування або виробництво туристичного продукту здійснюється в процесі взаємодії праці людини та певних засобів виробництва, які за своїм матеріально-речовим складом становлять *виробничі фонди підприємства*.

Їх поділяють на основні та оборотні.

Основні фонди – це засоби праці, які мають вартість і функціонують у виробництві тривалий час у своїй незмінній

споживчій формі, а їхня вартість переноситься конкретною працею на вартість послуг чи продукції, що виробляється, частинами в міру спрацювання.

Оборотні фонди – частина виробничих фондів у вигляді сукупності предметів праці, елементи яких цілком споживаються в кожному виробничому циклі, змінюють або повністю втрачають натуральну форму і переносять всю свою вартість на вартість послуг або продукції.

Оцінка основних фондів підприємства є грошовим вираженням їхньої вартості. Вона необхідна для правильного визначення загального обсягу основних фондів, їхньої динаміки і структури, розрахунку економічних показників господарської діяльності підприємства за певний період.

Основні фонди оцінюються: залежно від моменту проведення оцінки – за первісною (початковою) вартістю або відновленою вартістю; залежно від стану основних фондів – за повною або залишковою вартістю.

Первісна вартість основних фондів – це фактична їхня вартість на момент уведення їх у дію чи придбання.

Відновлена вартість основних фондів – це первісна вартість, переоцінена за сучасними цінами.

Повна (первісна і відновлена) вартість основних фондів – це вартість у новому, не зношеному стані. Саме за цією вартістю основні фонди рахуються на балансі підприємства протягом усього періоду їхнього функціонування.

Залишкова вартість основних фондів характеризує реальну їхню вартість, ще не перенесену на вартість наданих послуг або виробленої продукції. Вона є розрахунковою величиною й визначається як різниця між повною вартістю та накопиченою на момент обчислення сумою спрацювання основних фондів. Залишкова вартість основних фондів на час їхнього вибуття в результаті спрацювання має назву ліквідаційної вартості.

При виробництві туристичного продукту, наданні послуг, грошові кошти туристичного підприємства (*оборотні кошти*) здійснюють певний кругообіг. На першій стадії кругообігу вони витрачаються на придбання окремих послуг, з яких формується туристичний продукт, або на придбання сировини та інших

матеріальних ресурсів, необхідних для виробництва продукції чи надання послуг, тобто переходять із грошової форми в матеріально-товарну. На другій, виробничій, стадії формується туристичний продукт або послуга, в процес виробництва яких включаються працівники туристичного підприємства, що одержують за виконану роботу заробітну плату. На останній стадії кругообігу туристичний продукт або туристичні послуги продаються і підприємство отримує виручку (грошові кошти), яка не лише повністю відшкодовує раніше авансовані витрати, а й дає певний прибуток.

„Оборотні кошти – це сукупність грошових коштів підприємства, необхідних для формування й забезпечення кругообігу виробничих оборотних фондів та фондів обігу”[4]. До виробничих оборотних фондів відносять виробничі запаси, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів, напівфабрикати власного виготовлення.

До фондів обігу належать залишки готової продукції, відвантажена продукція, грошові кошти на розрахунковому рахунку, дебіторська заборгованість.

Рациональне та економне використання оборотних коштів суб'єктів господарювання у сфері туризму має велике економічне значення. Для оцінки ефективності використання оборотних коштів туристичних підприємств застосовують певні показники, а для підвищення ефективності – відповідні конкретні заходи. Основні показники – це коефіцієнт оборотності, коефіцієнт завантаження, тривалість одного обороту, рентабельність.

Способи підвищення ефективності використання оборотних коштів включають прискорення реалізації продукції та послуг, поліпшення матеріально-технічного забезпечення, скорочення тривалості формування або виробництва туристичного продукту чи послуг, оптимізацію запасів ресурсів тощо.

Важливе значення при створенні й успішній діяльності туристичного підприємства відіграють *нематеріальні ресурси* – це уміння працювати, нові унікальні знання в будь-якій формі, винаходи, фірмові знаки та найменування, комп'ютерні програми, бази даних, раціоналізаторські пропозиції, тобто інтелектуальна власність, яка сприяє монополності в наданні певних послуг або

забезпечує зменшення витрат на виробництво туристичного продукту чи послуг в порівнянні з іншими виробниками.

Нематеріальні ресурси – це складова частина потенціалу підприємства, здатна забезпечувати економічну користь протягом відносно тривалого періоду.

Реалізація права власності на нематеріальні ресурси можлива або через їхнє використання самим власником, або надання з його дозволу такого права іншій зацікавленій стороні. Така передача права використання здійснюється у формі ліцензійної угоди.

Інвестиційні ресурси є однією з основних складових ресурсного забезпечення діяльності туристичних підприємств. Як показують дослідження групи фірм і організацій, зайнятих у сфері туризму, приблизно половину обсягу фінансових коштів становлять інвестиції.

Інвестиції – це довгострокові вкладення капіталу в туристичну (підприємницьку) діяльність із метою отримання прибутку.

Той, хто має капітал і вкладає його у комерційну діяльність, називається інвестором, а сам процес вкладання капіталу – інвестуванням.

Залежно від того, де вкладається капітал, виділяють *внутрішні* (вітчизняні) й *зовнішні* (іноземні) інвестиції. У свою чергу, внутрішні інвестиції поділяються на *фінансові* та *реальні*, а зовнішні – на *прямі* й *портфельні*.

Фінансові інвестиції означають використання наявного капіталу для придбання акцій, облігацій та інших цінних паперів, що їх випускають підприємства або держава.

Реальні інвестиції – це вкладення капіталу з метою оновлення існуючих і створення нових виробництв і як наслідок – одержання набагато більшого прибутку. Такі реальні інвестиції ще називають виробничими, хоча в практиці господарювання за ними закріпилась назва капітальні вкладення.

Зовнішні прямі інвестиції – вкладення капіталу за кордоном, що за величиною становить не менше 10% вартості конкретного проекту.

Портфельні інвестиції є вкладенням капіталу за кордоном, що за величиною становить менше 10% вартості проекту.

Як внутрішні, так і зовнішні інвестиції можуть бути державними й приватними.

Розвиток туризму в Україні, ефективна діяльність туристичних підприємств значною мірою залежать від загальнодержавного інвестиційного потенціалу, який формується за рахунок різних фінансових джерел, у тому числі й іноземних інвестицій.

Іноземне інвестування може здійснюватися в різних формах залежно від типу інвестора, його мети та ступеня ризику, на який він готовий. Основними видами прямих іноземних інвестицій є вкладання коштів у:

- 1) створення спільних підприємств;
- 2) започаткування діяльності дочірніх підприємств (філій);
- 3) укладання ліцензійних угод із вітчизняними фірмами;
- 4) придбання неконтрольних пакетів акцій, або частки у статутному фонді;
- 5) придбання контрольного пакета акцій, або контрольної частки у статутному фонді.

Цілеспрямовані та вміло використані іноземні інвестиції в основному високоефективні як для іноземного інвестора, так і для підприємства-одержувача інвестицій. За умови політичної стабільності та сприятливого економічно-інвестиційного клімату, іноземний інвестор завжди матиме прибуток від вкладення власного капіталу. Ефективність іноземних інвестицій визначається передовсім через розмір дивідендів або доходність (прибуток на одиницю) від вкладених фінансових коштів і через термін окупності (повернення) останніх. В Україні, і зокрема, в туристичній галузі, названі показники реально мають достатньо високі значення і цим самим підтверджують ефективність іноземних інвестицій.

6.4. Організація рекламної діяльності туристичного підприємства

Туристична реклама – активний засіб здійснення маркетингової політики туристичної фірми по просуванню туристичного продукту, посиленню зв'язку між виробником і споживачем туристичного продукту.

Реклама – це засіб поширення інформації і переконання людей, які створюють уявлення про продукт, викликають довіру до нього та бажання купити цей продукт.

Рекламуючи ті чи інші послуги, туристична фірма публічно подає дані про свої можливості за допомогою художніх, технічних і психологічних прийомів з метою посилення попиту і збільшення їх реалізації.

У туризмі розрізняють рекламу: *початкову* – ознайомлення раніше встановленого кола споживачів із новим для даного ринку туристичним продуктом або послугами шляхом повідомлення детальних даних про якість, ціну, спосіб споживання, місце проведення туристичної акції; *конкурентну* – виділення туристичного продукту, що рекламується, з великої кількості аналогічної продукції, що пропонується конкуруючими туристичними фірмами; *зберігаючу* – підтримка високого рівня попиту на раніше рекламований туристичний продукт.

Реклама в туризмі має характерні риси, які визначаються специфікою галузі та її товару – туристичних послуг. Ця відмінність полягає в тому, що:

- туристична реклама несе велику відповідальність за правдивість і точність повідомлень, які подаються за її допомогою;
- послуги, які, на відміну від традиційних товарів, не мають постійних якості, смаку, корисності, вимагають пріоритетного розвитку таких функцій реклами, як інформаційність і пропаганда;
- специфіка туристичних послуг передбачає необхідність використання глядацьких, наочних засобів, які більш повно відображають об'єкти туристичного інтересу (кіно- та фотоматеріали, картини, ілюстровані матеріали тощо);
- реклама є постійним супутником туризму й обслуговує людей не тільки до, але і під час, і після подорожі, що покладає на неї особливу відповідальність, і має характерні риси, не властиві рекламі інших товарів та послуг.

Реклама туристичної фірми складається з двох частин: реклама власних потреб і реклама своїх можливостей.

Реклама потреб – це вид реклами, необхідний для інформування можливих партнерів про існування підприємства і його потребах у будь-чому.

Основними об'єктами реклами потреб є такі оголошення:

- *про залучення посередників.* Для туристичної фірми ця реклама життєво необхідна, оскільки без наявності й розширення посередників її діяльність може бути значно обмежена, що неминуче призведе до краху фірми. Туроператор зацікавлений у залученні і поширенні інформації про себе і у співпраці з транспортними, готельними, кредитно-фінансовими та іншими організаціями. Турагент, будучи посередником між туроператором і клієнтом, на зможе ефективно працювати без пошуку нових туроператорів відповідно до попиту клієнтів на нові маршрути, вищий рівень обслуговування тощо;

- *про найняття на постійну або тимчасову роботу* працівників, спеціалістів, обслуговуючого персоналу, які мають певну кваліфікацію та досвід роботи. Сезонний характер діяльності багатьох фірм змушує їх наймати працівників на активні туристичні сезони, і без широкої інформації про це складно підібрати достатню кількість кваліфікованого персоналу;

- *про пошук матеріально-технічних ресурсів.* Ці ресурси можуть бути як основними, так і оборотними: це бажання туристичного підприємства купити або орендувати приміщення під офіс, орендувати готелі; придбати меблі, інвентарь, залучення до співпраці власників пунктів прокату туристичного спорядження та ін;

- *про розпродаж матеріально-технічних ресурсів.* Необхідність у реалізації виникає у випадках, коли фірма проводить реконструкцію або модернізацію діючих об'єктів, продає свої філіали або надлишок товарно-матеріальних цінностей тощо.

Як правило, реклама потреб має суто інформаційний характер, тому вона може бути подана у вигляді звичайних об'яв у засобах масової інформації, розклеєних або розповсюджених листівок, розісланих спеціальних звернень та ін.

Реклама можливостей – це напрямок рекламної діяльності фірми, завдяки якому зацікавлені сторони інформуються про можливості фірми у сфері надання туристичних послуг.

Зацікавленими сторонами можуть бути як юридичні, так і фізичні особи.

Юридичні особи – вітчизняні й іноземні туристичні фірми, громадські організації, підприємства різних форм власності. Вони можуть бути зацікавлені в послугах фірми у випадках:

- придбання з метою перепродажу;
- організації одноразових або періодичних масових заходів (наради, конференції, з'їзди та ін.);
- організації відпочинку для своїх підлеглих;
- організації ділових поїздок для своїх працівників;
- використання туристичних поїздок для реклами власних товарів і послуг.

Як турагентська, так і туроператорська фірма зацікавлені в тому, щоб юридичні особи користувались їх послугами на постійній основі. Для цього зацікавлені сторони можуть підписати спеціальну угоду, згідно з якою цій юридичній особі при організації поїздок і розміщенні своїх працівників передбачені додаткові знижки.

Фізичні особи – громадяни України й іноземці отримують інформацію про туристичні фірми та їх можливості і на цій основі здійснюють вибір маршрутів, видів туризму, напрямків і тривалості подорожей відповідно до мети туризму, фінансових можливостей, і конкретних побажань.

Реклама можливостей зазвичай не тільки має інформаційний характер, а й зацікавлює та залучає туриста в туристичну поїздку, запевняє в надійності й безпечності маршруту, гарантує йому гарний відпочинок.

Розробка ідей, вибір каналів поширення реклами, підготовка текстового, наочного та іншого матеріалу – все це робота професіоналів-спеціалістів по рекламі. Великі туристичні фірми мають власні рекламні відділи, які розробляють макети реклами і здійснюють рекламні заходи. Для великомасштабних рекламних акцій залучаються рекламні агентства, які мають філії або угоди про спільну рекламну діяльність у різних країнах.

Середні фірми мають у штаті 2–3 працівники, які відповідають за рекламну діяльність і в обов'язки яких входить розробка плану рекламної компанії, ідей і макетів рекламних оголошень, підтримка

зв'язків із партнерами, але для розробки і проведення конкретних рекламних заходів, як правило, вони залучають спеціалізовані рекламні агентства.

Малі туристичні фірми проводять обмежені рекламні акції. Це об'яви в газетях, на радіо, телебаченні, листівки, афіші, розраховані на споживача, інформаційні листи, звернення до посередників і партнерів.

В умовах зростання конкурентної боротьби малим туристичним підприємствам складно вижити на ринку, тому останнім часом фірми, що мають однаковий продукт, або підприємства, які розташовані в одній місцевості, почали об'єднуватись в асоціації, об'єднання, чи просто укласти угоди про проведення спільної рекламної діяльності.

Для проведення успішної рекламної кампанії необхідно диференціювати ринок споживачів. Як потенційних споживачів реклами, можна виділити три категорії партнерів і груп населення, які:

- 1) відчують необхідність у предметі реклами, шукають інформацію, тобто в цієї групи вже сформована позитивна установка на предмет реклами з різних джерел;
- 2) знаходяться в стані байдужості або невизначеності щодо реклами;
- 3) відчують необхідність, але з деяких причин негативно ставляться до предмета реклами.

Інтереси туристичного підприємства полягають в тому, щоби всі ці три категорії перетворити з потенційних споживачів у реальних. У першому випадку необхідно просто проінформувати (підтримуюча реклама), в другому – сформувати думку (стимулююча реклама), в третьому – впливати з великою силою, щоб зламати існуючий стереотип (конверсійна реклама). В будь-якому разі реклама повинна активізувати споживача, викликати в нього реакцію у відповідь, спонукати його до дій.

Основними принципами реклами є її правдивість, достовірність, етичність. Неприпустима за своїм характером реклама недостовірною – та, в якій подаються дані, що не відповідають дійсності; неправдива – реклама, з допомогою якої рекламодавець свідомо вводить в оману споживача реклами; неетична – реклама, яка

ганьбить честь, гідність і ділову репутацію якої-небудь фізичної або юридичної особи, державну символіку, об'єкти культури, історії та ін.

У рекламній діяльності каналами поширення називають ті реальні засоби, які використовуються для популяризації та просування на ринок продукції та послуг. До каналів поширення відносять:

- засоби масової інформації;
- спеціалізовану друковану продукцію;
- зовнішню рекламу;
- засоби „директ мейл”;
- фантазійну рекламу;
- товарну рекламу;
- інші засоби просування реклами.

Засоби масової інформації (газети, журнали, телебачення, радіо, інтернет) є основними провідниками рекламних звернень інформаційного характеру і разом поглинають біля 60% всіх коштів, що витрачаються на рекламу.

Через засоби масової інформації туристичні підприємства інформують потенційних клієнтів про власне існування та про можливість по організації відпочинку, екскурсійних, пізнавальних, лікувальних та інших турів.

Спеціалізована друкована продукція – один із важливих засобів поширення реклами для туристичних фірм.

Підприємства-виробники туристичних послуг (туроператорські фірми, підприємства розміщення, харчування, розваг) видають самостійно або з іншими аналогічними фірмами ілюстровані брошури, буклети, каталоги, відкритки і т.п., в яких образотворчим і текстовим способом рекламують наявні можливості обслуговування туристів.

Для підвищення привабливості такої продукції фірми використовують високоякісні фотографії ландшафтів, історичних пам'яток, готелів та інших об'єктів туристичної уваги.

Самостійним видом спеціалізованої друкованої продукції є прайс-листи, в яких публікуються ціни й розцінки на туристичні товари та послуги.

Зовнішня реклама – це реклама не конкретних товарів і послуг, а фірми. Однак у туризмі зовнішня реклама часто використовується

для поширення інформації про наявні тури та послуги. Особливо це характерно для сучасного вітчизняного туризму, оскільки багато туристичних фірм просто не мають коштів для тотальної реклами через засоби масової інформації.

Зовнішня реклама оформлюється у вигляді щитової реклами, реклами на транспорті, вивісок тощо. Щитова реклама – найбільш поширений вид зовнішньої реклами. Вона може бути зображена на спеціально встановлених щитах, місця на яких продаються на місяць і більше (бігборд), на дошках оголошень у вигляді листівок, на будівлях, спорудах, зупинках міського транспорту, огороженнях тощо.

Реклама на транспорті – це розміщення рекламних закликів або іншої інформації про фірму як усередині салону міського і міжміського транспорту, так і зовні – на бортах транспортних засобів. Цей вид реклами також використовується в будівлях аеропортів, залізничних вокзалів, морських і річкових портів, автобусних станцій.

Вивіска – один з обов'язкових для туристичної фірми видів реклами. Будь-яка туристична фірма повинна мати привабливий вигляд не тільки всередині, а й і зовні.

Вивіска зазвичай виконує дві функції: інформує клієнтів про місце розташування та створює імідж фірми.

Засоби „директ мейл” – це прямі рекламні звернення, поширені за допомогою поштового зв'язку, електронної пошти, інтернету, телефаксу та телефону.

У туризмі вони частіше застосовуються для реклами власних потреб або для встановлення тривалих зв'язків із посередниками чи виробниками туристичних послуг і товарів.

Але в окремих випадках засобами „директ мейл” поширюється реклама дорогих курортів або спеціалізованих туристичних послуг шляхом прямого звернення до окремих фірм, успішних бізнесменів і відомих особистостей. Тут використовується спеціалізована друкована продукція (каталоги, рекламні брошури і таке інше), яка містить рекламну інформацію.

Фантазійна реклама – це широкий спектр звернень, які створюються за допомогою залучення нетрадиційних рекламних засобів, наприклад реклама на повітряних кулях, під час карнавалів,

реклама на аудио- та відеокасетах, комп'ютерних дисках. Цей канал поширення реклами досить цікавий, але не завжди вкладені кошти окуповуються, тому застосовують його лише ті фірми, які стабільно працюють і мають широку рекламу, поширювану традиційними каналами.

Товарна реклама – це реклама, що здійснюється через рекламні звернення, розміщені на пакувальних матеріалах, а також розроблена упаковка для певного виду продукції.

У туризмі цей вид реклами використовується часто, не зважаючи на те, що основним об'єктом купівлі-продажу є не товари, а послуги, на які важко „приклеїти” рекламне звернення. Підприємства туристичної сфери можуть поширювати товарну рекламу такими шляхами:

- для туроператорських фірм – продаж спеціальних товарів із рекламою даних фірм, подарунки клієнтам (футболки, кепки, шапки і т.п.) із нанесеними на них фірмовою символікою або рекламними закликами;
- для турагентських фірм – дрібні сувеніри для клієнтів із рекламною символікою або текстом (пакети, значки, ручки тощо);
- для підприємств-виробників туристичних товарів – розміщення на своїй продукції фірмових назв, звернень, закликів.

Використання товарної реклами підвищує престиж фірми, дозволяє встановити зворотний зв'язок: реклама послуг – реклама фірми – реклама послуг;

До інших каналів поширення реклами можна віднести:

- рекламу в книжках і довідниках. Як правило, рекламодавець виступає спонсором видання даної книжки чи довідника, або частково чи повністю фінансує це видання;
- опосередковану рекламу, яка проводиться через надання допомоги різним фондам, виділення іменних стипендій, пенсій;
- непряму рекламу через використання в рекламних зверненнях нагадувань про престижні фірми, відомих осіб, які якимось пов'язані з рекламованою фірмою.

Важливою складовою рекламного заходу є його планування. Від того, наскільки правильно будуть вибрані канали поширення реклами, її періодичність, спрямованість на певні сегменти ринку,

залежить кінцевий результат заходу, окупність вкладених у рекламу коштів, отримання очікуваного ефекту.

Рекламна компанія – це комплекс рекламних та інших заходів, об'єднаних загальними метою і завданнями, погодженими по часу проведення та розрахованими на широкі верстви населення.

Метою рекламної компанії є збільшення продажу та забезпечення просування туристичного продукту на ринку послуг і отримання стабільного прибутку.

При розробці стратегії рекламної компанії необхідно провести класифікацію груп маршрутів за певними ознаками: сезонність, вид маршруту, категорія населення.

Якщо рекламна компанія проводиться залученою спеціалізованою фірмою або рекламним бюро, то необхідно звернути увагу на такі моменти, як досвід роботи, наявність виробничої та поліграфічної бази, відповідних спеціалістів тощо.

Коли рекламна компанія проводиться туристичним підприємством самостійно, то необхідно дотримуватися таких правил:

- визначити мету рекламної кампанії;
- підібрати виконавців рекламних заходів;
- розробити теми рекламної кампанії;
- вибрати носіїв реклами;
- провести калькуляцію витрат на рекламну кампанію;
- створити рекламні макети під вибрані носії;
- замовити дату появи реклами в пресі та ефірі;
- проконтролювати вихід реклами у вказаний час;
- провести аналіз ефективності реклами.

Доцільно проводити рекламну кампанію в „масованому” режимі, додержуючись послідовності операцій і заходів.

При самостійному проведенні рекламної кампанії найбільшу складність викликає створення рекламного оголошення, в якому інформація повинна бути простою, цікавою, прямою, стверджуючою, короткою, правдивою, неподібною на інші. Оголошення має бути оригінальним, виділятися і затримувати увагу, повторювати найбільш важливі аргументи, подавати клієнту чітку інформацію про те, що він повинен зробити. Важливе значення при написанні та поданні рекламного тексту в пресі має вибір шрифту. При цьому рекомендується використовувати

комбінації шрифтів: основного, декоративного, збільшуючого, виділеного.

Якщо туристична фірма має свій товарний знак або інші елементи фірмового стилю, доцільно використовувати їх при монтажі тексту.

Для більшої переконливості рекламний текст може бути змонтований на фотографії, малюнку, схемі, плакаті.

Не менш важливими є телевізійна та радіореклама, які мають свою специфіку сприйняття та створюються за своїми певними правилами.

Останнім часом, із появою дедалі більшої кількості користувачів інтернетом, великої популярності набуває реклама у світовій електронній мережі. Створюються власні веб-сторінки, де можуть бути розміщені матеріали про туристичне підприємство, його можливості, наявні тури та послуги та інша інформація.

Розробка рекламних матеріалів повинна бути пов'язана з групою споживачів, на яку вона розрахована.

Із погляду ефективності реклами важливим фактором є місце розташування її в друкованому органі або електронних засобах масової інформації. Чоловіки більше читають або дивляться спортивні матеріали, політичні огляди, комерційні репортажі; жінки – про культурне життя, моду, кулінарію та ін.

Вибір часу реклами визначається також певними факторами: кількість разів публікації або показу реклами, період року, час доби, в рекламних блоках чи окремо.

Туристична реклама можливостей підприємства розпочинається, як правило, значно раніше початку сезону, поступово зростає й переходить у масовану рекламу.

Практика показує, що найкращими термінами проведення рекламної компанії є:

- для літнього відпочинку – з лютого по травень;
- для зимнього – з вересня по листопад.

Якщо в структурі рекламної компанії передбачена усна реклама для конкретної аудиторії, то тут необхідно звернути увагу на окремі вимоги: зацікавленість аудиторії в інформації; послідовність і логічність звернення; донесення повідомлення або інформації різними методами спілкування та інші.

Реклама тісно пов'язана з іміджем туристичного підприємства. Якщо фірма має власний імідж серед споживачів, тобто своє обличчя, то реклама працює набагато ефективніше.

Імідж – це цілеспрямовано створена форма відображення об'єкта у свідомості людей, тобто сукупність громадського сприйняття.

Імідж прийнято розуміти як позитивний образ туристичної фірми, в більшості випадків спеціально створений.

Позитивний образ будь-якої фірми, в тому числі й туристичної, починається з назви. Назва може бути будь-якою і залежить це тільки від фантазії і смаків засновників. Але з метою подальшого успіху підприємства необхідно врахувати певні принципи при виборі назви фірми. Це – незмінність назви, асоціація з основною діяльністю, неповторність, прийнятність назви для іноземців та інші.

Культура обслуговування, надійність, чіткість, швидкість – все це має важливе значення для створення позитивного іміджу туристичного підприємства.

На імідж фірми працює і її емблема, і її товарний знак.

Імідж туристичної фірми має ряд ознак:

- фірма повинна бути відома клієнту чи групі клієнтів;
- фірма має зацікавлювати і привертати увагу своїми послугами;
- фірма повинна вміти впливати на свідомість, емоції, дії як окремих людей, так і цілих груп.

Створення іміджу підприємства в туристичному бізнесі є однією зі стратегічних цілей і завдань маркетингу.

Основними характеристиками іміджу є:

- адекватність, тобто створений образ повинен в точності відповідати суті, бути правдоподібним;
- оригінальність – імідж має легко розпізнаватись та запам'ятовуватись;
- пластичність – залишаючись незмінним, повинен оперативно реагувати на зовнішнє середовище;
- адресність – повинен залучати на свій сегмент ринку визначені споживачські групи;
- ясність і конкретність, комплексність, незавершеність.

Імідж – широке поняття, яке охоплює престижну рекламу, зареєстрований товарний знак, високу якість своїх послуг, постійну турботу про клієнтів та інше.

Реклама престижу має дещо інші форми, ніж звичайна реклама. Вона включає в себе організацію благодійних заходів з участю відомих людей, рекламні тури із запрошенням зірок естради, шоу-бізнесу, журналістів, топ-моделей, лауреатів престижних конкурсів, та інших. Така реклама дозволяє створити певний образ фірми, її імідж.

Одним з основних засобів формування позитивного іміджу фірми, образу її торгової марки є створення фірмового стилю.

Згідно з одним із найбільш вдалих визначень, „фирменный стиль – это набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских, постоянных элементов (констант), обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации, её внутреннего и внешнего оформления” [21, с. 467].

Основними елементами фірмового стилю є товарний знак, фірмовий шрифтовий напис (логотип), фірмовий лозунг, фірмовий колір, фірмовий комплект шрифтів та інші фірмові константи.

Основними носіями фірмового стилю туристичного підприємства можуть виступати:

- елементи діловодства (фірмові бланки, конверти, папки-реєстратори, записні книжки та ін.);
- реклама в пресі, радіо- і телереклама;
- друкована реклама (листівки, проспекти, буклети, каталоги, та ін.)
- рекламні сувеніри;
- зовнішня реклама (вказівники, оформлення офісу, фірмовий одяг працівників, значки, нашивки тощо);
- виставочний стенд;
- документи і посвідчення (візитні картки, посвідчення працівників, пропуски, запрошення і т.д.);
- виставковий стенд та засоби пропаганди (пропагандистські проспекти, листівки, оформлення залів для пресконференцій тощо).

Отже, фірмовий стиль – це використання єдиних принципів оформлення, кольорових поєднань для всіх форм реклами, ділових

паперів, технічної й інших видів документації, офісу, а інколи й одягу працівників.

Зрозуміло, що фірма, яка тільки розпочала свою діяльність, не зможе охопити всю повноту такого явища, як фірмовий стиль, але не можна втрачати час, відкладаючи на майбутнє формування у споживача образу фірми.

Контрольні запитання та завдання

1. Назвіть основні види планів залежно від тривалості планового періоду.
2. Які Вам відомі методи планування?
3. Які є способи планування?
4. Поясніть, що передбачає стратегічне планування.
5. Які основні стратегічні методи використовуються при виборі генеральної стратегії?
6. Охарактеризуйте базові стратегії як основу стратегічного планування.
7. Що Вам відомо про „дерево цілей”?
8. З якою метою складається бізнес-план підприємства?
9. Які основні етапи бізнес-планування?
10. На які категорії поділяється персонал туристичного підприємства?
11. Яку роль відіграє капітал в організації діяльності туристичного підприємства?
12. Розкрийте значення інвестицій в подальшому розвитку туризму.
13. Охарактеризуйте рекламу потреб та можливостей.
14. Які Вам відомі канали поширення реклами?
15. Назвіть основні ознаки іміджу та елементи фірмового стилю туристичної фірми.

Розділ 7. БЕЗПЕКА ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ ТА ТУРИСТИЧНІ ФОРМАЛЬНОСТІ

7.1. Безпека та страхування в туризмі

Відправляючись у туристичну чи екскурсійну поїздку, на відпочинок або оздоровлення, на маршрут вихідного дня або у всесвітню подорож, турист стикається з цілою низькою проблем, які при збігу обставин можуть призвести до негативних наслідків для його здоров'я та майна, погано вплинути на настрій і враження від поїздки.

Перебуваючи в незнайомому середовищі, яке відрізняється від місця постійного проживання, активно відпочиваючи, турист постійно знаходиться під впливом ризикових обставин. Він не знає досконало звичаїв, мови, традицій, побуту, не має імунітету від хвороб, поширених у даній місцевості, не пристосований до проживання й інтенсивних навантажень у гірських районах, у пустелі або на воді.

Серед інших виділяються головні фактори небезпечності: травмонебезпека, небезпечна дія навколишнього середовища, в тому числі виробничі джерела – шум, вібрація, пожежонебезпека, хімічні, радіоактивні, біологічні, психофізичні, природні, особиста безпека в умовах криміногенної ситуації, а також специфічні фактори ризику, притаманні особливим видам туризму. Різні несприятливі для туризму фактори мають неоднакову ймовірність їх настання, неоднакову інтенсивність дії та наслідки.

Безпека в галузі туризму – сукупність факторів, що характеризують соціальні, економічні, правові та інші чинники забезпечення прав і законних інтересів громадян, юридичних осіб та держави в галузі туризму.

Органи державної влади та органи місцевого самоврядування, їх посадові особи в межах своїх повноважень вживають заходи, спрямовані на:

- забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на безпечне для життя і здоров'я довкілля при здійсненні туристичних подорожей, захист громадян України за межами країни;
- забезпечення особистої безпеки туристів, збереженість їх майна, незавдання шкоди довкіл्लю;
- інформування суб'єктів туристичної діяльності про загрозу безпеці туристів у країні (місці) тимчасового перебування;
- надання необхідної допомоги туристам, які опинилися в надзвичайній ситуації;
- забезпечення туристам (екскурсантам) можливості безперешкодного одержання медичної, правової та інших видів невідкладної допомоги, доступу до засобів зв'язку;
- заборонення використання туризму з метою незаконної міграції, сексуальної, трудової та інших видів експлуатації громадян;
- охорону туристичних ресурсів України, встановлення гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля.

Суб'єкти туристичної діяльності розробляють конкретні заходи щодо забезпечення безпеки туристів, екскурсантів, які беруть участь у туристичних подорожах, походах, змаганнях, запобігання травматизму та нещасним випадкам і несуть відповідальність за їх виконання.

В Україні діє міждержавний стандарт (ГОСТ 28681.1-95) „Туристично-екскурсійне обслуговування”, який передбачає порядок проектування туристичних послуг, включаючи розгляд можливих ризиків, які можуть мати негативні наслідки і спричинити шкоду здоров'ю туриста та його майну [35, с. 3].

Із метою забезпечення безпеки туристів суб'єкти туристичної діяльності, здійснюючи відповідний вид діяльності, зобов'язані:

- інформувати туристів про можливі небезпеки під час подорожі, необхідність виконання загальнообов'язкових вимог і запобіжних чи попереджувальних заходів (медичних щеплень тощо);
- створювати безпечні умови в місцях надання туристичних послуг, забезпечувати належне облаштування трас походів, прогулянок, екскурсій тощо;

- забезпечувати спеціальні вимоги безпеки під час надання туристичних послуг із підвищеним ризиком (автомобільний, гірський, лижний, велосипедний, водний, мотоциклетний, пішохідний туризм, спелеотуризм тощо);
- забезпечувати туристів кваліфікованими фахівцями туристичного супроводу, спеціальним спорядженням та інвентарем;
- забезпечувати навчання туристів засобам профілактики і захисту від травм, попередження нещасних випадків та надання першої медичної допомоги;
- забезпечувати надання оперативної допомоги особам, які постраждали під час подорожі, транспортування потерпілих;
- оперативно інформувати органи місцевої влади та відповідальних осіб про надзвичайні ситуації, в яких опинилися туристи, подавати відомості про зниклих осіб.

Особи, які організовують експлуатацію туристичних ресурсів, зобов'язані забезпечувати виконання вимог щодо охорони довкілля та охорони культурної спадщини, а також вживати заходи щодо забезпечення мінімізації або припинення шкідливого впливу на довкілля і соціально-культурне середовище та компенсувати завдані їм при цьому збитки.

Надання необхідної допомоги туристам, які опинилися в надзвичайній ситуації в межах території України, здійснюється спеціалізованими державними, комунальними та приватними службами, а також рятувальними командами, що утворюються відповідно до законодавства.

Організація рятувальних команд і порядок здійснення рятувальних заходів визначаються Кабінетом Міністрів України.

Держава забезпечує захист законних прав та інтересів іноземних туристів відповідно до законодавства та міжнародних договорів України.

Найбільш поширеним нещасним випадком серед туристів є травматизм. Ризик отримання травми може виникнути за найрізноманітніших умов, але найбільша вірогідність події виникає при переміщенні механізмів, предметів і безпосередньо туристів, за умови складного рельєфу місцевості, зсувів, сходження лав та інших атмосферних і природних явищ. Важливими в запобіганні травматизму є справне туристичне та спортивне спорядження, одяг, взуття тощо.

Із метою запобігання травматизму використовуються захисні облаштування, огороження туристичних стежок і маршрутів, захисне обладнання канатних доріг, гірськолижних трас, підйомників, індивідуальні страхові мотузки, шлеми тощо.

Одним із небезпечних етапів подорожі є етап перевезення (проїзд до місця відпочинку та зворотний проїзд, транспортування під час подорожування та інші). Оскільки транспортні засоби є джерелами підвищеної небезпеки, питання безпеки туристів повинні бути центральними у всіх варіантах перевезень.

Вагомий вплив на життя і здоров'я туриста має навколишнє середовище. Основні фактори впливу довкілля – висока або низька температура повітря, вологість і рухомість повітряних мас, опади, перепади тиску, недостатність кисню та ін.

При проектуванні туру необхідно брати до уваги вибір сприятливої пори року, вечірнього чи денного часу, раціонально вибрати трасу туристичного маршруту, врахувати погодні умови, забезпечення відповідної екіпіровки, засобів індивідуального захисту, повне і своєчасне інформування туристів про можливу небезпеку та ін.

Важливим фактором, що згубно впливає на здоров'я туристів, є ультрафіолетове випромінювання, підвищений рівень радіоактивності. Можуть мати місце і хімічні фактори, які впливають на організм людини.

Трапляється й загроза інфекційних захворювань, харчових отруєнь, вплив біологічних факторів.

У багатьох випадках туристи самі порушують регламентовані правила поведінки і потрапляють у складні ситуації (відстають по неувважності від груп на екскурсіях, відправляються в райони, не рекомендовані для відвідування туристів, беруть участь у ризикових заходах, купуються в заборонених місцях, відвідують сумнівні розважальні заклади та ін.).

З метою здійснення практичної роботи по забезпеченню безпеки туристів, наданню їм допомоги і захисту в екстремальних ситуаціях, туристичні підприємства, що спеціалізуються на організації туристичних подорожей з використанням активних форм пересування туристів, створюють пошуково-рятувальні

служби або укладають угоди з відповідними службами на обслуговування.

Пошуково-рятувальна служба повинна мати повну взаємодію з органами охорони здоров'я, зв'язку, внутрішніх справ, цивільної авіації, лісового та водного господарства, гідрометеорологічної служби.

Важливою складовою організації туристичних подорожей є страхування.

Страхування – це вид цивільно-правових відносин щодо захисту майнових інтересів громадян та юридичних осіб у разі настання певних подій (страхових випадків), визначених договором страхування або чинним законодавством, за рахунок грошових фондів, що формуються шляхом сплати громадянами та юридичними особами страхових платежів (страхових внесків, страхових премій).

Страхування в туризмі являє собою систему відносин між страховою компанією і туристом по захисту його життя і здоров'я та майнових інтересів при настанні страхових випадків.

Здійснюється також страхування господарюючих суб'єктів, які страхують своє майно, транспортні засоби, фінансові ризики. Ці види страхування в туризмі проводяться в тому ж порядку, що й страхування в інших галузях економіки.

Страховиками визнаються юридичні особи, створені у формі акціонерних, повних, командитних товариств або товариств із додатковою відповідальністю згідно із Законом України „Про господарські товариства” з урахуванням особливостей, передбачених цим законом, а також, які одержали у встановленому порядку ліцензію на здійснення страхової діяльності. страхова діяльність в Україні здійснюється виключно страховиками-резидентами України.

Страхувальниками визнаються юридичні особи та дієздатні громадяни, які уклали зі страховиками договори страхування або є страхувальниками відповідно до законодавства України.

Сутність страхування, як і будь-якої іншої економічної категорії, визначається її функціями. Страхування виконує чотири функції: ризикову, попереджувальну, оціадну, контрольну.

Зміст *ризикової функції* страхування полягає у відшкодуванні ризику. В межах дії цієї функції відбувається перерозподіл

грошової форми вартості між учасниками страхування у зв'язку з наслідками випадкових страхових подій. Ризикова функція страхування є головною, оскільки страховий ризик, як ймовірність шкоди, безпосередньо зв'язаний з основним призначенням страхування по відшкодуванню міжнародних втрат потерпілим.

Попереджувальна функція страхування полягає у фінансуванні за рахунок коштів страхового фонду заходів щодо зменшення страхового ризику.

Ощадна функція страхування сприяє накопиченню грошової суми на подальше життя.

Контрольна функція страхування полягає в перевірці цільового формування та використання коштів страхового фонду.

Особливості страхування в туризмі стосуються безпосередньо страхування туристів. Застосовуються такі види страхування: медичне, від нещасного випадку, майнове, на випадок затримки транспорту, в разі витрат, пов'язаних із неможливістю здійснити поїздки, асистанс, відповідальності власника автотранспортних засобів та інші.

Одним з основних видів страхування в туризмі є медичне страхування, яке в основному покриває всі витрати на медичні послуги, послуги стаціонарного лікування, перевезення машиною швидкої допомоги, придбання ліків, догляд за хворим, а у випадку смерті за кордоном – транспортування тіла на батьківщину.

Не менш важливе страхування від нещасних випадків. Страховим випадком визнаються: смерть застрахованого, яка настала в результаті нещасного випадку, який відбувся із застрахованим під час дії договору страхування; інвалідність, одержана в результаті нещасного випадку; часткова втрата працездатності в результаті нещасного випадку, який відбувся під час дії договору страхування.

Стаття 16 Закону України „Про туризм” (2003 р.) передбачає, що страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) є обов'язковим і забезпечується суб'єктами туристичної діяльності на основі угод із страховиками. Туристи мають право самостійно укладати договори на таке страхування. У цьому випадку вони зобов'язані завчасно підтвердити туроператору чи турагенту наявність належним чином укладеного договору страхування” [2, с. 89].

Договором страхування повинні передбачатися надання медичної допомоги туристам і відшкодування їх витрат при настанні страхового випадку безпосередньо в країні (місці) тимчасового перебування.

Інформація про умови обов'язкового страхування має бути доведена до відома туриста до укладення договору на туристичне обслуговування.

Обов'язкове (медичне та від нещасного випадку) страхування здійснюється один раз на весь період туристичної подорожі.

На вимогу туриста туроператор чи турагент забезпечують страхування інших ризиків, пов'язаних зі здійсненням подорожі.

За бажанням туриста з ним може бути укладено угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з анулюванням договору на туристичне обслуговування з ініціативи туриста, або угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з передчасним поверненням до місця постійного проживання при настанні нещасного випадку або хвороби.

Компенсація шкоди, завданої життю чи здоров'ю туриста або його майну, проводиться у встановленому порядку.

Суб'єкт туристичної діяльності, який надає туристичні послуги, зобов'язаний забезпечити страхування туристів та осіб, які їх супроводжують. Для цього договір страхування зі страховиком можуть укласти самі туристи або суб'єкт туристичної діяльності, як агент страхової компанії. У першому випадку перевіряється наявність у туриста страхового полісу і додається його копія до договору про надання туристичних послуг. У другому – договір страхування укладається безпосередньо в туристичному підприємстві агентом страхової компанії, яка має ліцензію на право здійснення діяльності, пов'язаної з організацією медичного страхування і страхування від нещасного випадку.

Особливим видом страхування є асистанс. Він забезпечує туристів або спеціалістів, відряджених за кордон, допомогою на місці в технічній (ремонт автомобіля), грошовій або іншій формі.

Асистанс – це перелік послуг (у межах угоди), які надаються в необхідний момент у натурально-речовій формі або у вигляді грошових коштів через технічне, медичне і фінансове сприяння [5, с. 141].

Об'єктом страхування відповідальності власників автотранспорту є їхня громадянська відповідальність за можливе спричинення шкоди іншим особам при дорожньо-транспортній пригоді. Завданні матеріальні збитки й інші витрати, пов'язані з нанесенням тілесних пошкоджень потерпілим громадянам, підлягають відшкодуванню страховою компанією. За цим видом страхування виплачуються матеріальні збитки, пов'язані з відновленням транспортних засобів та іншого майна, проводиться оплата витрат на лікування потерпілих громадян, протезування, перекваліфікацію, відшкодовуються втрати сімейного бюджету у зв'язку з тілесними пошкодженнями або смертю потерпілого тощо.

У міжнародній страховій діяльності страхування відповідальності власників автотранспорту відоме під назвою „зелена картка”.

„Зелена картка” – це система міжнародних угод про обов'язкове страхування громадянської відповідальності автовласника. Свою назву вона отримала за кольором і формою страхового поліса.

Система „зелена картка” створена в 1949 році і гарантує вільне пересування транспортних засобів у межах кордонів 32 держав.

Міра відповідальності у зв'язку із заподіяною шкодою регулюється, як правило, законом про обов'язкове страхування громадянської відповідальності автовласників, діючим у даній країні.

Практично у всіх європейських країнах страхування громадянської відповідальності власників транспортних засобів обов'язкове. Такі країни об'єдналися у систему „зелена картка”, де тісно співпрацюють уряди, національні бюро „зеленої картки” і страхові ринки.

7.2. Паспортно-візові та прикордонні формальності

Залізничне, автомобільне, морське, річкове, поромне, повітряне й інше сполучення через державний кордон України (далі по тексту – кордон) здійснюється тільки в пунктах пропуску. Пункти пропуску поділяються на: міжнародні (для пропуску громадян і транспортних засобів усіх держав); міждержавні (для пропуску громадян України і громадян суміжних держав, а також транспортних засобів, що належать їм); місцеві (для спрощеного

пропуску громадян України і громадян суміжної держави, що проживають у прикордонних областях (районах), а також транспортних засобів, що їм належать).

Пропуск осіб, що перетинають кордон, здійснюється Державною прикордонною службою України (далі – ДПСУ) за дійсними документами на право в'їзду на територію України чи виїзду з України.

Пропуск транспортних засобів, вантажів, товарів (предметів) і іншого майна через кордон проводиться відповідно до чинного законодавства і міжнародних договорів України.

При перетинанні громадянами кордону проводиться прикордонний контроль, при якому в громадян здійснюється перевірка документів і підстав на право в'їзду в Україну чи виїзду з України та проводиться огляд транспортних засобів, вантажів, товарів (предметів), іншого майна. Прикордонний контроль проводиться:

- при в'їзді в Україну – перед проведенням інших видів контролю;
- при виїзді з України – після закінчення всіх необхідних видів контролю.

Після закінчення перевірки посадовою особою пункту пропуску в паспорті громадянина проставляється штамп із відповідною відміткою „В'їзд” чи „Виїзд”, а також інші необхідні відмітки, і паспорт (чи інший документ) повертається громадянину.

Порядок перетину кордону громадянами України

Перетинання кордону громадянами України здійснюється через пункти пропуску після проходження ними усіх видів контролю, передбачених чинним законодавством України. Вхід на територію пунктів пропуску громадян України, що виїжджають за кордон, здійснюється за документами, що дають право на виїзд за кордон. До таких документів належать: паспорт громадянина України для виїзду за кордон, дипломатичний паспорт, службовий паспорт, посвідчення члена екіпажу, посвідчення особи моряка, проїзний документ дитини (далі по тексту – паспорт), а також інші документи на право перетину кордону, передбачені чинним законодавством і міжнародними договорами України.

Порядок виїзду за кордон дітей

Діти громадян України виїжджають за проїзним документом дитини (видається органами МВС України за місцем проживання) до 18-річного віку або можуть бути вписані в паспорт для закордонних поїздок батьків чи офіційних опікунів. Фотографія в паспорт батьків вклеюється по досягненні дитиною 7-річного віку.

У випадку самостійного виїзду дитини або в супроводі інших осіб необхідно мати нотаріально завірений дозвіл батьків або офіційних опікунів на виїзд дитини за кордон.

При втраті громадянами України паспорту за межами України необхідно заявити про це компетентним органам країни перебування для одержання довідки, що підтверджує заяву про втрату паспорта, і звернутися в консульські установи України в країні перебування для одержання посвідчення на повернення в Україну. Громадянин України за жодних обставин не може бути відмовлено у в'їзді в Україну.

Загальні умови безвізових поїздок громадян України і перелік країн із безвізовим режимом в'їзду

Відповідно до міжнародних договорів України, безвізовий режим поїздок для громадян України зберігається при пересуванні в такі країни:

- а) Країни СНДе, крім Туркменії (із серпня 1999 року шляхом обміну нотами між Україною і Туркменією установлений візовий режим поїздок для громадян обох держав);
- б) Монголія, країни колишньої СФРЮ (окрім Словенії, Хорватії, Боснії і Герцеговини) – громадяни України в'їжджають у залежності від мети поїздки: приватна поїздка – при наявності запрошення, виданого компетентними органами країни відвідування; поїздка на відпочинок – при наявності пугівки санаторію, будинку відпочинку або ваучера туристичної фірми; поїздки з метою лікування – при наявності листа Міністерства охорони здоров'я країни в'їзду, що підтверджує готовність прийняти на лікування чи для консультації.
- г) Куба – тільки з метою лікування при наявності відповідного медичного підтвердження приймаючої сторони.

Примітка: 1. Громадяни України в'їжджають у Росію і Білорусію за внутрішніми паспортами, в інші країни СНД – за закордонними паспортами.

Порядок перетину кордону для іноземних громадян і осіб без громадянства

Іноземні громадяни й особи без громадянства (далі по тексті – іноземці) в'їжджають в Україну, виїжджають з України, і проїжджають транзитом по її території за паспортними документами з відповідними українськими візами, якщо інше не передбачено міжнародними договорами і нормативними актами уряду України.

Візи оформляються тільки в дипломатичних і консульських установах за кордоном. Громадяни країн, в яких відсутні дипломатичні представництва або консульські установи України, оформляють візи в будь-який іншій сусідній країні, де є такі установи.

Іноземці, що прибули в Україну на законній підставі, можуть тимчасово знаходитися на території України за паспортними документами, зареєстрованими у встановленому порядку. Паспортний документ пред'являється іноземцем для реєстрації в пункті пропуску через державний кордон посадовій особі прикордонних військ.

Реєстрація проводиться на весь період короткочасного перебування:

- для іноземців із країн із візовим порядком в'їзду – на весь період дії візи, але не більше 6 місяців;
- для іноземців із країн із безвізовим в'їздом – на 90 днів, якщо інший термін не визначений у міжнародних угодах.

Реєстрація в пункті пропуску через державний кордон полягає у проставленні в паспортному документі іноземця відмітки „В'їзд” („Виїзд”), занесенні відомостей про іноземця і його паспортних даних до відповідного реєстру і заповненні імміграційної картки в порядку, визначеному ДПСУ. Продовження терміну перебування в Україні іноземців, що прибули на тривале перебування з метою навчання, працевлаштування, в особистих справах і т.д., проводиться органами внутрішніх справ, у порядку, встановленому МВС.

Транзитний проїзд іноземців через територію України дозволяється при наявності транзитної української візи, візи країни призначення й інших документів, що підтверджують транзитний характер поїздки. Транзитним проїздом вважається перебування в

Україні в межах часу, зазначеного в проїзному квитку, а у випадку відсутності квитка – протягом терміну, необхідного для фактичного перетинання території України на відповідному виді транспорту.

У випадку змушеної зупинки іноземця на території України, у зв'язку з надзвичайними обставинами (хвороба, ремонт транспортного засобу і т.д.), термін перебування може бути продовжений органом внутрішніх справ (міліцією) за місцем зупинки. При втраті на території України національного паспорту іноземець зобов'язаний негайно повідомити приймаючу сторону й орган внутрішніх справ (міліцію), що має видати йому відповідну довідку. Виїзд при цьому з території України здійснюється за національним паспортом або іншим документом, отриманим іноземцем у консульській установі відповідної країни в Україні.

Загальні умови безвізового в'їзду іноземців на територію України

Указами Президента України від 26 липня 2005 р. № 1131/2005 „Про встановлення безвізового режиму для громадян держав-членів Європейського Союзу, Швейцарської Конфедерації та Князівства Ліхтенштейн”, від 19 липня 2005 р. № 1107/2005 „Про встановлення безвізового режиму для громадян Японії”, від 26 липня 2005 р. № 1134/2005 „Про встановлення безвізового режиму для громадян Канади”, від 30 червня 2005 р. № 1008/2005 „Про встановлення безвізового режиму для громадян Сполучених Штатів Америки” та від 29 листопада 2005 р. № 1663/2005 „Про встановлення безвізового режиму для громадян Князівства Андорра, Держави-міста Ватикан, Республіки Ісландія, Князівства Монако, Королівства Норвегія та Республіки Сан-Марино”, якими безвізовий режим в'їзду в Україну для зазначених категорій іноземних громадян встановлено на постійній основі на термін перебування, що не перевищує 90 діб.

Громадяни країн, з якими Україна підписала міжнародні договори про взаємні безвізові поїздки громадян (за винятком громадян країн СНД), в'їжджають в Україну за паспортними документами за умови наявності страхового поліса і належним чином оформленого запрошення (в оригіналі) від юридичних чи фізичних осіб в Україні, якщо інше не передбачено міжнародними договорами.

Іноземні громадяни держав, перерахованих у розділі „Загальні умови безвізових поїздок громадян України і перелік країн з безвізовим режимом в'їзду”, в'їжджають в Україну без віз за національними паспортами на тих самих умовах, що й громадяни України в ці країни (на умовах взаємності).

Громадяни Росії і Білорусії в'їжджають в Україну за внутрішніми паспортами, громадяни інших країн СНД, у тому числі діти, що виїжджають із ними – за закордонними паспортами.

Виконання законних вимог посадових осіб прикордонних військ України і представників інших контрольних служб у пунктах пропуску обов'язкове для всіх громадян, що перетинають кордон. Особи, винні в порушенні (чи в спробі порушення) кордону або правил прикордонного контролю і режиму в пунктах пропуску через кордон, а також у незаконному переміщенні (чи в спробі переміщення) через кордон вантажів, товарів або інших предметів, а також у випадку інших порушень діючого законодавства України про кордон, несуть карну, адміністративну чи іншу відповідальність відповідно до діючого законодавства України.

У порядку адміністративного покарання громадянин може бути затриманий на термін не більше трьох годин з обов'язковим складанням протоколу, а у випадку вилучення паспорта громадянину видається довідка. При затримці іноземця на термін більш ніж три години – повідомляється відповідне посольство (консульство).

Ксерокопії паспортних документів, свідоцтв про народження, навіть завірені нотаріально, не дають права на перетинання державного кордону.

Видача іміграційних карток, проведення посадовими особами ДПСУ прикордонного контролю осіб, транспортних засобів, вантажів та іншого майна проводиться на безкоштовній основі, державний збір і інші збори не стягуються.

7.3. Митні, валютні та інші формальності

Предмети (товари), валютні цінності, що переміщуються громадянами через митний кордон України, підлягають обов'язковому декларуванню.

Декларування здійснюється шляхом заяви за установленною формою (письмовою, усною) точних даних про мсту переміщення

через митний кордон України предметів (товарів) і про самі предмети (товари), а також будь-яких інших зведень, необхідних для митного контролю і митного оформлення.

Згідно з Постановою Правління Національного банку України від 12 липня 2000 року № 283 дозволяється ввезення валюти України, іноземної валюти, банківських металів і платіжних карток

Ввезення валюти України, іноземної валюти, банківських металів і платіжних карток

Фізична особа має право ввозити в Україну на одну особу (незалежно від віку) валюту України в сумі, що не перевищує 10000 гривень, у тому числі ювілейні та пам'ятні монети із недорогоцінних і дорогоцінних металів у сумі, що не перевищує 3000 гривень, із них:

а) за умови усного декларування митному органу валюти України (за винятком монет із дорогоцінних металів) у сумі, що не перевищує 3000 гривень;

б) за умови письмового декларування митному органу валюти України (у тому числі монет із дорогоцінних металів), якщо її сума перевищує 3000 гривень.

Фізична особа має право ввозити в Україну валюту України на суму, що перевищує норму для усного декларування, якщо валюта України була вивезена з України на законних підставах (за наявності митної декларації).

Ввезення валюти України фізичними особами – резидентами та нерезидентами – в сумі, яка перевищує встановлені норми, а також у випадках, не передбачених даними правилами, дозволяється на підставі індивідуальної ліцензії Національного банку за формою 04, копія якої надсилається відповідним структурним підрозділом Національного банку, Державній митній службі.

Фізична особа-резидент має право ввозити в Україну з обов'язковим зазначенням у митній декларації іноземну валюту, чеки, банківські метали, що вивезені раніше за межі України на законних підставах (за наявності митної декларації).

Фізична особа має право ввозити в Україну на одну особу (незалежно від віку) іноземну валюту та/або чеки в сумі, що не перевищує 15000 доларів США, або еквівалент цієї суми в іншій

іноземній валюті за офіційним курсом гривні до іноземних валют, установленим Національним банком на день перетинання митного кордону, з них:

а) за умови усного декларування митному органу на суму, що не перевищує 3000 доларів США, або еквівалент цієї суми в іншій іноземній валюті;

б) за умови письмового декларування митному органу, якщо сума перевищує 3000 доларів США, або еквівалент цієї суми в іншій іноземній валюті, без підтвердних документів.

Фізична особа має право ввозити в Україну на одну особу (незалежно від віку) банківські метали вагою до 500 г у вигляді злиwkів та в іноземних монетах із дорогоцінних металів із пробами не нижче ніж: для золота – 900; для срібла – 925; для платини та паладію – 999 за умови письмового декларування митним органом.

Іноземна валюта та чеки, які ввозяться фізичними особами – резидентами та нерезидентами, – в сумі, що перевищує визначену норму, приймається митним органом на зберігання. Готівкова валюта підлягає переказуванню митним органом на поточний рахунок в іноземній валюті, відкритий на ім'я фізичної особи-резидента або нерезидента (оплата банківських послуг здійснюється за рахунок коштів фізичної особи), в разі подання цією особою документів, що засвідчують наявність рахунка в уповноваженому банку (копія зазначених документів залишається на митниці).

Готівкова іноземна валюта та/або чеки повертаються власнику для ввезення їх в Україну в разі подання спеціального дозволу Національного банку за формою 05, копія якого надсилається відповідним структурним підрозділом Національного банку Державній митній службі або повертається власнику – фізичній особі – нерезиденту в разі його виїзду з України.

Увезення фізичними особами-резидентами та нерезидентами банківських металів у вигляді злиwkів, вага яких перевищує 500 г, здійснюється за спеціальним дозволом Національного банку за формою 05, копія якого надсилається відповідним структурним підрозділом Національного банку Державній митній службі.

Дозволяється ввезення в Україну фізичними особами, які прямують через територію України транзитом, коштів у сумі до 30000 доларів США або еквівалент цієї суми в іншій іноземній

валюті за офіційним курсом гривні до іноземних валют, установленим Національним банком на день оформлення митної декларації, чеків, емітованих іноземними банками та небанківськими установами, в сумі до 30000 доларів США, банківських металів у вигляді зливків загальною вагою до 1000 г за наявності в них транзитної української візи, візи країни призначення, проїзних квитків або інших документів, що підтверджують транзитний характер поїздки [6].

Вивезення валюти України, іноземної валюти та банківських металів

Фізична особа має право вивозити за межі України на одну особу (незалежно від віку) валюту України в сумі, що не перевищує 10000 гривень, у тому числі ювілейні та пам'ятні монети з недорогоцінних і дорогоцінних металів у сумі, що не перевищує 3000 гривень, із них:

- ✓ за умови усного декларування митному органу валюти України (за винятком монет із дорогоцінних металів) у сумі, що не перевищує 3000 гривень;
- ✓ за умови письмового декларування митному органу валюти України (в тому числі монет із дорогоцінних металів), якщо її сума перевищує 3000 гривень.

Вивезення валюти України фізичними особами-резидентами та нерезидентами в сумі, яка перевищує встановлені норми, а також у випадках, **не передбачених даними правилами**, дозволяється на підставі індивідуальної ліцензії Національного банку за формою 03, копія якої надсилається відповідним структурним підрозділом Національного банку, Державній митній службі України.

Дозволяється вивезення за межі України фізичними особами – резидентами та нерезидентами – з обов'язковим зазначенням у митній декларації іноземної валюти, чеків, банківських металів, що ввезені раніше в Україну на законних підставах (за наявності митної декларації на їх увезення).

Фізична особа має право вивозити за межі України на одну особу (незалежно від віку) іноземну валюту та/або дорожні й іменні чеки та/або картки Visa Travel Money в сумі, що не перевищує 10000 доларів США, або еквівалент цієї суми в іншій іноземній валюті за офіційним курсом гривні до іноземних валют,

установленим Національним банком на день перетинання митного кордону, з них:

✓ за умови усного декларування митному органу іноземної валюти та/або чеків на суму, що не перевищує 3000 доларів США, або еквівалент цієї суми в іншій іноземній валюті;

✓ за умови письмового декларування митному органу:

- фізичною особою-резидентом іноземної валюти та/або чеків, якщо сума перевищує 3000 доларів США, або еквівалент цієї суми в іншій іноземній валюті, без підтвердних документів;
- фізичною особою-нерезидентом іноземної валюти та/або чеків, якщо сума перевищує 3000 доларів США, або еквівалент цієї суми в іншій іноземній валюті на підставі довідки уповноваженого банку за формою 01;
- фізичною особою карток Visa Travel Money на підставі довідки уповноваженого банку за формою 01.

✓ Довідка уповноваженого банку за формою 01 видається фізичній особі на вивезення за межі України:

- іноземної валюти готівкою, що знята фізичною особою-нерезидентом із власного рахунка в іноземній валюті в уповноваженому банку, отримана за платіжними картками, іменними та дорожніми чеками, та/або чеків, куплених через касу уповноваженого банку;
- карток Visa Travel Money, що куплені в уповноважених банках.

Сума іноземної валюти за однією картою Visa Travel Money не може перевищувати 10000 доларів США. У довідці за формою 01 уповноважений банк обов'язково зазначає номер картки та суму, що оплачена фізичною особою.

✓ Фізична особа-нерезидент має право вивозити за межі України іменні чеки, емітовані іноземними банками та іноземними небанківськими установами і надіслані в Україну з дотриманням вимог законодавства України за умови письмового декларування митним органам.

✓ Фізична особа має право вивозити за межі України на одну особу (незалежно від віку) банківські метали вагою до 200 г у вигляді зливків та в іноземних монетах з дорогоцінних металів із пробами не нижче ніж: для золота – 900; для срібла – 925; для

платини та паладію – 999 за умови письмового декларування митним органам.

Закон України від 30.11. 2005 року № 3151-IV „Про порядок ввезення (пересилання) в Україну, митного оформлення й оподаткування особистих речей, товарів та транспортних засобів, що ввозяться (пересилаються) громадянами на митну територію України” встановлює порядок митного оформлення й оподаткування особистих речей, товарів, транспортних засобів та окремих номерних вузлів до них, що ввозяться (пересилаються) в супроводжуваному й несупроводжуваному багажі, вантажних, експрес та міжнародних поштових відправленнях на митну територію України і належать громадянам.

Ввезення громадянами особистих речей і товарів в Україну

Громадяни за умови дотримання вимог Митного кодексу України та інших законодавчих актів України можуть переміщувати через митний кордон України будь-які особисті речі та товари, крім тих, що заборонені до ввезення в Україну, а також тих, щодо яких законодавством України встановлені обмеження.

Особисті речі, що безпосередньо ввозяться громадянами в супроводжуваному багажі будь-якими видами транспорту на митну територію України або пересилаються в несупроводжуваному багажі, усно чи письмово декларуються за бажанням власника таких речей або на вимогу посадової особи митного органу та не оподатковуються.

Згідно з Постановою Кабінету Міністрів від 13 грудня 2001 р. № 1652, громадяни можуть ввозити на митну територію України продукти харчування для власного споживання на загальну суму не більше як 50 євро на одну особу в таких обсягах:

- в упаковці виробника, призначені для роздрібної торгівлі, – у кількості не більше ніж одна упаковка або загальною масою, яка не перевищує двох кілограмів, кожного найменування на одну особу;
- без упаковки – у кількості, що не перевищує двох кілограмів кожного найменування на одну особу;
- без упаковки – неподільний продукт, готовий до безпосереднього вживання, в кількості не більше ніж одиниця кожного найменування на одну особу.

Продукти харчування, що ввозяться громадянами на митну територію України для власного споживання в зазначених обсягах, декларуються усно чи письмово за бажанням їх власника або на вимогу посадової особи митниці.

Не підлягають переміщенню в несупроводжуваному багажі продукти харчування без упаковки виробника.

Перелік предметів, віднесених до особистих речей громадян:

1. Особисті прикраси, в тому числі з дорогоцінних металів і каміння, що мають ознаки таких, які були в користуванні.
2. Предмети, такі як одяг, білизна, взуття, що мають суто особистий характер, призначені виключно для власного користування і мають, як правило, ознаки таких, які були у користуванні, або нові, що ввозяться, як правило, в одному екземплярі (комплекті).
3. Предмети особистої гігієни та індивідуальні косметичні засоби в кількості, що забезпечує потреби однієї особи на період поїздки.
4. Індивідуальне письмове та канцелярське приладдя.
5. Фотоапарат, кіно- та відеокамера, приладдя до них.
6. Бінокль.
7. Переносний музичний інструмент.
8. Переносний звуковідтворювальний пристрій (магнітофон, диктофон тощо) з плівками, платівками та дисками.
9. Переносний радіоприймач.
10. Переносний телевізор.
11. Переносний персональний комп'ютер та приладдя до нього.
12. Калькулятор, електронна записна книжка.
13. Індивідуальні портативні медичні прилади для забезпечення життєдіяльності людини та для контролю за її станом, що мають ознаки таких, які були в користуванні.
14. Стільниковий, мобільний телефон, пейджер.
15. Дитяча коляска.
16. Інвалідна коляска.
17. Спортивне спорядження – велосипед, вудка рибальська, комплект альпіністського спорядження, комплект спорядження для підводного плавання, комплект лиж, комплект тенісних ракеток, дошка для серфінгу та віндсерфінгу, комплект

спорядження для гольфу, інше аналогічне спорядження, призначене для використання однією особою.

18. Лікарські засоби, що переміщуються через митний кордон України в порядку та обсягах, які визначаються МОЗ.

19. Речі, призначені для облаштування житла та забезпечення життєдіяльності громадян, які перебували за кордоном у довготермінових відрядженнях.

20. Інші предмети першої потреби, які є власністю громадянина і призначені виключно для забезпечення його життєдіяльності та власного користування, не є товаром і не призначені для відчуження або передачі іншим особам та відповідають меті перебування за кордоном.

Митне оформлення й оподаткування товарів, що ввозяться громадянами на митну територію України

Товари, що безпосередньо ввозяться громадянами в супроводжуваному багажі будь-якими видами транспорту на митну територію України, пересилаються в несупроводжуваному багажі або в міжнародних поштових відправленнях, сумарна митна вартість яких не перевищує 1000 євро та загальна вага яких не перевищує 100 кг, підлягають обов'язковому письмовому декларуванню митним органам в порядку, передбаченому для громадян, та оподатковуються ввізним митом за ставкою в розмірі 20 відсотків від митної вартості, податком на додану вартість та в установлених законодавством випадках акцизним та іншими зборами.

Товари, що пересилаються на адреси громадян у вантажних та експрес-відправленнях, сумарна митна вартість яких не перевищує 1000 євро та загальна вага яких не перевищує 100 кг, підлягають обов'язковому письмовому декларуванню митним органам у порядку, передбаченому для громадян, та оподатковуються ввізним митом за повними ставками Митного тарифу України, податком на додану вартість та, в установлених законодавством випадках, акцизним та іншими зборами.

Оподаткування товарів, що безпосередньо ввозяться громадянами в супроводжуваному багажі або пересилаються в несупроводжуваному багажі, надходять на адресу громадян у вантажних відправленнях, міжнародних поштових відправленнях та

міжнародних експрес-відправленнях, сумарна митна вартість яких перевищує 1000 євро та/або загальна вага яких перевищує 100 кг, здійснюється за умови оформлення вантажної митної декларації та митного оформлення в порядку, передбаченому для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності при здійсненні ними імпорتنих операцій.

Митне оформлення й оподаткування єдиного неподільного товару, що ввозиться (пересилається) в Україну

Митне оформлення єдиного неподільного товару, митна вартість якого перевищує 200 євро та вага перевищує 50 кг, що ввозиться (пересилається) громадянином у супроводжуваному, несупроводжуваному багажі, надходить на адресу громадянина в міжнародному поштовому відправленні, здійснюється за умови його письмового декларування шляхом заповнення митної декларації, передбаченої для громадян, та після сплати громадянином або уповноваженою на те особою ввізного мита в розмірі 20 відсотків від митної вартості такого предмета, податку на додану вартість та, в передбачених законодавством України випадках, акцизного та інших зборів.

Оподаткування єдиних неподільних товарів, що надходять на адреси громадян у вантажних та міжнародних експрес-відправленнях, здійснюється незалежно від митної вартості та ваги.

Такі товари підлягають оподаткуванню ввізним митом за повними ставками Митного тарифу України, податком на додану вартість та, в установлених законодавством випадках, акцизним та іншими зборами.

Особливості оподаткування окремих товарів та транспортних засобів, що ввозяться (пересилаються) громадянами на митну територію України

При ввезенні на митну територію України звільняються від оподаткування:

1) товари, сумарна митна вартість яких не перевищує 200 євро, а загальна вага не перевищує 50 кг, що ввозяться громадянами в супроводжуваному багажі (за умови усного декларування), пересилаються в несупроводжуваному багажі та надходять на адресу громадян у міжнародних поштових відправленнях;

2) горілчані вироби в кількості 1 л, вино – 2 л, пиво – 5 л, тютюнові вироби – 200 цигарок (або 200 г цих виробів), які ввозяться в особистому багажі громадянами;

3) товари, що тимчасово ввозяться на митну територію України під зобов'язання про їх зворотне вивезення;

4) товари, що належать громадянам-нерезидентам та переміщуються транзитом через митну територію України;

5) товари, що належать громадянам-резидентам та переміщуються транзитом у транзитних зонах міжнародних аеропортів;

6) товари та транспортні засоби, що належать особам, які користуються на території України митними пільгами відповідно до статей 59 – 63, 65 – 67 Митного кодексу України;

7) транспортні засоби в кількості однієї одиниці по кожній товарній позиції та товари, що ввозяться (пересилаються) громадянами і входять до складу спадщини за законом, відкритої за межами України на користь резидента, в разі підтвердження її складу органами, що вчиняють нотаріальні дії в країні її відкриття. Зазначене підтвердження легалізується у відповідній закордонній дипломатичній (консульській) установі України, якщо інше не передбачено міжнародними договорами України.

Транспортні засоби, що ввозяться громадянами в Україну як спадщина, підлягають тимчасовій постановці на облік в уповноважених державних органах на термін до трьох років з оформленням документів на право тимчасової експлуатації таких транспортних засобів без права відчуження та/або передачі в користування іншим особам зі сплатою податку з власників транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів.

Транспортні засоби, зазначені в цьому пункті, можуть бути відчужені або передані у володіння, та/або у користування, та/або у розпорядження впродовж трьох років із моменту ввезення на митну територію України тільки після сплати в повному обсязі всіх податків та зборів (обов'язкових платежів), передбачених законодавством України, на день ввезення транспортного засобу на митну територію України.

8) товари, що ввозяться (пересилаються) громадянами-резидентами у вигляді призів (нагород), отриманих за участь у спортивних та інших змаганнях (конкурсах, фестивалях тощо), у межах,

визначених відповідними документами, в разі підтвердження факту отримання таких призів та нагород нотаріальними органами відповідної країни. Зазначені документи, що підтверджують факт отримання таких призів та нагород, підлягають легалізації в консульських установах України, що діють у відповідних країнах;

9) товари та транспортні засоби, що були попередньо вивезені (переслані) громадянами-резидентами за митний кордон України в режимі тимчасового вивезення під письмове зобов'язання про їх зворотне ввезення та ввозяться (пересилаються) на митну територію України, за наявності відповідної вивізної митної декларації із зазначенням таких товарів;

10) сільськогосподарська продукція, отримана громадянами-резидентами як натуральна плата за виконану роботу в країнах-учасниках СНД, з якими Україна уклала угоди про вільну торгівлю, що ввозиться в порядку та обсягах, які визначаються Кабінетом Міністрів України;

11) плодоовочева продукція, вирощена громадянами-резидентами на власних присадибних ділянках сумісних держав, за умови підтвердження кількості вирощеної продукції довідками органів місцевого самоврядування, права власності на такі ділянки, подання сертифіката відповідності або свідоцтва встановленого зразка про визнання сертифіката, що ввозиться в порядку та обсягах, які визначаються Кабінетом Міністрів України;

12) особисті речі, що ввозяться (пересилаються) в разі переселення громадян на постійне місце проживання в Україну, в тому числі й механічні транспортні засоби (крім транспортних засобів за кодами 87.01, 87.02, 87.03, 87.04, 87.05 Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності), в кількості однієї одиниці таких транспортних засобів по кожній товарній позиції на повнолітнього громадянина;

13) транспортні засоби в кількості однієї одиниці за кожною товарною позицією згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності, що ввозяться (пересилаються) працівниками дипломатичної служби, які перебували за кордоном у довготермінових відрядженнях або проходили дипломатичну службу строком не менше одного року та повертаються в Україну, в такому порядку:

- працівник дипломатичної служби є власником цього транспортного засобу;
- вартість транспортного засобу не перевищує 50 відсотків від суми, що виплачується цій особі у зв'язку з перебуванням у довготерміновому відрядженні або проходженні дипломатичної служби за кордоном та підтверджується документами в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України;
- ввезення (пересилання) зазначених у цьому пункті транспортних засобів здійснюється з додержанням положень частин третьої–п'ятої цієї статті.

Дозволяється ввезення в разі переселення на постійне місце проживання на кожного повнолітнього громадянина одного механічного транспортного засобу за кодами 87.01, 87.02, 87.03, 87.04, 87.05 Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності за умови, що він є власником такого транспортного засобу не менше року та за умови перебування такого транспортного засобу на обліку в країні постійного місця попереднього проживання не менше року.

Механічні транспортні засоби за кодами 87.01, 87.02, 87.03, 87.04, 87.05 Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності, що ввозяться громадянами при переселенні на постійне місце проживання в Україну, підлягають постановці на тимчасовий облік в органах Державної автомобільної інспекції Міністерства внутрішніх справ України на термін до одного року з оформленням документів на право тимчасової експлуатації таких транспортних засобів із терміном дії на один рік без права відчуження таких транспортних засобів або передачі в користування іншим особам.

Відчуження механічного транспортного засобу за кодами 87.01, 87.02, 87.03, 87.04, 87.05 Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності, що ввозиться громадянином при переселенні на постійне місце проживання в Україну, протягом року з дати переселення (в'їзду) на постійне місце проживання в Україну проводиться за умови сплати належних податків і зборів, передбачених для ввезення транспортного засобу з метою вільного використання.

Документи на право постійного користування та відчуження механічних транспортних засобів за кодами 87.01, 87.02, 87.03, 87.04, 87.05 Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності, що ввозяться громадянами при переселенні на постійне місце проживання в Україну, можуть бути видані після фактичного проживання протягом року на території України таких громадян-власників цих транспортних засобів.

Обмеження ввезення громадянами товарів та особистих речей на митну територію України

Пропуск на митну територію України сільськогосподарської продукції, що підпадає під визначення першої – двадцять четвертої груп Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності, що ввозиться громадянами, в будь-яких обсягах не дозволяється.

Це обмеження не поширюється на:

- горілчані вироби в кількості 1 л, вино – 2 л, пиво – 5 л, тютюнові вироби – 200 цигарок (або 200 г цих виробів), які ввозяться в особистому багажі громадянами;
- продукти харчування в упаковці виробника, що надходять на адресу фізичних осіб у міжнародних поштових відправленнях вагою до 10 кг;
- продукти харчування для власного споживання на суму до 50 євро, що ввозяться в порядку та обсягах, які визначаються Кабінетом Міністрів України;
- сільськогосподарську продукцію, отриману громадянами-резидентами як натуральну плату за виконану роботу в країнах-учасницях СНД, з якими Україна уклала угоди про вільну торгівлю;
- плодоовочеву продукцію, вирощену громадянами-резидентами на власних присадибних ділянках сумісних держав, за умови підтвердження кількості вирощеної продукції довідками органів місцевого самоврядування, права власності на такі ділянки, подання сертифіката відповідності або свідоцтва встановленого зразка про визнання сертифіката.

Не підлягають пропуску через митний кордон України:

- товари, що можуть завдати шкоди здоров'ю або загрожувати життю населення та тваринному світу чи призвести до заподіяння шкоди довкіллю;

- літературні та художні твори, поліграфічна та інша друкowana продукція, кіно-, фото-, аудіо- та відеоматеріали, що пропагують війну, жорстокість, порнографію, расову, етнічну або релігійну ворожнечу, закликають до насильницького повалення конституційного ладу в Україні;
- товари та особисті речі, на пропуск яких потрібні дозволи інших державних установ, без наявності цих дозволів. Перелік цих товарів та особистих речей визначається Кабінетом Міністрів України.

Обмеження щодо віку транспортних засобів, що ввозяться в Україну, встановлюються Кабінетом Міністрів України.

Тимчасове ввезення громадянами особистих речей та товарів на митну територію України

Громадяни мають право безперешкодно ввозити особисті речі на митну територію України в режимі тимчасового ввезення за умови їх усного або письмового декларування за бажанням власника таких речей.

Митне оформлення товарів, що ввозяться громадянами на митну територію України в режимі тимчасового ввезення в обсягах, що підлягають оподаткуванню, проводиться шляхом письмового декларування в порядку, визначеному Державною митною службою України, та подання митному органу зобов'язання про зворотне вивезення таких товарів за митну територію України.

Пропуск через митний кордон України товарів, що тимчасово ввозяться громадянами на митну територію України під зобов'язання про їх зворотне вивезення, сумарна митна вартість яких не перевищує 1000 євро та загальна вага яких не перевищує 100 кг, або одного неподільного товару незалежно від митної вартості та ваги дозволяється за умови письмового декларування в порядку, передбаченому для громадян, та внесення такими громадянами на рахунок митного органу, що здійснив пропуск таких товарів на митну територію України, грошової застави в сумі податків, що підлягають сплаті при ввезенні таких товарів на митну територію України з метою вільного використання. Порядок внесення та повернення грошової застави визначається Державною митною службою України.

У разі втрати чи повного зіпсування тимчасово ввезених товарів внаслідок форс-мажорних обставин строки, передбачені зобов'язаннями громадян, зупиняються, а грошова застава повертається власнику або його спадкоємцю.

Митне оформлення товарів, що ввозяться на митну територію України громадянами в режимі тимчасового ввезення, сумарна митна вартість яких перевищує 1000 євро та/або загальна вага яких перевищує 100 кг, проводиться в порядку, передбаченому для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Тимчасове ввезення громадянами транспортних засобів на митну територію України

Тимчасове ввезення транспортних засобів за кодами 87.01, 87.02, 87.03, 87.04, 87.05 Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності на митну територію України громадянами-резидентами дозволяється терміном до одного року після сплати ввізного мита та інших податків (зборів), передбачених законодавством при ввезенні автомобілів. Цей термін може бути продовжено Державною митною службою України або уповноваженими Державною митною службою України митними органами з урахуванням гуманітарної, наукової, господарської та інших видів діяльності громадян, які ввезли такі транспортні засоби.

Тимчасове ввезення транспортних засобів дозволяється громадянам-нерезидентам для власних потреб терміном до одного року. Цей термін може бути продовжено Державною митною службою України або уповноваженими Державною митною службою України митними органами з урахуванням гуманітарної, наукової, господарської та інших видів діяльності громадян, які ввезли такі транспортні засоби.

Транспортні засоби за кодами 87.01, 87.02, 87.03, 87.04, 87.05 Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності, тимчасово ввезені під письмове зобов'язання про зворотне вивезення, не можуть бути передані у володіння або користування іншим особам. Такі транспортні засоби можуть бути оформлені для постійного користування після сплати відповідних податків та зборів, передбачених законодавством при ввезенні транспортних засобів для вільного використання.

Тимчасове ввезення транспортних засобів за кодами 87.01, 87.02, 87.03, 87.04, 87.05 Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності дозволяється за наявності документа, що підтверджує їх реєстрацію за межами України. У разі невиконання цієї умови зазначені транспортні засоби підлягають митному оформленню для постійного користування.

Транспортні засоби за кодами 87.01, 87.02, 87.03, 87.04, 87.05 Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності, тимчасово ввезені громадянами-нерезидентами на митну територію України для власного користування на термін, що перевищує два місяці, підлягають реєстрації в органах Державної автомобільної інспекції Міністерства внутрішніх справ України, крім випадків, визначених Кабінетом Міністрів України.

Ввезення громадянами транспортних засобів із метою транзиту через територію України

Громадянам-резидентам дозволяється ввозити транспортні засоби з метою транзиту через територію України за умови письмового декларування в порядку, передбаченому для громадян, та внесення такими громадянами на рахунок митного органу, що здійснив пропуск таких транспортних засобів на митну територію України, грошової застави в сумі податків, що підлягають сплаті при ввезенні таких транспортних засобів на митну територію України з метою вільного використання.

Ці положення не поширюються на транспортні засоби, що зареєстровані постійно у відповідних реєстраційних органах іноземних держав громадянами-резидентами та їм належать, що підтверджується відповідним документом про право власності на такий транспортний засіб.

Громадянам-нерезидентам дозволяється ввозити транспортні засоби з метою транзиту через територію України за умови письмового декларування в порядку, передбаченому для громадян, та внесення такими громадянами на рахунок митного органу, що здійснив пропуск таких транспортних засобів на митну територію України, грошової застави в сумі податків, що підлягають сплаті при ввезенні таких транспортних засобів на митну територію України з метою вільного використання.

Ці положення не поширюються на транспортні засоби, що постійно зареєстровані у відповідних реєстраційних органах іноземних держав.

Порядок внесення та повернення грошової застави визначається Державною митною службою України. У разі порушення зобов'язання про транзит громадяни несуть відповідальність згідно із законодавством, при цьому грошова застава поверненню громадянам не підлягає.

У разі втрати чи повного зіпсування тимчасово ввезених транспортних засобів унаслідок форс-мажорних обставин строки, передбачені зобов'язаннями громадян, зупиняються, а грошова застава повертається власнику або його спадкоємцю.

Вивезення громадянами товарів за межі митної території України здійснюється в порядку та на умовах, встановлених законодавством України для підприємств, якщо інше не передбачено законом.

Громадяни, за умови дотримання вимог Митного кодексу України та інших законодавчих актів України, можуть перемішувати через митний кордон України будь-які предмети, крім тих, що заборонені до вивезення, а також і тих, щодо вивезення яких установлені обмеження.

Дія частини першої цієї статті не поширюється на:

- 1) товари, сукупна вартість яких не перевищує суму, еквівалентну 200 євро;
- 2) предмети, які вивозяться (пересилаються) у зв'язку з виїздом за межі України на постійне місце проживання;
- 3) предмети, які входять до складу спадщини, оформленої в Україні на користь громадянина-нерезидента, за умови підтвердження складу спадщини органами, що вчиняють нотаріальні дії;
- 4) товари, які тимчасово вивозяться (пересилаються) за межі митної території України під письмове зобов'язання про їх зворотне ввезення;
- 5) товари, які були тимчасово ввезені на митну територію України під зобов'язання про їх зворотне вивезення, що підтверджується відповідними документами;
- 6) предмети, одержані громадянами-нерезидентами у вигляді призов і нагород за участь у змаганнях, конкурсах, фестивалях

тощо, які проводяться на території України, що підтверджується відповідними документами;

- 7) предмети (майно) особистого користування, в тому числі предмети початкового облаштування, придбані в Україні громадянами-нерезидентами, які користуються пільгами згідно з міжнародними договорами України, укладеними в установленому законом порядку, що вивозяться (пересилаються) цими громадянами у зв'язку з їх остаточним виїздом за межі України;
- 8) товари, придбані громадянами-нерезидентами на території України, загальна вартість яких не перевищує суми іноземної валюти, ввезеної цими громадянами під час в'їзду в Україну, за умови подання відповідних документів;
- 9) предмети, призначені для особистого користування, що вивозяться (пересилаються) громадянами-нерезидентами у зв'язку з остаточним виїздом за межі України;
- 10) товари, що вивозяться громадянами-нерезидентами у зв'язку з остаточним виїздом за межі України, на суму, що не перевищує 80 відсотків доходу, одержаного за час роботи чи навчання в Україні, за умови подання відповідних документів.

Предмети (товари), при вивозі яких з України необхідний дозвіл відповідних органів:

- твори мистецтва, культурні й історичні цінності (картини, скульптури, акварелі, різноманітні види гравюр, мініатюри, вироби з порцеляни, кришталю, кераміки, дерева, шкіри, дорогоцінних і недорогоцінних каменів, дорогоцінних і недорогоцінних металів, предмети народних художніх промислів, гобелени, меблі, художній одяг і взуття, нумізматики, художня зброя, книги, рукописи, пластинки, музичні інструменти, поштові марки і т.п.) і інші предмети, що являють художню, історичну або культурну цінність, – дозвіл Міністерства культури і туризму України;
- товари й інші предмети, що підлягають ветеринарному, екологічному, санітарному або фітосанітарному контролю, пропускаються після здійснення такого контролю відповідними службами.

Забороняється вивіз за межі митної території України:

- предметів (товарів), на які встановлені державні дотації, крім предметів особистого користування;
- предметів (товарів) промислового призначення;
- дорогоцінних металів, дорогоцінних каменів і виробів з них, культурних цінностей з метою відчуження;
- сильнодіючих, отрутих, радіоактивних, вибухових речовин, інших предметів, що можуть завдати шкоди здоров'ю або загрожувати життю населення і тваринного світу, або призвести до руйнування навколишнього середовища.

З 15.07.2003 року спільним наказом від 21.05.2003 № 299/344 Державної прикордонної служби України і Державної митної служби України у всіх автомобільних і залізничних пунктах пропуску через державний кордон введені спеціальні зелені коридори, що спрощують порядок пропуску через кордон осіб і транспортних засобів, за винятком вантажних транспортних засобів. Правила користування зеленими коридорами викладені на інформаційних табло при в'їзді в пункти пропуску через державний кордон.

Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України № 1021 від 17.09.97р. „Про удосконалення порядку надання медичної допомоги іноземним громадянам, що тимчасово перебувають на території України” іноземці й особи без громадянства зобов'язані мати страховий поліс (сертифікат), що звільняє іноземців від витрат на медичну допомогу.

Контрольні запитання та завдання

1. Які основні фактори створюють небезпеку для туристів?
2. Які заходи зобов'язані здійснювати туристичні підприємства з метою забезпечення безпеки туристів?
3. Що потрібно враховувати при проектуванні туру?
4. Дайте визначення термінів „страхування”, „страховик” та „страхувальник”.
5. Укажіть основні функції страхування.
6. Назвіть обов'язкові види страхування в туризмі.
7. Які Вам відомі види страхування?
8. Який порядок перетину кордону громадянами України?
9. Розкажіть про порядок перетину кордону іноземними громадянами?

10. Як ввозиться валюта України та іноземна валюта на територію України?

11. Як здійснюється вивезення валюти України та іноземної валюти з України?

12. Що належить до особистих речей туристів та порядок їх ввезення в Україну?

13. Які обмеження щодо ввезення громадянами товарів та особистих речей на митну територію України.

Розділ 8.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У СВІТІ ТА В УКРАЇНІ

8.1. Прогнози розвитку світового туризму

Усвідомлення людиною того, що він є громадянином не тільки своєї країни, а й світу, веде до розширення туристичних поїздок, збільшення пропозицій на ринку різноманітних турів, особливо цільових. На конференції ВТО в Лісабоні за результатами дослідження „Tourism 2020 Vision” проголошені п’ять перспективних туристичних напрямків XXI століття [30, с. 291]:

1. Пригодницький туризм. У світі залишається дедалі менше не досліджених туристами регіонів. Справжніх романтиків приваблюють найвіддаленіші куточки Землі, гірські вершини і морські глибини. Нові туристичні потреби вимагають розробки відповідного туристичного продукту.

2. Круїзи. Цей сектор туризму розвивається феноменально швидкими темпами. Якщо в 1997 році на круїзних суднах по морських і річкових маршрутах подорожувало біля 7 млн. чоловік, то вже в 2000 році кількість туристів зросла до понад 9 млн. У світі будується 42 восьмипалубних круїзних теплоходи місткістю до 6200 пасажирів кожен.

3. Екологічний туризм. Головна мета екотуризму – збереження навколишнього середовища та забезпечення мінімального впливу людини на природу. Можна організовувати як тематичні пізнавальні тури для любителів екотуризму, так і тури для відпочиваючих на курортах, із відвідуванням національних заповідників.

4. Культурно-пізнавальний туризм. Найбільші потоки туристів, подорожуючих із пізнавальною метою, спостерігаються в Європу, Азію та на Близький Схід. Для невеликих груп туристів можна організувати пізнавальні тури у вигляді одноденних екскурсій із відвідуванням пам’ятників культури.

5. Тематичний туризм. Цей вид туризму передбачає підвищену зацікавленість конкретним явищем, наприклад кліматичними умовами певної місцевості або тематичними парками, як місцями відпочинку.

За прогнозами ВТО, в XXI столітті очікується туристичний бум: кількість подорожуючих до 2020 року сягне до 1,6 млрд. осіб у рік, що означає збільшення туристичних прибуттів у 2,4 разу порівняно з 2000 роком.

При цьому доходи від туризму, за прогнозами ВТО, у 2010 році складуть 1550 млрд. доларів США, тобто у 3,3 разу перевищать рівень 2000 року, а до 2020 року прогнозується збільшення доходів до 2000 млрд. доларів США.

Прогноз найбільш популярних туристичних напрямків до 2020 р. відображений у таблиці 8.1.1.

Таблиця 8.1.1

Країна	Кількість туристичних прибуттів, млн.	Частина на світовому туристичному ринку, %	Динаміка зростання у 2000–2020 рр., %
Китай	137,1	8,6	8,0
США	102,4	6,4	3,5
Франція	93,3	5,8	1,8
Іспанія	71,0	4,4	2,4
Гонконг	59,3	3,7	7,3
Італія	52,9	3,3	2,2
Великобританія	52,8	3,3	3,0
Мексика	48,9	3,1	3,6
Росія	47,1	2,9	6,7
Чеська Республіка	44,0	2,7	4,0
Всього	708,8	44,2	-

Із таблиці видно, що при щорічному зростанні на 8% кількість туристичних прибуттів у Китай досягне до 2020 року 137,1 млн.

Другим за популярністю туристичним напрямком стануть США (102,4 млн.), далі — Франція (93,3 млн.), Іспанія (71,0 млн.), Гонконг (59,3 млн.).

Щоденні витрати туристів, за винятком коштів на авіаперевезення, збільшаться до 5 млрд. доларів у день.

За прогнозами ВТО, очікується бурхливий розвиток виїзного туризму. Найбільшими країнами-постачальниками туристичних потоків стануть Німеччина, Японія, США, Китай, Великобританія.

Економічна відсталість нових політичних структур у Східній Європі є реальним бар'єром для залучення населення цих країн у

міжнародний туризм. Обсяги туризму між країнами Західної і Східної Європи будуть зростати в основному в напрямку зі Сходу на Захід.

І все ж таки разом з економічним піднесенням країн Східної Європи, розбудовою туристичної інфраструктури, розвитком транспортних систем, міжнародний туризм для країн, що розвиваються, стане джерелом не тільки надходження іноземної валюти, але і створення нових робочих місць.

Отже, тенденції розвитку міжнародного туризму мають позитивний характер. Зростаючий інтерес туристів до іншої культури, велика кількість реклами, доступність інформації сприяють збільшенню можливостей спілкування між народами, що дозволяє простим громадянам краще розуміти один одного.

8.2. Досягнення та проблеми розвитку туризму в Україні

Активний розвиток туризму характерний і для України. За останні п'ять років:

1. Здійснено формування законодавчої та нормативно-правової бази туризму

Підготовлено та прийнято:

закони України:

- „Про внесення змін до Декрету Кабінету Міністрів України від 20 травня 1993 року № 56-93 „Про місцеві податки і збори” від 20 березня 2003 року № 641-IV;
- Про особисте селянське господарство” від 15 травня 2003 року № 742-IV;
- „Про туризм” у редакції від 18 листопада 2003 року № 1282 – IV;
- „Про оголошення природних територій міста Бердянська Запорізької області курортом державного значення” від 11 січня 2005 року № 2305-IV;

укази Президента України:

- „Про деякі заходи щодо розвитку туристичної та курортно-рекреаційної сфер України” від 11.03.2003 року № 207 (Основними цілями Указу є створення оптимальних нормативно-правових засад прискореного розвитку інфра-

структури, зменшення податкового тиску на туристичну галузь, визначення принципового політичного рішення щодо забезпечення протекціоністської політики держави щодо рекламування національного туристичного продукту та запровадження безвізового в'їзду туристів з економічно розвинених країн).

- „Про стан виконання заходів щодо демілітаризації, екологічного оздоровлення та дальшого економічного, соціального і культурного розвитку зони Балаклавської бухти міста Севастополя” від 19 серпня 2004 року № 935/2004 (яким, зокрема, дано доручення щодо створення умов для реалізації пілотних проектів розбудови міста Балаклави як центру міжнародного туризму та відпочинку);
- „Про дальшу діяльність закладів оздоровлення та відпочинку, що перебувають у державній власності” від 21 жовтня 2004 року № 1296;

постанови Кабінету Міністрів України:

- „Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 роки” від 29 квітня 2002 року № 583;
- „Про утворення Наукового центру розвитку туризму” від 17 серпня 2002 року № 1132;
- „Про забезпечення дотримання законодавства під час надання послуг іноземцям та особам без громадянства” від 17 серпня 2002 року № 1136;
- „Про затвердження Програми розвитку Криму як цілорічного курортно-рекреаційного туристичного центру” від 29 січня 2003 року № 133;
- Про внесення змін до переліків центральних органів виконавчої влади, на які покладаються функції технічного регулювання у визначених сферах діяльності та розроблення технічних регламентів” від 19 березня 2003 року № 358;
- „Про затвердження типових положень про управління (відділ) з питань туризму і курортів обласної, Київської та Севастопольської міської державної адміністрації та про відділ з питань туризму і курортів районної, районної у м. Києві та Севастополі державної адміністрації” від 15 травня 2003 року № 727;

- „Про здійснення попередньої оплати робіт (послуг), пов’язаних з організацією та проведенням міжнародних заходів у галузі туризму” від 15 травня 2003 р. № 728;
- „Про внесення зміни до постанови Кабінету Міністрів України від 20 лютого 1999 р. № 228” від 28 липня 2003 року № 1168 (згідно з якою на Держтурадміністрацію покладено ведення Державного кадастру природних територій курортів);
- „Про заходи щодо поліпшення роботи з використання і охорони територій курортно-оздоровчого та рекреаційного призначення в Одеській області” від 10 грудня 2003 р. № 1900;
- „Про внесення змін до переліку органів ліцензування та переліку документів, які додаються до заяви про видачу ліцензії для окремого виду господарської діяльності” від 4 березня 2004 року № 267;
- „Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 23 травня 2001 р. № 562” від 14 квітня 2004 року № 487;
- „Про затвердження Програми розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004 – 2010 роках” від 12 травня 2004 року № 612;
- „Про внесення зміни до постанови Кабінету Міністрів України від 20 лютого 1999 р. № 228” від 13 липня 2004 року № 909;
- „Про утворення Ради з питань туризму” від 12 серпня 2004 року № 1045;

розпорядження Кабінету Міністрів України:

- „Про затвердження заходів щодо розвитку іноземного і внутрішнього туризму” від 27.06.03 № 390-р;
- „Про затвердження заходів щодо державної підтримки розвитку молодіжного та дитячого туризму” від 12.05.04 № 298-р.;

накази центральних органів виконавчої влади загального спрямування:

- Наказ Держмитслужби та Адміністрації державної прикордонної служби від 24.11.2003 року № 297/793 „Про

затвердження Технології прикордонного та митного контролю у пунктах пропуску через державний кордон” (Зареєстровано: Мін’юст України від 09.12.2003 № 1133/8454) (яким запроваджено технологію спрощення формальностей прикордонного та митного контролю в пунктах пропуску через державний кордон України. Це дозволило значно скоротити час переміщення громадян у пунктах пропуску через державний кордон, зменшило черги транспортних засобів біля пунктів пропуску);

- Наказ МОН від 14 червня 2004 року № 476 „Про затвердження складових галузевих стандартів вищої освіти з напрямку 0504 „Туризм” (Зареєстровано: Мін’юст України від 09.07.2004 № 868/9462);
- Наказ Держтурадміністрації від 16 березня 2004 року № 19 „Про затвердження Правил користування й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг” (Зареєстровано: Мін’юст України від 2 квітня 2004 року № 413/9012);
- Наказ Держтурадміністрації від 29 вересня 2004 року № 83 „Про затвердження Положення про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцям туристичного супроводу” (Зареєстровано: Мін’юст України від 20 жовтня 2004 року № 1344/9943);

національні стандарти:

- ДСТУ 4268:2003 „Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги”;
- ДСТУ 4269:2003 „Послуги туристичні. Класифікація готелів”.

2. Сформовано структуру і стратегію розвитку туристичної галузі.

Досягнуто законодавчих змін щодо приведення національного законодавства в туристичній галузі у відповідність до вимог законодавства Європейського Союзу та визначено структуру галузі шляхом прийняття Закону України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм”, зокрема до структури галузі ввійшли:

- туристичний оператори;
- туристичні агенти;
- готелі та інші аналогічні засоби розміщення;

- гідів-перекладачів, екскурсоводів, спортивні інструктори, провідники та інші;
- фахівців туристичного супроводу;
- фізичні особи, які не є суб’єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

3. Успішно реалізується Державна програма розвитку туризму на 2002–2010 роки.

В усіх регіонах прийняті обласні і в деяких районні програми розвитку туризму до 2010 року.

4. Сформовано систему управління туристичною сферою в регіонах.

Створено управлінську вертикаль структурних підрозділів з питань туризму та курортів обласних державних адміністрацій.

У регіонах, де туризм визнано пріоритетним, створено підрозділи в районних державних адміністраціях.

5. Запроваджено засади державного стимулювання розвитку в’їзного і внутрішнього, молодіжного та дитячого туризму.

Для збільшення туристичних потоків, обсягів реалізації туристичних послуг, а також створення додаткових робочих місць Урядом України затверджено заходи щодо розвитку в’їзного і внутрішнього туризму, молодіжного та дитячого туризму.

6. Визначено пріоритети розвитку окремих туристичних центрів.

– Прийнято Програму розвитку Криму як цілорічного курортно-рекреаційного туристичного центру.

– Активно підтримується розвиток Карпатського регіону.

– Запроваджено підписання Угод про співпрацю між Державною службою туризму і курортів та обласними державними адміністраціями, а також із громадськими організаціями, зокрема підписано Угоду зі Спільною малих історичних міст „Золоте Перевесло” та Спільною курортних міст Півдня України.

7. Здійснено інтеграцію України у світовий туристичний ринок.

Протягом 3 років укладено 12 міжурядових і міждержавних угод про співробітництво в галузі туризму з понад 10 країнами світу, що є для України перспективними туристичними ринками.

– Забезпечено дійсне членство України у Всесвітній туристській організації. В Україні проведено 8 міжнародних семінарів ВТО (у м. Києві, Одесі, Ялті та Яремчі) з різних аспектів світової та національної туристичної політики, у двох з яких брав участь Генеральний секретар ВТО.

– Здійснено головування України у Раді по туризму СНД.

– Забезпечено членство у складі робочих груп по туризму Організації Чорноморського економічного співробітництва (ОЧЕС), Центральноєвропейської ініціативи (ЦЕІ), Процесу Дунайського співробітництва.

– Запроваджено комплекс дій стосовно забезпечення протекційної політики держави щодо рекламування національного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках туристичних послуг.

8. Забезпечено позитивні зрушення в розвитку готельного бізнесу та інвестиційної діяльності в туристично-рекреаційній сфері.

– Скасовано 20% готельний збір, як дискримінаційний податок.

– Запроваджено єдині ціни на проживання в готелях для громадян України та іноземців.

– Забезпечено сприяння активізації інвестиційної діяльності в туристично-рекреаційній сфері шляхом запровадження концесій на будівництво та експлуатацію туристичних об'єктів.

– Розроблено та затверджено Національні стандарти ДСТУ 4268:2003 „Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги” та ДСТУ 4269:2003 „Послуги туристичні. Класифікація готелів”.

– У 40 разів зросли інвестиції в туристичну та курортно-рекреаційну сферу, проведено 2 міжнародні інвестиційні виставки „Hospitality-Invest”.

– У 2004 році на зміцнення матеріальної бази туристичної галузі за рахунок усіх джерел фінансування спрямовано понад 784,7 млн. грн., з них 63 % – власні кошти підприємств, 26% – кошти вітчизняних та іноземних інвесторів, 11% – кошти державного бюджету.

– У першому півріччі 2005 року на будівництво та реконструкцію об'єктів курортної та туристично-рекреаційної сфери використано власних та інвестиційних коштів у сумі понад 750,0 млн. грн., з яких

більшість – власні кошти підприємств, понад 32 % – кошти внутрішніх та іноземних інвесторів.

– На 1 червня 2005 року пройшли сертифікацію 689 засобів розміщення, з них 128 готелів – на відповідність певній категорії (5*-1, 4*-16, 3*-55, 2*-44, 1*-12), 561 засіб розміщення – на відповідність вимогам безпеки.

11. Забезпечено облаштування мережі міжнародних транспортних коридорів сучасною туристичною інфраструктурою.

Для здійснення ефективного функціонування, сталого та динамічного розвитку міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей і туристичної інфраструктури затверджено Програму розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004 – 2010 роках.

12. Сформовано наукове забезпечення розвитку галузі.

– Створено Науковий центр розвитку туризму.

– Започатковано підготовку та видання щорічної доповіді про стан розвитку туристичної галузі.

– Підготовлено понад 20 наукових праць у туристичній та курортно-рекреаційній сфері.

– Затверджено складові галузевих стандартів вищої освіти з напрямку 0504 „Туризм”.

13. Розпочато реалізацію програм міжнародної технічної допомоги.

Спільно з представниками Міністерства економіки і праці Німеччини та фахівцями туристичної галузі Німеччини розпочато роботу над реалізацією проекту Tacis-Twinning „Розвиток інформаційної бази туристичної галузі через створення мережі туристичних інформаційних центрів”. Метою проекту є створення ефективної системи збору та розповсюдження інформаційних і рекламних матеріалів, удосконалення нормативно-правової бази щодо інформаційної підтримки туристичної галузі.

14. Здійснено заходи щодо розвитку курортної сфери.

– Оголошено природні території курортів м.Бердянськ Запорізької області та м.Саки АР Крим курортами державного значення.

– Розроблено і затверджено Структуру зміст та форму подання відомостей, які включаються до Державного кадастру природних територій курортів.

– Розроблено проект Концепції розвитку курортів.

15. Налагоджено співпрацю та взаємодію з громадськими професійними організаціями галузі, зокрема з такими, як:

– Асоціація готельних об'єднань і готелів міст України;
– Асоціація навчальних закладів України туристичного і готельного профілю;

– Всеукраїнська асоціація туристичних операторів;
– Всеукраїнська молодіжна хостеласоціація;
– Всеукраїнський Фонд сприяння розвитку фізичної культури, спорту та туризму;

– Національна Федерація спортивного туризму України;

– Рада з туризму Карпатського регіону;

– Спілка сприяння розвитку сільського туризму України;

– Туристична асоціація України;

– Українська асоціація туристичних агентств;

– Фонд „Намисто Славутича”.

Створено Національну громадську раду з туризму та курортів.

Разом з тим, незважаючи на те, що робота у сфері туризму в останні роки значно активізувалася, залишається багато нерозв'язаних проблем, зокрема:

– Попри на високий курортний потенціал країни, реальна питома вага територій рекреаційного призначення залишається дуже малою. Через невирішеність цієї проблеми гальмується як подальше планування створення нових курортних зон, так і можливість залучення комплексних масштабних інвестицій. Відсутність генеральних планів забудови більшості курортних і рекреаційних територій значно ускладнює роботу з потенційними інвесторами.

– Потребує подальшого формування стратегія розвитку українських курортів, у тому числі розроблення Державної програми розвитку курортів.

– Фінансування розвитку галузі на державному та регіональному рівнях недостатнє.

– Не створено сприятливих умов для залучення інвестицій, особливо щодо механізмів стимулювання будівництва нових і реконструкції діючих об'єктів туристичної та курортно-рекреаційної сфер, наприклад через залучення вітчизняних та іноземних інвестицій стимулювання розвитку туризму в депресивних регіонах.

– Гострою залишається необхідність визначення території та ділянок під будівництво туристичної інфраструктури.

– Потрібна розробка та реалізація комплексу заходів для розвитку масового внутрішнього туризму, зокрема соціального, і створення відповідної інфраструктури – як чинника підвищення якості життя громадян України.

– Необхідна активізація розвитку дитячого та молодіжного туризму, а також створення необхідних умов для розвитку сільського туризму.

8.3. Перспективи розвитку туризму в Україні

Розвиток туризму в Україні суттєво впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, і є одним із найбільш перспективних напрямків структурної перебудови економіки.

Світова рада подорожей та туризму у співпраці з Оксфордським відділом економічних прогнозів оприлюднили щорічний економічний огляд світового туризму за 2006 рік. Україна посіла в ньому 50-те місце за показником розвитку сфери туризму в світі.

Як і для багатьох європейських країн, де найбільш потужними є туристичні потоки між сусідніми державами, для України, на перспективу, сукупна частка туристичного обміну з Росією, Білоруссю та Молдовою коливатиметься в межах 60% у загальних обсягах турпотоків.

Окрім цього, сусідні країни забезпечуватимуть і потужні потоки одноденних відвідувачів, зокрема транзитних, чисельність яких щорічно збільшуватиметься.

Ведучи мову про перспективи розвитку туризму в Україні на наступні десять років, насамперед необхідно підкреслити, що сучасний туризм – це та сфера економіки й життєдіяльності суспільства в цілому, яка в тій чи іншій мірі інтегрує практично всі галузі, що й визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Саме цей фактор повинен стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму, як тієї галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни в цілому, стимулювати ряд важливих галузей економіки, сприяти зміцненню нового позитивного іміджу України на світовій арені.

Стратегічною метою розвитку сфери туризму в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби іноземних туристів і населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного довілля. Програма дій, зорієнтована на досягнення цієї мети, має бути синхронізованою з загальними темпами становлення ринкових механізмів і співвіднесеною з політикою структурних реформ в економіці. Вона повинна також враховувати накопичений досвід розвитку туризму у світі, що створює сприятливі умови для доопрацювання та розроблення відповідної нормативно-правової бази туризму.

Нарощування темпів та підвищення ефективності роботи підприємств сфери туризму, становлення туристичної галузі як однієї з провідних галузей вітчизняної економіки стримується невирішеністю низки питань, розв'язання яких потребує державного регулювання та підтримки виконавчих органів влади.

На думку одного з провідних спеціалістів туризму Роберта А. Браймера, „у теперішній час найбільш гальмівним фактором у розвитку туризму на суспільному рівні є відсутність уваги та підтримки з боку політиків та громадської влади. Коли на туризм не зважають, його доходи не визначені, відсутнє ретельне планування та, як наслідок, відсутній і розвиток. Як тільки буде глибока зацікавленість на законодавчому рівні, поєднання зусиль для піднесення статусу індустрії туризму на більш високий рівень

не тільки у вигляді декларацій, а й конкретних заходів щодо встановлення та підтримки економічних зв'язків, почне ефективно діяти маркетинг у сфері туризму, відтоді можна розраховувати на видимі результати”.

Одне із ключових питань, яке необхідно вирішити в найближчий час, – це питання оптимізації взаємодії туризму і культури як на рівні центральних органів влади, так і на місцях. Культурна спадщина, музеї, театри в більшості країн світу є виключно важливим фактором залучення туристів, генерації міжнародних і локальних туристичних потоків. І в результаті цього свого клієнта отримують транспорт і громадське харчування, готелі, місцева промисловість та ін.

Координація стратегічного розвитку культурної сфери і туризму на місцях повинна привести до більш тісної співпраці місцевої влади і реального бізнесу у виконанні конкретних завдань по збереженню культурної спадщини, впровадження в практику діяльності музеїв, національних заповідників передових менеджерських практик, орієнтації для роботи в ринкових вимірах і координації діяльності із суб'єктами туристичної індустрії [69, с. 21].

Перспективний розвиток туризму в Україні суттєво вплине на зайнятість населення. У сфері туризму і рекреації з урахуванням інших галузей (транспорт, торгівля, зв'язок та ін.) та тимчасової зайнятості протягом активного туристичного сезону в 2010 році працюватиме 3,63 млн. осіб [19, с. 6].

Прийняте рішення про проведення Чемпіонату Європи з футболу в Україні та Польщі в 2012 році допоможе якнайкраще заявити про туристичні можливості України у всьому світі.

Подальший розвиток демократії, політична стабільність, визначення пріоритетних напрямків економічного розвитку, майбутній вступ України до НАТО та ЄС – все це забезпечить створення високоприбуткової туристичної галузі, яка задовольнить потреби внутрішнього та міжнародного туризму, з урахуванням природно-кліматичного, рекреаційного, соціально-економічного та історико-культурного потенціалу країни, її національних особливостей.

Важливими факторами, що впливатимуть у подальшому на розвиток ринку туризму, є демографічні зміни, матеріальний та

соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість та багато інших чинників.

Демографічна структура населення України та аналіз вікових груп, які найбільше подорожують, ще раз підтверджують, що в Україні найбільш активна частина населення віком від 30 до 40 років, на відміну від економічно-розвинених країн, де люди старшої вікової групи (55–60 років) відіграють дедалі важливішу роль у міжнародному туризмі. Тільки в 2005 році у світі зареєстровано біля 135 млн. прибуттів, здійснених людьми старшого віку. Основними постачальниками цієї категорії туристів є США, Канада, Японія та країни Європейського Союзу. Населення цих країн, незважаючи на швидкі темпи старіння, залишається фізично активним і, що не менш важливо, – більш заможним.

Поступове збільшення кількості працюючих, забезпечення більш високого доходу на кожного члена сім'ї, підвищення тривалості оплачуваної відпустки та гнучкість робочого часу поступово розширяють такі сегменти туристичного ринку, як поїздки з метою відпочинку і в період відпусток, відвідування тематичних парків і культурних заходів, здійснення ділових поїздок, короточасних подорожей і маршрутів вихідного дня тощо.

Зростання рівня освіти збільшує потяг людини до знань, зацікавленість іншою культурою викликає бажання подорожувати й отримувати нові враження.

Одним із найважливіших чинників, що впливає на розвиток як внутрішнього, так і міжнародного туризму, є добробут населення. Існує чіткий зв'язок між тенденцією розвитку туризму, загальним економічним розвитком і особистими доходами громадян. Туристичний ринок дуже відчутний до змін в економіці. За стабільних цін, зростання особистого споживання на 2,5% збільшує витрати на туризм на 4%, а зростання особистого споживання на 5% збільшує витрати на туризм на 10% [30, с. 291].

Щорічне збільшення доходів громадян України приведе до більш інтенсивної туристичної діяльності й, зокрема, до збільшення кількості споживачів із високими доходами. В майбутньому населення України буде характеризуватися як таке, що має підвищену якість життя. Відпочинок, подорожі, мистецтво,

культура стануть основними елементами, які заповнять вільний час людини.

Контрольні запитання та завдання

1. *Які напрямки розвитку туризму будуть перспективними в XXI столітті?*
2. *Які країни в майбутньому стануть найбільш відвідуваними?*
3. *Назвіть фактори, які сприятимуть розвитку туризму в світі.*
4. *Які прогнози розвитку туризму в Україні?*
5. *Вкажіть стратегічну мету розвитку туристичної індустрії в Україні.*
6. *Які проблеми розвитку туристичної сфери України?*
7. *Визначте основні завдання, які необхідно виконати для подальшого розвитку туризму.*
8. *Які чинники впливають на розвиток туризму в Україні?*

ДОДАТКИ

Додаток 1 КОНСТИТУЦІЯ УКРАЇНИ (витяги)

Стаття 3

Людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю.

Права і свободи людини та їх гарантії визначають зміст і спрямованість діяльності держави. Держава відповідає перед людиною за свою діяльність. Утвердження і забезпечення прав і свобод людини є головним обов'язком держави.

Стаття 8

В Україні визнається і діє принцип верховенства права.

Конституція України має найвищу юридичну силу. Закони та інші нормативно-правові акти приймаються на основі Конституції України і повинні відповідати їй.

Норми Конституції України є нормами прямої дії. Звернення до суду для захисту конституційних прав і свобод людини і громадянина безпосередньо на підставі Конституції України гарантується.

Стаття 9

Чинні міжнародні договори, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, є частиною національного законодавства України.

Стаття 11

Держава сприяє консолідації та розвитку української нації, її історичної свідомості, традицій і культури, а також розвитку етнічної, культурної, мовної та релігійної самобутності всіх корінних народів і національних меншин України.

Стаття 16

Забезпечення екологічної безпеки і підтримання екологічної рівноваги на території України, подолання наслідків Чорнобильської катастрофи – катастрофи планетарного масштабу, збереження генофонду Українського народу є обов'язком держави.

Стаття 19

Правовий порядок в Україні ґрунтується на засадах, відповідно до яких ніхто не може бути примушений робити те, що не передбачено законодавством.

Органи державної влади та органи місцевого самоврядування, їх посадові особи зобов'язані діяти лише на підставі, в межах повноважень та у спосіб, що передбачені Конституцією та законами України.

Стаття 23

Кожна людина має право на вільний розвиток своєї особистості, якщо при цьому не порушуються права і свободи інших людей, та має обов'язки перед суспільством, в якому забезпечується вільний і всебічний розвиток її особистості.

Стаття 26

Іноземці та особи без громадянства, що перебувають в Україні на законних підставах, користуються тими самими правами і свободами, а також несуть такі самі обов'язки, як і громадяни України, – за винятками, встановленими Конституцією, законами чи міжнародними договорами України.

Стаття 33

Кожному, хто на законних підставах перебуває на території України, гарантується свобода пересування, вільний вибір місця проживання, право вільно залишати територію України, за винятком обмежень, які встановлюються законом.

Стаття 45

Кожен, хто працює, має право на відпочинок.

Це право забезпечується наданням днів щотижневого відпочинку, а також оплачуваної щорічної відпустки, встановленням скороченого робочого дня щодо окремих професій і виробництв, скороченої тривалості роботи у нічний час.

Максимальна тривалість робочого часу, мінімальна тривалість відпочинку та оплачуваної щорічної відпустки, вихідні та святкові дні, а також інші умови здійснення цього права визначаються законом.

Стаття 49

Кожен має право на охорону здоров'я, медичну допомогу та медичне страхування.

Стаття 50

Кожен має право на безпечне для життя і здоров'я довкілля та на відшкодування завданої порушенням цього права шкоди.

Кожному гарантується право вільного доступу до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту, а також право на її поширення. Така інформація ніким не може бути засекречена.

Стаття 54

Держава забезпечує збереження історичних пам'яток та інших об'єктів, що становлять культурну цінність, вживає заходів для повернення в Україну культурних цінностей народу, які знаходяться за її межами.

Стаття 57

Кожному гарантується право знати свої права і обов'язки.

Закони та інші нормативно-правові акти, що визначають права і обов'язки громадян, мають бути доведені до відома населення у порядку, встановленому законом.

Закони та інші нормативно-правові акти, що визначають права і обов'язки громадян, не доведені до відома населення у порядку, встановленому законом, є нечинними.

Стаття 66

Кожен зобов'язаний не заподіювати шкоду природі, культурній спадщині, відшкодовувати завдані ним збитки.

Додаток 2

ЗАКОН УКРАЇНИ

Про внесення змін до Закону України „Про туризм”

Верховна Рада України **постановляє:**

І. Внести зміни до Закону України „Про туризм” (Відомості Верховної Ради України, 1995 р., № 31, ст. 241; 2001 р., № 32, ст. 172), виклавши його в такій редакції:

„ЗАКОН УКРАЇНИ „Про туризм”

Цей Закон визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України.

Розділ І

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 1. Визначення термінів

У цьому Законі наведені нижче терміни вживаються в такому значенні:

туризм – тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування;

турист – особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін;

туристичний продукт – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною

ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо);

супутні туристичні послуги та товари – послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких несуттєво скоротяться без їх реалізації туристам;

характерні туристичні послуги та товари – послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких суттєво скоротяться без їх реалізації туристам;

просування туристичного продукту – комплекс заходів, спрямованих на створення та підготовку до реалізації туристичного продукту чи туристичних послуг (організація рекламно-ознайомлювальних подорожей, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, видання каталогів, буклетів тощо);

місце продажу (реалізації) туристичних послуг – країна, в якій зареєстровано відповідний суб'єкт господарювання, що реалізує туристичний продукт;

місце надання туристичних послуг – країна, на території якої безпосередньо надаються туристичні послуги.

Стаття 2. Законодавство України про туризм

Законодавство України про туризм складається з Конституції України, цього Закону, інших нормативно-правових актів, виданих відповідно до них. Майнові відносини в галузі туризму, засновані на рівності, автономії волі і майновій самостійності їх учасників, регулюються Цивільним та Господарським кодексами України з урахуванням особливостей, встановлених цим Законом.

Якщо міжнародним договором України, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України, передбачені інші правила, ніж ті, що встановлені цим Законом, застосовуються правила міжнародного договору.

Стаття 3. Туристичні ресурси України

Туристичними ресурсами України є пропонувані або такі, що можуть пропонуватися, туристичні пропозиції на основі та з використанням об'єктів державної, комунальної чи приватної власності.

Напрями освоєння і розвитку туристичних ресурсів України визначаються органами державної влади, органами місцевого самоврядування відповідно до програм розвитку туризму.

Класифікація та оцінка туристичних ресурсів України, режим їх охорони, порядок використання з обліком гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля, порядок збереження цілісності туристичних ресурсів України, заходи для їх відновлення визначаються відповідно до закону.

Унікальні туристичні ресурси можуть знаходитися на особливому режимі охорони, що обмежує доступ до них. Обмеження доступу до туристичних ресурсів визначається їх реальною пропускнуою спроможністю, рівнем припустимого антропогенного навантаження, сезонними та іншими умовами.

Під час містобудівного планування, проектування, розміщення, будівництва і реконструкції об'єктів містобудування на територіях рекреаційних зон відповідні органи виконавчої влади, власники об'єктів містобудування повинні передбачати максимальну інтеграцію споруджуваних об'єктів до місцевого соціально-економічного, природного та історико-культурного середовища.

Стаття 4. Організаційні форми та види туризму

Організаційними формами туризму є міжнародний і внутрішній туризм.

До міжнародного туризму належать: в'їзний туризм – подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території, та виїзний туризм – подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни.

Внутрішнім туризмом є подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території.

Залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак існують такі види туризму: дитячий; молодіжний; сімейний; для осіб похилого віку; для інвалідів; культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; спортивний; релігійний; екологічний (зелений); сільський; підводний; гірський; пригодницький; мисливський; автомобільний; самодіяльний тощо. Особливості здійснення окремих видів туризму встановлюються законом.

Стаття 5. Учасники відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності

Учасниками відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, є юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги (перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування) чи здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг, а також громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

Суб'єктами, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність (далі – суб'єкти туристичної діяльності), є:

туристичні оператори (далі – туроператори) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність;

туристичні агенти (далі – турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на турагентську діяльність;

інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;

гідн-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом і які в установленому порядку отримали дозвіл на право здійснення туристичного супроводу, крім осіб, які працюють

на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування;

фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

Перелік посад фахівців туристичного супроводу, кваліфікаційні вимоги до них і порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу визначаються центральним органом виконавчої влади в галузі туризму.

Розділ II

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ТА ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Стаття 6. Основні способи та цілі державного регулювання в галузі туризму. Основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму

Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності. Реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом:

визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму;

визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони;

спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму;

визначення основ безпеки туризму;

нормативного регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян);

ліцензування в галузі туризму, стандартизації і сертифікації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу, видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу;

встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу;

організації і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;

визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та підготовки кадрів у галузі туризму;

участі в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму.

Державне регулювання в галузі туризму здійснюється іншими способами, визначеними законом.

Основними цілями державного регулювання в галузі туризму є: забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;

безпеку туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;

збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові території;

створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

Основними пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму є:

удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;

забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць;

розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму;

розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;

створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;

забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб.

Стаття 7. Органи, що здійснюють регулювання в галузі туризму

Регулювання в галузі туризму здійснюється Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, центральним органом виконавчої влади в галузі туризму, Верховною Радою Автономної Республіки Крим та Радою міністрів Автономної Республіки Крим, місцевими державними адміністраціями, органами місцевого самоврядування, а також іншими органами в межах їх компетенції.

Стаття 8. Повноваження Верховної Ради України, Верховної Ради Автономної Республіки Крим та органів місцевого самоврядування в галузі туризму

1. До виключних повноважень Верховної Ради України в галузі туризму належать:

визначення основних напрямів державної політики в галузі туризму;

визначення правових засад регулювання відносин у галузі туризму, їх удосконалення та адаптація із загальновизначеними нормами міжнародного права;

визначення в законі про Державний бюджет України обсягу фінансового забезпечення туристичної галузі.

Верховна Рада України відповідно до Конституції України може брати до свого розгляду й інші питання, що стосуються туризму.

Верховна Рада Автономної Республіки Крим, обласні і районні ради відповідно до їх повноважень:

затверджують регіональні програми розвитку туризму, що фінансуються з бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів;

визначають кошти бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів для фінансового забезпечення регіональних програм розвитку туризму;

контролюють фінансування регіональних програм розвитку туризму за кошти бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів.

2. Верховна Рада Автономної Республіки Крим відповідно до Конституції та законів України здійснює інше нормативне регулювання з питань туризму, історико-культурних заповідників, музеїв, інших закладів культури, вирішує питання щодо організації і розвитку курортно-рекреаційної сфери і туризму тощо.

3. Представницькі органи місцевого самоврядування – сільські, селищні, міські ради відповідно до їх повноважень:

- затверджують місцеві програми розвитку туризму;
- визначають кошти місцевих бюджетів для фінансового забезпечення місцевих програм розвитку туризму;

- доручають своїм виконавчим органам фінансування місцевих програм розвитку туризму за рахунок коштів місцевого бюджету;

- вживають заходів для стимулювання суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність з надання туристичних послуг.

Стаття 9. Повноваження Кабінету Міністрів України в галузі туризму

Кабінет Міністрів України відповідно до Конституції та законів України:

- здійснює державне управління та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму;

- розробляє та затверджує програми розвитку туризму в Україні і фінансує їх виконання відповідно до бюджетного законодавства;

- приймає нормативно-правові акти, що регулюють відносини в галузі туристичної діяльності;

- забезпечує раціональне використання туристичних ресурсів і вжиття заходів для їх збереження;

- сприяє розвитку туристичної індустрії та створенню ефективної туристичної інфраструктури;

- вживає заходів щодо забезпечення безпеки туристів, захисту їх прав, інтересів і власності;

- організовує та забезпечує реалізацію державної інвестиційної політики в галузі туристичної діяльності;

- готує та подає на розгляд Верховної Ради України як складову частину проекту закону про Державний бюджет України на відповідний рік пропозиції щодо обсягів бюджетних коштів для фінансової підтримки проектів і програм з розвитку туризму;

- інформує Верховну Раду України про виконання програми розвитку туризму в Україні;

- визначає порядок організації рятувальних команд і порядок вжиття рятувальних заходів;

- створює державну систему наукового забезпечення в галузі туристичної діяльності;

- здійснює міжнародне співробітництво в галузі туризму;

- вирішує інші питання, віднесені Конституцією та законами України до його повноважень.

Стаття 10. Повноваження центральних органів виконавчої влади в галузі туризму

1. Центральний орган виконавчої влади в галузі туризму:

- організує та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму, виконання цього Закону та інших нормативно-правових актів;

- бере участь у підготовці проектів нормативно-правових актів у галузі туризму, у межах своєї компетенції розробляє і затверджує нормативно-правові акти, узагальнює практику застосування законодавства в галузі туризму, курортно-рекреаційної сфери, вносить пропозиції щодо його удосконалення;

- забезпечує реалізацію програм розвитку туризму в Україні;

- організує облік туристичних ресурсів України, забезпечує їх раціональне використання та охорону;

- бере участь у розробці стандартів, діяльності з метрології та сертифікації, у проведенні робіт з підтвердження відповідності в законодавчо регульованій сфері;

- організує здійснення контролю за якістю наданих туристичних послуг;

- реалізує державну інвестиційну політику в галузі туризму та курортно-рекреаційній сфері;

- бере участь у розробці програм облаштування транспортних магістралей об'єктами туристичної інфраструктури;

- бере участь у підготовці, перепідготовці та підвищенні кваліфікації кадрів, визначенні пріоритетних напрямів наукових досліджень у галузі туризму та проведенні науково-дослідних робіт у цій галузі;

проводить дослідження туристичного ринку, готує і поширює інформацію про Україну і її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та всередині держави;

у межах своєї компетенції розробляє, укладає і виконує міжнародні договори в галузі туристичної діяльності, представляє країну у міжнародних туристських організаціях і на міжнародних заходах щодо туризму;

вживає заходів щодо розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;

сприяє координації діяльності органів виконавчої влади, суб'єктів підприємницької діяльності, їх об'єднань, що здійснюють діяльність у галузі туризму;

надає суб'єктам туристичної діяльності методичну, консультативну та іншу допомогу;

пропонує для спільного використання юридичними особами та громадянами-підприємцями, які надають туристичні послуги, знаки для товарів і послуг;

поширює соціальну рекламу в галузі туризму;

для забезпечення реалізації своїх повноважень, узгодження та врахування інтересів суб'єктів туристичної діяльності утворює координаційно-дорадчий орган.

2. Інші центральні органи виконавчої влади в межах своїх повноважень:

забезпечують реалізацію державної політики в галузі туризму;

здійснюють підготовку пропозицій щодо реалізації державної політики в галузі туризму;

беруть участь у створенні організаційно-правових та економічних механізмів реалізації державної політики в галузі туризму.

Стаття 11. Повноваження Ради міністрів

Автономної Республіки Крим, місцевих

державних адміністрацій, виконавчих органів місцевого

самоврядування в галузі туризму

1. Рада міністрів Автономної Республіки Крим, місцеві державні адміністрації в межах своїх повноважень:

здійснюють виконавчі та організаційно-розпорядчі функції щодо організації і розвитку курортно-рекреаційної сфери і туризму;

розробляють проекти регіональних програм розвитку туризму і подають їх для затвердження відповідно Верховній Раді Автономної Республіки Крим, обласним і районним радам;

вживають заходів щодо виконання регіональних програм розвитку туризму;

сприяють туристичній діяльності у своєму регіоні і створенню сучасної туристичної інфраструктури;

розробляють і впроваджують заходи для захисту місцевих туристичних ресурсів;

видають дозволи на право здійснення туристичного супроводу;

аналізують ринок туристичних послуг у межах адміністративно-територіальних одиниць, представляють центральному органу виконавчої влади в галузі туризму необхідні відомості про розвиток туризму в адміністративно-територіальних одиницях;

здійснюють соціальну рекламу туристичних ресурсів, утворюють відповідні інформаційні центри;

сприяють дитячому та молодіжному туризму;

беруть участь у підготовці, перепідготовці і підвищенні кваліфікації кадрів у галузі туристичної діяльності, що фінансуються за рахунок коштів місцевого бюджету;

надають суб'єктам туристичної діяльності методичну і консультативну допомогу щодо організації їх діяльності;

залучають підприємства, установи і організації, розташовані на підпорядкованій їм території, до розв'язання проблем розвитку туризму в регіонах;

подають центральному органу виконавчої влади в галузі туризму пропозиції стосовно включення заходів з регіональних програм розвитку туризму до відповідних програм;

вносять у встановленому порядку до центрального органу виконавчої влади в галузі туризму пропозиції про анулювання відповідної ліцензії;

здійснюють іншу діяльність у галузі туризму відповідно до законодавства.

2. Виконавчі органи місцевого самоврядування в межах їх повноважень:

розробляють проекти місцевих програм розвитку туризму і подають їх для затвердження відповідним місцевим радам;

вживають заходів щодо виконання місцевих програм розвитку туризму;

залучають на договірних засадах підприємства, установи і організації, розташовані на відповідній території, до розв'язання проблем розвитку місцевого туризму та підтримки туристичних ресурсів;

організують проведення інвентаризації туристичних ресурсів місцевого значення;

сприяють охороні і збереженню туристичних ресурсів;

залучають місцеве населення до туристичної діяльності, створюючи нові робочі місця;

сприяють розвитку на відповідній території різних видів туризму.

Стаття 12. Програми розвитку туризму в Україні

Для забезпечення охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, раціонального використання, забезпечення безпеки туризму, конституційних прав громадян на відпочинок та інших прав громадян, патріотичного виховання органами державної влади та органами місцевого самоврядування в межах їх повноважень затверджуються державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму.

Програми розвитку туризму затверджуються з метою реалізації довгострокових пріоритетів країни в галузі туризму і становлять комплекс взаємопов'язаних правових, економічних та організаційних заходів, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян, розвиток туристичної галузі.

Державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму повинні передбачати заходи щодо забезпечення безпеки в галузі туризму.

Порядок формування, фінансування і реалізації регіональних та місцевих програм розвитку туризму визначається законом.

Розділ III БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Стаття 13. Безпека в галузі туризму

Безпека в галузі туризму – сукупність факторів, що характеризують соціальний, економічний, правовий та інший стан забезпечення прав і законних інтересів громадян, юридичних осіб та держави в галузі туризму.

Органи державної влади та органи місцевого самоврядування, їх посадові особи в межах своїх повноважень вживають заходів, спрямованих на:

забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на безпечне для життя і здоров'я довкілля при здійсненні туристичних подорожей, захист громадян України за її межами;

забезпечення особистої безпеки туристів, збереженість їх майна, незавдання шкоди довкіллю;

інформування суб'єктів туристичної діяльності про загрозу безпеці туристів у країні (місці) тимчасового перебування;

надання необхідної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації;

забезпечення туристам (екскурснтам) можливості безперешкодного одержання медичної, правової та інших видів невідкладної допомоги, доступу до засобів зв'язку;

заборонення використання туризму з метою незаконної міграції, сексуальної, трудової та інших видів експлуатації громадян;

охорону туристичних ресурсів України, встановлення гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля;

забезпечення безпеки об'єктів туристичних відвідувань з урахуванням ризику виникнення природних і техногенних катастроф та інших надзвичайних ситуацій тощо.

З метою забезпечення безпеки туристів суб'єкти туристичної діяльності, здійснюючи відповідний вид діяльності, зобов'язані:

інформувати туристів про можливі небезпеки під час подорожі, необхідність виконання загальнообов'язкових вимог та запобіжних чи попереджувальних заходів (медичних щеплень тощо);

створювати безпечні умови в місцях надання туристичних послуг, забезпечувати належне облаштування трас походів, прогулянок, екскурсій тощо;

забезпечувати спеціальні вимоги безпеки під час надання туристичних послуг з підвищеним ризиком (автомобільний, гірський, лижний, велосипедний, водний, мотоциклетний, пішохідний туризм, спелеотуризм тощо);

забезпечувати туристів кваліфікованими фахівцями туристичного супроводу, спеціальним спорядженням та інвентарем;

забезпечувати навчання туристів засобам профілактики і захисту від травм, попередження нещасних випадків та надання першої медичної допомоги;

забезпечувати надання оперативної допомоги особам, які постраждали під час подорожі, транспортування потерпілих;

оперативно інформувати органи місцевої влади та відповідальних осіб про надзвичайні ситуації, в яких опинилися туристи, подавати відомості про зниклих осіб.

Особи, які організують експлуатацію туристичних ресурсів, зобов'язані забезпечувати виконання вимог щодо охорони довкілля та охорони культурної спадщини, а також вживати заходів щодо забезпечення мінімізації або припинення шкідливого впливу на довкілля і соціально-культурне середовище та компенсувати завдані їм при цьому збитки.

Надання необхідної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації в межах території України, здійснюється спеціалізованими державними, комунальними та приватними службами, а також рятувальними командами, що утворюються відповідно до законодавства.

Організація рятувальних команд і порядок здійснення рятувальних заходів визначаються Кабінетом Міністрів України.

Держава забезпечує захист законних прав та інтересів іноземних туристів відповідно до законодавства та міжнародних договорів України.

Стаття 14. Захист інтересів українських туристів за межами України

Держава гарантує захист законних прав та інтересів громадян України, які здійснюють туристичні подорожі за кордон.

У разі виникнення надзвичайних ситуацій держава вживає заходів щодо захисту інтересів українських туристів за межами України, у тому числі заходів для їх евакуації з країни тимчасового перебування.

Стаття 15. Фінансове забезпечення відповідальності туроператора та турагента

З метою забезпечення прав та законних інтересів громадян – споживачів туристичних послуг туроператор та турагент зобов'язані здійснити фінансове забезпечення своєї цивільної відповідальності (гарантією банку або іншої кредитної установи) перед туристами.

Туроператор для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, які пов'язані з необхідністю покриття витрат туриста з його повернення в місце постійного проживання (перебування), відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором, повинен надати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристом, в установленому порядку.

Турагент для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом та які пов'язані з необхідністю відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором, повинен надати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристом, в установленому порядку.

Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора має становити суму, еквівалентну не менше ніж 20 000 євро. Розмір фінансового забезпечення туроператора, який надає послуги виключно з внутрішнього та в'їзного туризму, має становити суму, еквівалентну не менше ніж 10 000 євро. Мінімальний розмір фінансового забезпечення турагента має становити суму, еквівалентну не менше ніж 2 000 євро.

Будь-які суми, надання яких гарантується фінансовим забезпеченням цивільної відповідальності туроператора, використовуються виключно для задоволення вимог, що висуваються на підставі та за наявності обставин, зазначених у цій статті.

Відшкодування збитків, заподіяних туристу в разі виникнення обставин неплатоспроможності туроператора (турагента) чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, здійснюється відповідною кредитною установою на підставі заяви туриста, договору на туристичне обслуговування (ваучера) та документів, що підтверджують невиконання туроператором (турагентом) договірних зобов'язань.

Стаття 16. Страхування туристів при здійсненні туристичних поїздок

Страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) є обов'язковим і забезпечується суб'єктами туристичної діяльності на основі угод із страховиками. Туристи вправі самостійно укладати договори на таке страхування. У цьому випадку вони зобов'язані завчасно підтвердити туроператору чи турагенту наявність належним чином укладеного договору страхування.

Договором страхування повинні передбачатися надання медичної допомоги туристам і відшкодування їх витрат при настанні страхового випадку безпосередньо в країні (місці) тимчасового перебування.

Інформація про умови обов'язкового страхування має бути доведена до відома туриста до укладення договору на туристичне обслуговування.

Обов'язкове (медичне та від нещасного випадку) страхування здійснюється один раз на весь період туристичної подорожі.

За вимогою туриста туроператор чи турагент забезпечують страхування інших ризиків, пов'язаних із здійсненням подорожі.

За бажанням туриста з ним може бути укладено угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з анулюванням договору на туристичне обслуговування з ініціативи туриста, або угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з передчасним поверненням до місця постійного проживання при настанні нещасного випадку або хвороби.

Компенсація шкоди, заподіяної життю чи здоров'ю туриста або його майну, проводиться у встановленому порядку.

Розділ IV

ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Стаття 17. Ліцензування туристичної діяльності

З метою створення рівних можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг та забезпечення захисту прав і законних інтересів громадян, захисту навколишнього природного середовища, підвищення рівня туристичного обслуговування здійснюється ліцензування туроператорської та турагентської діяльності.

Суб'єкт підприємницької діяльності, який отримав ліцензію на туроператорську діяльність, має виключне право на надання послуг з оформлення документів для виїзду за межі України. Туроператор може здійснювати також і турагентську діяльність без отримання ліцензії на турагентську діяльність.

Загальний розмір частки туроператора в статутних фондах інших туроператорів України не може перевищувати 20 відсотків їх статутних фондів.

Суб'єкт господарювання не має права у своїй назві використовувати слова „туроператор” і „турагент” без отримання ним ліцензії на здійснення відповідно туроператорської чи турагентської діяльності.

Не може бути видана ліцензія на туроператорську чи турагентську діяльність суб'єкту підприємницької діяльності із назвою, тотожною назві іншого суб'єкта підприємницької діяльності, якому ліцензія видана раніше і інформація про нього внесена до відповідного реєстру.

Стаття 18. Сертифікація і стандартизація у сфері туристичної діяльності

Державна система стандартизації у сфері туристичної діяльності спрямована на:

захист інтересів споживачів і держави з питань безпеки туризму, життя і здоров'я громадян, охорони майна та довкілля;

класифікацію туристичних ресурсів України, забезпечення їх охорони, встановлення гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля;

підвищення якості товарів, робіт, послуг відповідно до потреб споживачів;

забезпечення безпеки об'єктів туристичних відвідувань з урахуванням ризику виникнення природних і техногенних катастроф та інших надзвичайних ситуацій;

взаємозамінність та сумісність товарів, робіт, послуг, їх уніфікацію;

створення нормативної бази функціонування систем стандартизації і сертифікації товарів, робіт, послуг.

Сертифікація товарів, робіт, послуг у сфері туристичної діяльності здійснюється з метою:

запобігання реалізації товарів, робіт, послуг, небезпечних для життя, здоров'я людей, майна і довкілля;

сприяння споживачам у свідомому виборі товарів, робіт, послуг;

забезпечення дотримання обов'язкових норм, правил, вимог щодо охорони навколишнього природного середовища, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки;

гармонізації стандартів, норм і правил з міжнародними стандартами, рекомендаціями, нормами і правилами, що стосуються вимог до об'єктів відвідування і туристичних послуг, взаємодії туроператорів, використання обмежених туристичних ресурсів, якості і видів туристичних послуг.

Перелік туристичних послуг, що підлягають обов'язковій сертифікації стосовно безпеки для життя та здоров'я людей, захисту їх майна та охорони довкілля, порядок проведення сертифікації послуг у сфері туристичної діяльності визначаються Кабінетом Міністрів України відповідно до закону.

Підтвердження відповідності туристичних послуг здійснюється в установленому порядку.

Стаття 19. Встановлення категорій об'єктів туристичної інфраструктури

З метою підвищення рівня туристичного обслуговування, сприяння споживачам у свідомому виборі туристичних послуг, забезпечення рівних можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг, забезпечення захисту прав і законних інтересів, життя, здоров'я та майна громадян, підвищення рівня екологічної безпеки об'єктам туристичної інфраструктури присвоюються категорії якості та рівня обслуговування.

Встановлення об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення, закладам харчування, курортним закладам тощо) відповідної категорії здійснюється за заявою його власника.

Види категорій об'єктів туристичної інфраструктури, порядок їх встановлення та зміни визначаються Кабінетом Міністрів України.

Стаття 20. Договір на туристичне обслуговування

За договором на туристичне обслуговування одна сторона (туроператор, турагент) за встановлену договором плату зобов'язується забезпечити надання за замовленням іншої сторони (туриста) комплексу туристичних послуг (туристичний продукт).

До договору на туристичне обслуговування застосовуються загальні положення договору про надання послуг, якщо інше не передбачено законом та не суперечить суті зобов'язання.

Договір на туристичне обслуговування укладається в письмовій (електронній) формі відповідно до закону. Договір на туристичне обслуговування може укладатися шляхом видачі ваучера.

До укладення договору на туристичне обслуговування споживачу туристичного продукту має бути надана інформація про:

1) основні вимоги пропонованих до оформлення виїзних/в'їзних документів (паспорт, дозвіл (віза) на в'їзд/виїзд до країни тимчасового перебування), у тому числі інформацію щодо термінів їх оформлення;

2) медичні застереження стосовно здійснення туристичної поїздки, у тому числі протипоказання через певні захворювання, особливості фізичного стану (фізичні недоліки) і віку туристів для участі в поїздки;

3) туроператора (турагента), його місцезнаходження і поштові реквізити, наявність ліцензії на здійснення туристичної діяльності, сертифікатів відповідності та іншу інформацію відповідно до законодавства про захист прав споживачів;

4) розмір фінансового забезпечення туроператора чи турагента на випадок його неплатоспроможності чи неспроможності (банкрутства) та кредитну установу, яка надала таке забезпечення. До початку надання туристичних послуг споживачу за його вимогою повинна бути надана інформація:

про загальні умови типового (публічного) договору на надання туристичних послуг (за його наявності);

програма туристичного обслуговування;

характеристика транспортних засобів, що здійснюють перевезення, у тому числі їх вид і категорія, терміни стикувань (сполучення) рейсів, а також інша обов'язкова інформація, передбачена кодексами і правилами перевезень (якщо перевезення входить до складу туристичного обслуговування);

характеристика готелів, інших місць розміщення туристів, у тому числі їх місце розташування, класифікація за законодавством країни (місця) тимчасового перебування, відомості про підтвердження відповідності послуг готелю встановленим вимогам, відомості про правила тимчасового проживання, строки і порядок оплати готельного обслуговування, а також інша обов'язкова інформація, передбачена цим Законом, іншими нормативно-правовими актами (якщо готельне обслуговування входить до складу послуг з туристичного обслуговування);

про звичаї місцевого населення, пам'ятки природи, історії, культури та інші об'єкти туристичного показу, що знаходяться під особливою охороною, стан навколишнього природного середовища, санітарну та епідеміологічну обстановку;

про правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування та перебування там;

про види і способи забезпечення харчування під час туристичної поїздки;

про види та тематику екскурсійного обслуговування, порядок зустрічей і провідів, супроводу туристів;

про дату і час початку та закінчення туристичного обслуговування, його тривалість;

відомості про мінімальну кількість туристів у групі, терміни інформування туриста про те, що туристична поїздка не відбудеться через недобір групи;

відомості про страхову організацію, що здійснює страхування ризиків, пов'язаних з наданням туристичного обслуговування, розмір страхових відшкодувань, порядок і умови їх виплати;

про ціну туристичного обслуговування і порядок здійснення оплати;

про місце перебування організації (організацій), уповноваженої туроператором на прийняття претензій туристів, а також про адреси і телефони українських дипломатичних установ у країні тимчасового перебування або місцевих служб, до яких можна звернутися у разі виникнення труднощів під час туристичної поїздки.

Кожна із сторін договору може вимагати внесення змін або розірвання договору у зв'язку з істотними змінами обставин, з яких вони виходили при укладенні договору.

До істотних змін обставин належать:

- 1) погіршення умов подорожі, зміна термінів подорожі;
- 2) непередбачене збільшення транспортних тарифів;
- 3) введення нових або підвищення діючих ставок податків і зборів та інших обов'язкових платежів;
- 4) різка зміна курсу національних валют;
- 5) інші підстави, за домовленістю сторін.

Турист вправі відмовитися від виконання договору до початку подорожі за умови оплати туроператору або турагенту фактично понесених ними витрат за послуги, надані до цього повідомлення.

Туроператор або турагент вправі відмовитися від виконання договору лише за умови повного відшкодування замовникові збитків, підтверджених у встановленому порядку та заподіяних внаслідок розірвання договору, крім випадку, коли це відбулося з вини туриста.

Якість туристичних послуг повинна відповідати умовам договору, порядок і способи захисту порушених прав туристів визначаються законодавством про захист прав споживачів.

Зміна ціни туристичного продукту, погодженої сторонами, можлива лише у випадках, передбачених договором, і тільки при істотній зміні обставин, передбачених частиною сьомою цієї статті, але не пізніше ніж за 10 днів до початку туристичної подорожі у випадку, якщо її тривалість становить більше ніж 10 днів, за 5 днів до початку туристичної поїздки у випадку, якщо її тривалість становить від 2 до 10 днів, за 48 годин до початку туристичної поїздки у випадку, якщо її тривалість становить один день. При цьому збільшення ціни туристичного продукту не може перевищувати 5 відсотків його первісної ціни. У разі перевищення ціни

туристичного продукту більше ніж 5 відсотків первісної ціни турист має право відмовитися від виконання договору, а туроператор (турагент) зобов'язаний повернути йому всі раніше сплачені кошти.

Туроператор (турагент) може в договорі з туристом обмежити свою відповідальність розміром подвійної плати вартості туристичного продукту (туристичних послуг), якщо туроператор (турагент) несе перед туристом одноособову відповідальність за шкоду, що виникла внаслідок дій (бездіяльності) одного з виконавців послуг, обумовлених договором.

Права й обов'язки, відповідальність сторін та інші умови договору між туроператором і турагентом визначаються відповідно до загальних положень про агентський договір, якщо інше не передбачено договором між ними, а також цим Законом.

Відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю та майну туриста, визначається відповідно до цивільного законодавства, якщо договором на туристичне обслуговування не передбачена підвищена відповідальність туроператора.

Стаття 21. Договір на екскурсійне обслуговування

За договором на екскурсійне обслуговування, одна сторона (суб'єкт, що здійснює туристичну діяльність) за встановлену договором плату зобов'язується надати за замовленням іншої сторони (екскурсанта) обслуговування, істотною частиною якого є послуги екскурсовода (гіда-перекладача) загальною тривалістю не більше 24 годин, які не включають у себе послуги з розміщенням.

Договір на екскурсійне обслуговування укладається за правилами, визначеними цивільним законодавством, у тому числі шляхом видачі ваучера.

Загальні положення про договір на надання послуг застосовуються до договору на екскурсійне обслуговування, якщо інше не передбачено законом та не суперечить суті зобов'язання.

Особа, яка надає екскурсійні послуги, зобов'язана до укладення договору на екскурсійне обслуговування надати екскурсанту необхідну і достовірну інформацію щодо екскурсійного обслуговування, його видів і особливостей, кваліфікації екскурсовода, про порядок і строки оплати екскурсійних послуг, а також надати

екскурсанту на його прохання іншу інформацію з питань екскурсійного обслуговування.

Відповідальність сторін за невиконання, неналежне виконання зобов'язань відповідно до договору на екскурсійне обслуговування, порядок припинення договору на екскурсійне обслуговування визначаються відповідно до цивільного законодавства та законодавства з питань захисту прав споживачів.

Стаття 22. Договір на готельне обслуговування

За договором на готельне обслуговування, одна сторона (готель або інший суб'єкт, що надає послуги з розміщення) зобов'язується за дорученням іншої сторони (проживаючого) надати послуги по тимчасовому проживанню (ночівлі) у спеціально обладнаному жилому приміщенні (номері), виконати або організувати виконання інших визначених договором на готельне обслуговування послуг, пов'язаних з тимчасовим проживанням, а проживаючий зобов'язується сплатити за ці послуги встановлену плату.

До послуг, пов'язаних з тимчасовим розміщенням, належать послуги з обслуговування жилого приміщення (номера), харчування (ресторанного обслуговування), із збереження майна і багажу проживаючого, а також інші послуги, надані залежно від категорії готелю.

До відносин за договором на готельне обслуговування застосовуються норми цивільного законодавства, цей Закон, законодавство з питань захисту прав споживачів та інші нормативно-правові акти, прийняті відповідно до них. Цей Закон застосовується при наданні готельного обслуговування в мотелях, будинках відпочинку, санаторіях, пансіонатах, а також інших місцях, призначених для розміщення громадян.

Готель або інший суб'єкт, що надає послуги з розміщення, зобов'язаний до укладення договору надати необхідну і достовірну інформацію про послуги з готельного обслуговування, їх види і особливості, про порядок і терміни оплати послуг готелю та надати проживаючому на його прохання інші пов'язані із договором і відповідним готельним обслуговуванням відомості, а також іншу інформацію, передбачену законодавством про захист прав споживачів.

Договір на готельне обслуговування укладається як шляхом укладення письмового договору, так і шляхом прийняття готелем заявки

на бронювання за допомогою поштового, телефонного чи іншого зв'язку, що дозволяє достовірно встановити особу, від якої надходить заявка. У разі прийняття заявки договір на готельне обслуговування вважається укладеним з моменту отримання підтвердження готелю про прийняття замовлення та вказівки можливого початку надання готельного обслуговування з визначеного часу.

Відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю чи майну проживаючого, визначається відповідно до цивільного законодавства, якщо договором на готельне обслуговування не передбачена підвищена відповідальність готелю.

Права й обов'язки, відповідальність сторін та інші умови договору між туроператором (турагентом) та готелем чи іншим суб'єктом, що надає послуги з розміщення, визначаються загальними положеннями про агентський договір, якщо інше не передбачено договором між ними та цим Законом.

Стаття 23. Ваучер

Ваучер – форма письмового договору на туристичне або на екскурсійне обслуговування, яка може використовуватися відповідно до цього Закону.

У договорі на туристичне обслуговування, укладеному шляхом видачі ваучера, мають міститися такі дані:

найменування та місцезнаходження суб'єкта туристичної діяльності, номер ліцензії (дозволу) на відповідний вид діяльності, юридична адреса;

прізвище, ім'я (по батькові) туриста (при груповій поїздці прізвища, імена (по батькові) членів групи);

строки надання і види туристичних послуг, їх загальна вартість; назва, адреса та номер телефону об'єкта розміщення, його тип та категорія, режим харчування;

розмір фінансового забезпечення відповідальності туроператора (турагента) або межі відповідальності суб'єкта туристичної діяльності за договором агентування;

інші дані, обумовлені характером угоди, складом групи тощо; дата видачі ваучера.

Ваучер є документом суворого обліку.

Порядок оформлення ваучера та його використання затверджується центральним органом виконавчої влади в галузі туризму.

Стаття 24. Права та обов'язки суб'єктів туристичної діяльності

Суб'єкти туристичної діяльності мають право: виробляти і реалізовувати туристичні послуги згідно із законодавством;

вносити пропозиції щодо охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, порядку використання;

вносити пропозиції щодо вдосконалення освітніх програм з професійного навчання в галузі туризму, підвищення рівня професійної підготовки працівників і фахівців у галузі туризму;

на встановлення об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення, закладам харчування, курортним закладам тощо), власниками яких вони є, відповідної категорії;

на отримання в установленому порядку інформації, необхідної для здійснення їх діяльності, в органах державної влади та органах місцевого самоврядування;

брати в установленому порядку участь у розробці програм розвитку туризму та курортно-рекреаційної сфери;

визначати та оприлюднювати шляхом опублікування загальні умови типового (публічного) договору на надання туристичних послуг;

визначати мінімальну кількість туристів (екскурсантів) у групі;

на відшкодування збитків, заподіяних внаслідок незаконних рішень, дій чи бездіяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб чи заподіяних суб'єктами туристичної діяльності.

Суб'єкти туристичної діяльності зобов'язані:

проводити діяльність у галузі туризму, яка підлягає ліцензуванню, лише за наявності ліцензій;

надавати туристичні послуги, що підлягають обов'язковій сертифікації, після проведення такої сертифікації в установленому порядку;

залучати до надання туристичних послуг осіб, які відповідають встановленим законодавством відповідним кваліфікаційним вимогам, а у випадках, визначених цим Законом, також мають відповідні дозволи на право здійснення туристичного супроводу;

надавати туристам необхідну і достовірну інформацію про туристичні послуги, права, обов'язки та правила поведінки туристів (екскурсантів), умови страхування, порядок відшкодування завданих збитків, умови відмови від послуг, правила візового митного режиму, перетинання державного кордону та іншу інформацію, передбачену цим Законом;

надавати туристичні послуги в обсягах та в терміни, обумовлені договором;

виконувати вимоги закону щодо забезпечення безпеки туристів, охорони туристичних ресурсів України та довкілля;

вести облікову та іншу визначену законодавством документацію, надавати в установленому порядку бухгалтерську та статистичну звітність;

відшкодовувати в установленому порядку збитки, завдані туристам (екскурсантам), іншим особам та довкіллю.

Стаття 25. Права та обов'язки туристів і екскурсантів

Туристи і екскурсанти мають право на:

реалізацію закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб, захист і повагу людської гідності;

необхідну і достовірну інформацію про правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування, а також виїзду з країни (місця) тимчасового перебування і перебування там, про звичаї місцевого населення, пам'ятки природи, історії, культури та інші об'єкти туристичного показу, що знаходяться під особливою охороною, стан навколишнього середовища;

інформацію про наявність ліцензії у суб'єкта, що здійснює підприємницьку діяльність у галузі туризму, дозволів, сертифікатів, інших документів, наявність яких передбачена законодавством;

отримання обов'язкової інформації, що передусе укладенню договору;

отримання туристичних послуг, передбачених договором;

особисту безпеку, захист життя, здоров'я, прав споживача, а також майна;

одержання відповідної медичної допомоги;

відшкодування матеріальних і моральних збитків у разі невиконання або неналежного виконання умов договору;

сприяння з боку органів державної влади України в одержанні правових та інших видів допомоги, а громадяни України також і за її межами;

реалізацію інших прав.

Туристи і екскурсанти зобов'язані:

не порушувати права та законні інтереси інших осіб, вимоги законів, які діють на території країни перебування;

виконувати митні, прикордонні, санітарні та інші правила;

поважати політичний та соціальний устрій, традиції, звичаї, релігійні вірування країни (місця) перебування;

зберігати довкілля, дбайливо ставитися до об'єктів природи та культурної спадщини в країні (місці) тимчасового перебування;

дотримуватися умов і правил, передбачених договором про надання туристичних послуг;

надавати персональну інформацію в обсязі, необхідному для реалізації туристичного продукту;

дотримуватися під час подорожі правил особистої безпеки;

відшкодовувати збитки, завдані їх несправомірними діями.

Виконувати інші обов'язки, передбачені законодавством України та законодавством країни тимчасового перебування.

Розділ V

ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ ТА НАУКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИЗМУ. ОБ'ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ТА НЕПРИБУТКОВІ ОРГАНІЗАЦІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Стаття 26. Професійна підготовка фахівців у галузі туризму

Професійна підготовка, перепідготовка і підвищення кваліфікації кадрів у галузі туризму здійснюються державними, комунальними та приватними навчальними закладами в порядку, визначеному законодавством.

Підготовка окремих категорій фахівців туристичного супроводу (гідів-перекладачів, екскурсуючих, спортивних інструкторів, провідників тощо), які не потребують здобуття громадянами професійно-технічної або вищої освіти із здобуттям кваліфікації за певним освітньо-кваліфікаційним рівнем, може

здійснюватися у встановленому порядку юридичними чи фізичними особами.

Центральний орган виконавчої влади в галузі туризму бере участь у підготовці навчальних планів і програм навчання фахівців у галузі туризму, їх професійній підготовці, перепідготовці та підвищенні кваліфікації, затверджує перелік посад фахівців туристичного супроводу, кваліфікаційні вимоги до них та порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу.

Стаття 27. Наукові дослідження розвитку туризму

Наукові дослідження розвитку туризму проводяться з метою: наукового забезпечення державної політики в галузі туризму, прогнозування та визначення перспектив його розвитку;

встановлення методик класифікації та оцінки туристичних ресурсів, режиму їх охорони, збереження та відновлення, порядку використання;

обліку гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля;

розробки пропозицій щодо проектів державних цільових, регіональних та місцевих програм розвитку туризму, а також щодо визначення ліцензійних умов та переліку посад фахівців туристичного супроводу, кваліфікаційних вимог щодо них, удосконалення професійної підготовки фахівців у сфері туристичної діяльності тощо.

Визначення пріоритетних напрямів, керівництво та координація наукових досліджень у галузі туризму належать до компетенції наукового центру розвитку туризму.

Положення про науковий центр розвитку туризму затверджується центральним органом виконавчої влади в галузі туризму.

Стаття 28. Об'єднання суб'єктів туристичної діяльності та неприбуткові організації в галузі туризму

Учасники відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, – юридичні особи та громадяни, які надають туристичні послуги, залежно від мети можуть утворювати об'єднання підприємств, що є юридичними особами чи без створення юридичних осіб, або вступати в такі об'єднання в порядку, визначеному Господарським кодексом України та іншими законами.

З метою реалізації та захисту своїх прав і законних інтересів у галузі туризму суб'єкти туристичної діяльності можуть створювати неприбуткові організації у сфері туристичної діяльності в порядку, визначеному Цивільним кодексом України або Законом України „Про об'єднання громадян” чи іншими законами.

Громадяни України, іноземці та особи без громадянства з метою реалізації та захисту прав і законних інтересів можуть об'єднуватися в громадські організації туристичної спрямованості.

Неприбуткові організації в галузі туризму можуть спрямовувати свою діяльність на:

формування і поширення інформації про туристичні ресурси України;

підготовку пропозицій щодо розвитку туризму, курортно-рекреаційної сфери, охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, порядку використання;

популяризацію туризму і сприяння його розвитку;

розробку власних стандартів туристичного, готельного, екскурсійного та іншого обслуговування, схвалення кодексів усталеної практики та правил професійної етики;

впровадження власних систем контролю якості здійснення туристичної діяльності;

пропонування для спільного використання юридичними особами та громадянами-підприємцями, що надають туристичні послуги, знаків для товарів і послуг;

вдосконалення освітніх програм з професійного навчання в галузі туризму, підвищення рівня професійної підготовки працівників і фахівців у галузі туризму;

саморегулювання в галузі туризму;

реалізацію та захист спільних прав і інтересів учасників туристичної діяльності;

вирішення інших завдань, що не суперечать законодавству України.

Громадські організації туристичної спрямованості можуть відповідно до закону представляти інтереси громадян – споживачів туристичних послуг.

КОНТРОЛЬ ЗА ДІЯЛЬНІСТЮ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ.
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА
УКРАЇНИ ПРО ТУРИЗМ

**Стаття 29. Органи, уповноважені на здійснення
контролю за діяльністю в галузі туризму**

Органи державної влади, органи місцевого самоврядування, їх посадові та службові особи у випадках і в порядку, визначених законом, здійснюють контроль за додержанням вимог законодавства з питань туристичної діяльності, проводять перевірки якості надаваних (наданих) туристичних послуг, додержання ліцензійних умов, стандартів, норм і правил щодо здійснення туристичної діяльності та відповідно до закону накладають стягнення і вживають інших заходів за порушення законодавства в галузі туризму.

**Стаття 30. Відповідальність за порушення
законодавства в галузі туризму**

Порушення законодавства в галузі туризму тягне за собою відповідальність згідно із законом.

Порушеннями законодавства в галузі туризму є:

здійснення туристичної діяльності без отримання відповідного дозволу (ліцензії) або недодержання ліцензійних умов з надання туристичних послуг;

залучення до надання туристичних послуг осіб, які не відповідають встановленим законодавством відповідним кваліфікаційним вимогам та не мають відповідні дозволи на право здійснення туристичного супроводу у випадках, визначених цим Законом;

надання туристичних послуг, що підлягають обов'язковій сертифікації, без проведення такої сертифікації в установленому порядку;

ненадання, несвоєчасне надання або надання туристові інформації, що не відповідає дійсності;

порушення вимог стандартів, норм і правил у галузі туризму;

незаконне використання категорії об'єкта туристичної інфраструктури;

порушення умов договору між туристом і суб'єктом туристичної діяльності з надання туристичних послуг;

невиконання розпоряджень уповноважених органів та осіб про усунення порушень ліцензійних умов;

порушення правил щодо охорони чи використання об'єктів туристичної інфраструктури, знищення або пошкодження об'єктів відвідування;

створення перешкод уповноваженій на те законом посадовій чи службовій особі у здійсненні контролю за туристичною діяльністю, у проведенні перевірки якості надаваних (наданих) туристичних послуг або додержанні ліцензійних умов, стандартів, норм і правил щодо здійснення туристичної діяльності;

незаконне втручання у здійснення туристичної діяльності;

розголошення відомостей, що становлять конфіденційну або іншу охоронювану законом інформацію.

Законами може передбачатися відповідальність і за інші порушення у сфері туристичної діяльності.

**Стаття 31. Відповідальність органів державної влади,
органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових
осіб у галузі туристичної діяльності**

Органи державної влади, органи місцевого самоврядування, їх посадові і службові особи у галузі туристичної діяльності за порушення законодавства несуть відповідальність згідно із законом.

Рішення, дії або бездіяльність органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб можуть бути оскаржені до суду в порядку, встановленому законом.

Шкода, заподіяна органами державної влади, органами місцевого самоврядування, їх посадовими і службовими особами фізичним чи юридичним особам під час виконання ними покладених на них обов'язків, підлягає відшкодуванню в порядку, встановленому законом.

**Стаття 32. Цивільно-правова та інші види відповідальності
суб'єктів туристичної діяльності**

За неналежне виконання своїх зобов'язань туроператор, турагент, інші суб'єкти туристичної діяльності несуть майнову та іншу відповідальність, визначену в договорі відповідно до чинного законодавства.

Розмір майнової відповідальності туроператора, турагента чи іншого суб'єкта туристичної діяльності не може перевищувати фактично завданих замовнику збитків з їх вини.

Спори майнового характеру між суб'єктами туристичної діяльності та споживачами туристичних послуг вирішуються у встановленому порядку з дотриманням вимог цього Закону.

За порушення встановлених законодавчими актами правил здійснення господарської діяльності до суб'єктів господарювання органи державної влади та органи місцевого самоврядування відповідно до своїх повноважень та в порядку, встановленому законом, застосовують заходи організаційно-правового або майнового характеру, спрямовані на припинення суб'єктом господарювання правопорушення та ліквідацію його наслідків.

Стаття 33. Відшкодування шкоди, завданої порушенням законодавства у галузі туристичної діяльності

Суб'єкт туристичної діяльності, який порушив законодавство в галузі туристичної діяльності при наданні туристичної послуги, що завдало шкоду, зобов'язаний відшкодувати туристу збитки у повному обсязі, якщо договором або законом не передбачено відшкодування у меншому або більшому розмірі.

Заподіяна туристу моральна (немайнова) шкода, якою порушені його законні права, відшкодовується суб'єктом туристичної діяльності в порядку, встановленому законом.

Суб'єктам туристичної діяльності, яким заподіяна шкода юридичними чи фізичними особами внаслідок порушення ними законодавства в галузі туризму, збитки відшкодовуються відповідно до закону.

Стаття 34. Порядок розгляду спорів з питань надання туристичних послуг

Спори з питань надання туристичних послуг розглядаються у встановленому законом порядку третейськими судами та судами загальної юрисдикції.

Розділ VII МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Стаття 35. Міжнародні договори України в галузі туризму. Участь України в міжнародних туристичних організаціях

Правову основу міжнародного співробітництва в галузі туризму становлять міжнародні договори України, укладені відповідно до Закону України „Про міжнародні договори України”.

Держава сприяє розширенню та зміцненню міжнародного співробітництва в галузі туризму на принципах і нормах, розроблених Всесвітньою туристською організацією (ВТО).

Органом державної влади, що забезпечує представництво і реалізацію інтересів України в галузі туризму у відносинах з іншими країнами та з міжнародними туристичними організаціями, є центральний орган виконавчої влади в галузі туризму, який у встановленому порядку бере участь в укладенні міжнародних договорів з питань туризму.

Україна бере участь у діяльності міжнародних туристичних організацій відповідно до міжнародно-правових зобов'язань України та статутних документів таких організацій.

Стаття 36. Представництва України в галузі туризму за межами України

З метою розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку та ефективного використання її туристичних ресурсів окремі повноваження з представництва інтересів України в галузі туризму за межами України покладаються на її торгові представництва.

За поданням центрального органу виконавчої влади в галузі туризму Кабінет Міністрів України може відкривати за межами України туристичні представництва. Порядок створення, діяльності і ліквідації туристичних представництв визначається Кабінетом Міністрів України відповідно до міжнародних договорів України.

Стаття 37. Особливості здійснення діяльності в Україні іноземними суб'єктами туристичної діяльності

Юридичні особи, створені за законодавством інших держав, іноземці та особи без громадянства здійснюють туристичну діяльність на території України відповідно до міжнародних договорів України в порядку, визначеному законом.

Іноземні юридичні та фізичні особи можуть здійснювати туроператорську та турагентську діяльність шляхом утворення підприємств за законодавством України та отримання в установленому порядку ліцензій на здійснення відповідної діяльності.

Туристичний супровід, що здійснюється на території України, може надаватися фахівцями туристичного супроводу, громадянами України та особами, які постійно проживають на території України, якщо інше не передбачено міжнародним договором України, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України.

Посередницька діяльність на території України з укладення договорів на туристичне обслуговування з іноземними суб'єктами туристичної діяльності не допускається. Така діяльність може здійснюватися лише через туроператорів, створених за законодавством України.

Угоди, укладені з порушенням вимог цієї статті, є недійсними.

Розділ VIII

ПРИКІНЦЕВІ ТА ПЕРЕХІДНІ ПОЛОЖЕННЯ

1. Цей Закон набирає чинності з 1 січня 2004 року.
2. До приведення законодавства у відповідність із цим Законом закони та інші нормативно-правові акти застосовуються в частині, що не суперечить цьому Закону.
3. Фізичні і юридичні особи, які отримали ліцензії на організацію іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійну діяльність до дня офіційного опублікування цього Закону, до 1 квітня 2004 року можуть безкоштовно на термін дії ліцензії старого зразка отримати ліцензію на провадження туроператорської чи турагентської діяльності за умови виконання вимог цього Закону та Закону України „Про ліцензування певних видів господарської діяльності”.
4. Кабінету Міністрів України у місячний строк з дня набрання чинності цим Законом:

підготувати та подати на розгляд Верховної Ради України пропозиції щодо приведення законів України у відповідність із цим Законом;

відповідно до своєї компетенції забезпечити прийняття нормативно-правових актів, передбачених цим Законом;

привести свої нормативно-правові акти у відповідність із цим Законом;

забезпечити перегляд і скасування міністерствами та іншими центральними органами виконавчої влади їх нормативно-правових актів, що суперечать цьому Закону.

5. Пункт 50 статті 9 Закону України „Про ліцензування певних видів господарської діяльності” (Відомості Верховної Ради України, 2000 р., № 36, ст. 299; 2001 р., № 22, ст. 105) викласти в такій редакції: „50) туроператорська та турагентська діяльність”.

Президент України

Л. КУЧМА

м. Київ, 18 листопада 2003 року

№ 1282-IV

ЗАКОН УКРАЇНИ**Про курорти**

(Відомості Верховної Ради (ВВР), 2000, № 50, ст. 435)

Цей Закон визначає правові, організаційні, економічні та соціальні засади розвитку курортів в Україні та спрямований на забезпечення використання з метою лікування і оздоровлення людей природних лікувальних ресурсів, природних територій курортів, які є надбанням народу України, та їх охорони.

Розділ I

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 1. Визначення термінів

У цьому Законі терміни вживаються у такому значенні:

курорт – освоєна природна територія на землях оздоровчого призначення, що має природні лікувальні ресурси, необхідні для їх експлуатації будівлі та споруди з об'єктами інфраструктури, використовується з метою лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань та для рекреації і підлягає особливій охороні;

лікувально-оздоровча місцевість – природна територія, що має мінеральні та термальні води, лікувальні грязі, озокерит, ропу лиманів та озер, кліматичні та інші природні умови, сприятливі для лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань;

особливо цінні та унікальні природні лікувальні ресурси – ресурси, які рідко (не часто) зустрічаються на території України, мають обмежене поширення або невеликі запаси у родовищах та є особливо сприятливими і ефективними для використання з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань;

загальнопоширені природні лікувальні ресурси – ресурси, які зустрічаються в різних регіонах України, мають значні запаси та придатні для використання з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань;

медичний (бальнеологічний) висновок – це висновок, зроблений на підставі медико-біологічних та інших спеціальних досліджень

складу та властивостей природних лікувальних ресурсів про можливість їх використання з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань; курортна справа – сукупність усіх видів науково-практичної та господарської діяльності, спрямованих на організацію та забезпечення лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань із використанням природних лікувальних ресурсів.

Стаття 2. Законодавство про курорти та його завдання

Законодавство про курорти базується на положеннях Конституції України і складається з цього Закону та інших нормативно-правових актів.

Завданням законодавства про курорти є регулювання суспільних відносин у сфері організації і розвитку курортів, виявлення та обліку природних лікувальних ресурсів, забезпечення їх раціонального видобутку, використання і охорони з метою створення сприятливих умов для лікування, профілактики захворювань та відпочинку людей.

Стаття 3. Принципи державної політики у сфері курортної справи
*Державна політика України у сфері курортної справи визначається Верховною Радою**України і будується на принципах:*

законодавчого визначення умов і порядку організації діяльності курортів;

забезпечення доступності санаторно-курортного лікування для всіх громадян, в першу чергу для інвалідів, ветеранів війни та праці, учасників бойових дій, громадян, які постраждали внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС, дітей, жінок репродуктивного віку, які страждають на гінекологічні захворювання, хворих на туберкульоз та хворих з травмами і захворюваннями спинного мозку та хребта;

врахування попиту населення на конкретні види санаторно-курортних послуг при розробці та затвердженні загальнодержавних і місцевих програм розвитку курортів;

економного та раціонального використання природних лікувальних ресурсів і забезпечення їх належної охорони;

сприяння перетворенню санаторно-курортного комплексу України у високорентабельну та конкурентоспроможну галузь економіки.

Стаття 4. Види курортів

За характером природних лікувальних ресурсів курорти України поділяються на курорти державного та місцевого значення.

До курортів державного значення належать природні території, що мають особливо цінні та унікальні природні лікувальні ресурси і використовуються з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань.

До курортів місцевого значення належать природні території, що мають загальнопоширені природні лікувальні ресурси і використовуються з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань.

Стаття 5. Медичний профіль (спеціалізація) курортів

Медичний профіль (спеціалізація) курортів визначається з урахуванням властивостей природних лікувальних ресурсів.

За своєю спеціалізацією курорти поділяються на курорти загального призначення та спеціалізовані курорти для лікування конкретних захворювань.

Медичний профіль (спеціалізація) курортів устанавлюється центральним органом виконавчої влади з охорони здоров'я.

Стаття 6. Природні лікувальні ресурси

До природних лікувальних ресурсів належать мінеральні і термальні води, лікувальні грязі та озокерит, ропа лиманів та озер, морська вода, природні об'єкти і комплекси із сприятливими для лікування кліматичними умовами, придатні для використання з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань.

Розділ II

СТВОРЕННЯ ТА РОЗВИТОК КУРОРТІВ

Стаття 7. Підстава для створення курорту

Підставою для прийняття рішення про оголошення природної території курортною є наявність на ній природних лікувальних ресурсів, необхідної інфраструктури для їх експлуатації та організації лікування людей.

Стаття 8. Клопотання про оголошення природних територій курортними

Підготовку та подання клопотань про оголошення природних територій курортними можуть здійснювати центральні та місцеві

органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування або інші заінтересовані підприємства, установи, організації та громадяни.

Клопотання про оголошення природних територій курортними мають містити обґрунтування необхідності оголошення природних територій курортними; характеристику природних лікувальних ресурсів, їх лікувальних факторів, кліматичних, інженерно-геологічних та інших умов, сприятливих для лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань, інших цінностей природних територій, що пропонуються для оголошення; відомості про місцезнаходження, розміри, характер використання та про власників і користувачів природних територій, а також відповідний картографічний матеріал.

Клопотання про оголошення природних територій курортними подаються до відповідних органів виконавчої влади, уповноважених цим Законом здійснювати їх попередній розгляд.

Стаття 9. Розгляд клопотань про оголошення природних територій курортними

Клопотання про оголошення природних територій курортними у місячний термін розглядаються:

щодо природних територій державного значення – спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади з питань діяльності курортів з урахуванням пропозицій Верховної Ради Автономної Республіки Крим, обласних, Київської та Севастопольської міських рад; щодо природних територій місцевого значення – відповідними місцевими органами виконавчої влади з питань діяльності курортів.

У разі схвалення клопотання спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади з питань діяльності курортів або його місцевий орган погоджує це клопотання з власниками чи користувачами земельних ділянок.

На підставі результатів погодження клопотань відповідно спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади з питань діяльності курортів, його місцеві органи забезпечують розроблення проектів оголошення природних територій курортними.

Стаття 10. Експертиза проектів оголошення природних територій курортними

Проекти оголошення природних територій курортними підлягають державній екологічній та санітарно-гігієнічній експертизам, які проводяться відповідно до законів України „Про державну екологічну експертизу” і „Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення”.

Стаття 11. Прийняття рішень про оголошення природних територій курортними

У разі позитивного висновку державної екологічної та санітарно-гігієнічної експертизи щодо проектів оголошення природних територій курортними матеріали передаються: щодо курортів державного значення – спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади з питань діяльності курортів до Кабінету Міністрів України;

щодо курортів місцевого значення – місцевими органами виконавчої влади з питань діяльності курортів відповідно до Ради міністрів Автономної Республіки Крим, обласних, Київської та Севастопольської міських державних адміністрацій.

Рішення про оголошення природних територій курортними територіями державного значення приймає Верховна Рада України за поданням Кабінету Міністрів України.

Рішення про оголошення природних територій курортними територіями місцевого значення приймають Верховна Рада Автономної Республіки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські ради за поданням відповідно Ради міністрів Автономної Республіки Крим, обласних, Київської та Севастопольської міських державних адміністрацій.

Стаття 12. Забудова курортів

Забудова курортів здійснюється відповідно до затверджених у встановленому законодавством порядку генеральних планів курортів, іншої містобудівної документації.

Будівництво на курортах нових і розширення діючих промислових підприємств та інших об'єктів, не пов'язаних безпосередньо із задоволенням потреб відпочиваючих і місцевого населення, потреб курортного та житлового будівництва, або таких, що можуть негативно впливати на природні лікувальні фактори, забороняється.

Стаття 13. Надання земельних ділянок для створення або розширення курорту

Надання земельних ділянок для створення або розширення курорту здійснюється у порядку, встановленому Земельним кодексом України, на підставі розроблення техніко-економічних обґрунтувань використання землі та проектів відведення земельних ділянок з урахуванням затверджених округів і зон санітарної (гірничо-санітарної) охорони, схем медичного зонування.

Земельні ділянки курортів використовуються у порядку, визначеному проектом організації використання території та генеральним планом забудови курорту, з дотриманням вимог статей 31, 32 і 33 цього Закону.

Стаття 14. Розвиток курортів

Розвиток курортів здійснюється згідно з довгостроковими комплексними і цільовими державними та місцевими програмами.

Програми розвитку курортів розробляються на основі даних кадастрів природних лікувальних ресурсів, об'єктивних показників ефективності лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань, результатів спеціальних наукових досліджень і проектних робіт, фінансово-економічних показників діяльності курортів. При цьому визначаються параметри та режим використання природних лікувальних ресурсів з урахуванням екологічних та санітарно-гігієнічних обмежень тощо.

Містобудівна документація, що регламентує всі види будівництва на території курортів, розробляється відповідно до законів України „Про основи містобудування”, „Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні” та інших нормативно-правових актів і підлягає обов'язковій державній екологічній та санітарно-гігієнічній експертизам.

Розділ III

ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ ЛІКУВАЛЬНИХ РЕСУРСІВ

Стаття 15. Використання природних територій для діяльності курортів

З метою організації діяльності курортів юридичні та фізичні особи використовують спеціально визначені природні території, які мають мінеральні та термальні води, лікувальні грязі та

озокерит, ропу лиманів та озер, акваторію моря, кліматичні, ландшафтні та інші умови, сприятливі для лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань.

Стаття 16. Виявлення та облік природних лікувальних ресурсів

Виявлення природних лікувальних ресурсів здійснюється шляхом проведення комплексних медико-біологічних, кліматологічних, геолого-гідрологічних, курортологічних та інших дослідницьких робіт.

Медико-біологічна оцінка якості та цінності природних лікувальних ресурсів, визначення методів їх використання здійснюються центральним органом виконавчої влади з охорони здоров'я на підставі даних дослідницьких робіт, зазначених у частині першій цієї статті.

Визначені за результатами геолого-розвідувальних робіт експлуатаційні запаси родовищ лікувальних підземних мінеральних вод, лікувальних грязей та інших корисних копалин, що належать до природних лікувальних ресурсів, затверджуються та вносяться до Державного фонду родовищ, корисних копалин України і передаються для використання за призначенням відповідно до законодавства України.

Стаття 17. Надання природних лікувальних ресурсів у користування

Родовища корисних копалин, що належать до природних лікувальних ресурсів, надаються у користування юридичним і фізичним особам для використання з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань. Підземні лікувальні мінеральні води можуть використовуватися для промислового розливу.

Порядок надання у користування таких родовищ визначається Кодексом України про надра та іншими актами законодавства.

Державний нагляд і контроль за додержанням правил і норм використання природних лікувальних ресурсів здійснюють центральні органи виконавчої влади з нагляду за охороною праці, з геології і використання надр, охорони здоров'я, охорони навколишнього природного середовища та ядерної безпеки, інші спеціально уповноважені органи виконавчої влади відповідно до закону.

Стаття 18. Плата за спеціальне використання природних лікувальних ресурсів

Спеціальне використання природних лікувальних ресурсів здійснюється за плату відповідно до Кодексу України про надра.

Нормативи плати за користування природними лікувальними ресурсами та порядок її справляння встановлюються Кабінетом Міністрів України.

Стаття 19. Розробка родовищ підземних лікувальних мінеральних вод, лікувальних грязей та інших природних лікувальних ресурсів

Розробка родовищ підземних лікувальних мінеральних вод, лікувальних грязей та інших корисних копалин, що належать до природних лікувальних ресурсів, здійснюється за спеціальним дозволом (ліцензією) на користування надрами в порядку, визначеному законодавством України.

Мінеральні води, лікувальні грязі, що належать до природних лікувальних ресурсів, видобуваються в обсягах, ліміт яких затверджується Державною комісією України по запасах корисних копалин. Якість природних лікувальних ресурсів регламентується спеціальним медичним (бальнеологічним) висновком, який визначає кондиційний склад корисних і шкідливих для людини компонентів.

Медичний (бальнеологічний) висновок надається центральним органом виконавчої влади з охорони здоров'я.

Видобуток, підготовка, переробка та використання підземних лікувальних мінеральних вод, лікувальних грязей та інших корисних копалин, що належать до природних лікувальних ресурсів, здійснюються згідно із затвердженими проектами та встановленими центральним органом виконавчої влади з геології та використання надр квотами.

Відповідальність за недотримання затверджених проектами умов і встановлених квот покладається на суб'єкт підприємницької діяльності, який одержав у центральному органі виконавчої влади з геології та використання надр спеціальний дозвіл (ліцензію) на використання надр з метою експлуатації родовищ корисних копалин.

Розділ IV
ОРГАНІЗАЦІЯ ЛІКУВАННЯ ТА
ОБСЛУГОВУВАННЯ НА КУРОРТАХ

Стаття 20. Організація лікування на курортах

Організація лікування на курортах спрямовується на забезпечення громадян природними лікувальними ресурсами і здійснюється відповідно до науково обґрунтованих методик, що розробляються для кожного виду (типу) природних лікувальних ресурсів і затверджуються центральним органом виконавчої влади з охорони здоров'я.

Направлення хворих на лікування в санаторно-курортні заклади, незалежно від їх форми власності і відомчого підпорядкування, проводиться відповідно до медичних показань.

Стаття 21. Організація обслуговування на курортах

Організація обслуговування на курортах здійснюється санаторно-курортними закладами різних форм власності, створеними в установленому законодавством України порядку, і спрямовується на забезпечення умов для повноцінного лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань шляхом прийняття громадянами лікувальних процедур, а також забезпечення належних умов їх проживання, харчування, одержання культурно-побутових послуг.

У разі виникнення у громадян, які прибули на курорт, гострих інфекційних та інших захворювань, а також різкого погіршення здоров'я амбулаторна та стаціонарна медична допомога їм надається закладами охорони здоров'я за місцем розташування курорту в порядку, встановленому законодавством України.

Порядок госпіталізації громадян, які перебувають на курортах, встановлюється центральним органом виконавчої влади з охорони здоров'я.

Стаття 22. Санаторно-курортні заклади

Санаторно-курортні заклади – це заклади охорони здоров'я, що розташовані на територіях курортів і забезпечують подання громадянам послуг лікувального, профілактичного та реабілітаційного характеру з використанням природних лікувальних ресурсів.

Санаторно-курортні заклади створюються в порядку, передбаченому статтею 16 Основ законодавства України про охорону здоров'я та іншими нормативно-правовими актами.

Перелік видів санаторно-курортних закладів затверджується центральним органом виконавчої влади з охорони здоров'я.

Напрями спеціалізації санаторно-курортних закладів визначаються центральним органом виконавчої влади з охорони здоров'я з урахуванням лікувальних властивостей природних лікувальних ресурсів курортів.

Типове положення про санаторно-курортний заклад затверджується Кабінетом Міністрів України.

Розділ V
ЕКОНОМІЧНЕ ТА ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ КУРОРТІВ

Стаття 23. Економічні заходи забезпечення організації та функціонування курортів передбачають:

- ведення Державного кадастру природних лікувальних ресурсів України, здійснення їх економічної оцінки;
- розробку та здійснення програм збереження та розвитку курортної галузі України та забезпечення її державної підтримки;
- податкові, митні, кредитні пільги, що надаються у порядку, встановленому законом, і спрямовані на сприяння збереженню та розвитку курортів;
- застосування спеціальних платежів та зборів, забезпечення в установленому законодавством порядку компенсації збитків, завданих внаслідок порушення законодавства про курорти;
- матеріальне та фінансове забезпечення курортної галузі.

Стаття 24. Економічне обґрунтування розвитку курорту та економічна оцінка його природних лікувальних ресурсів

Економічне обґрунтування розвитку курорту та економічна оцінка його природних лікувальних ресурсів здійснюються відповідно до Державного кадастру природних лікувальних ресурсів України на основі спеціальних методик, що розроб-

ляються і затверджуються в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Стаття 25. Фінансове забезпечення курортів

Фінансування курортів державного та місцевого значення, включаючи розвиток транспорту, систем водопостачання та каналізації, телерадіомовлення та зв'язку, енергозабезпечення, проведення природоохоронних заходів, здійснюється відповідно до державних і місцевих програм за рахунок джерел, передбачених законом України.

Для цієї мети можуть також залучатися кошти позабюджетних і благодійних фондів, кошти підприємств, установ, організацій і громадян.

Стаття 26. Приватизація санаторно-курортних закладів

Приватизація санаторно-курортних закладів, що знаходяться на територіях курортів державного значення, використовують природні лікувальні ресурси зазначених територій і на момент прийняття цього Закону перебувають у державній або комунальній власності, забороняється.

Приватизація спеціальних санаторно-курортних закладів (дитячих, кардіологічних, пульмонологічних, гінекологічних, для лікування громадян, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи, для лікування хворих на туберкульоз, хворих з травмами і хворобами спинного мозку та хребта), що знаходяться на територіях курортів місцевого значення, використовують природні лікувальні ресурси зазначених територій і на момент прийняття цього Закону перебувають у державній або комунальній власності, забороняється. Приватизація інших санаторно-курортних закладів, що знаходяться або створюються на територіях курортів місцевого значення і використовують природні лікувальні ресурси зазначених територій, може здійснюватися в порядку, встановленому законами з питань приватизації, за умови збереження профілю об'єктів, що приватизуються.

Розділ VI САНІТАРНА ОХОРОНА КУРОРТІВ

Стаття 27. Мета санітарної охорони курортів

Метою санітарної охорони курортів є збереження природних властивостей наявних лікувальних ресурсів, запобігання забрудненню, пошкодженню та передчасному виснаженню цих ресурсів.

З цією метою в межах курорту встановлюється округ санітарної (гірничо-санітарної) охорони.

Стаття 28. Поняття округу санітарної охорони

Округ санітарної охорони – це територія земної поверхні, зовнішній контур якої збігається з межею курорту. В межах цієї території забороняються будь-які роботи, що призводять до забруднення ґрунту повітря, води, завдають шкоди лісу, іншим зеленим насадженням, сприяють розвитку ерозійних процесів і негативно впливають на природні лікувальні ресурси, санітарний та екологічний стан природних територій курортів.

Для курортів, які використовують родовища корисних копалин, що належать до природних лікувальних ресурсів (підземні мінеральні води, лікувальні грязі тощо), встановлюються округи гірничо-санітарної охорони.

У разі використання пов'язаних між собою родовищ мінеральних вод, суміжних пляжів та інших природних лікувальних ресурсів декількома курортами для них може встановлюватись єдиний округ санітарної охорони.

Стаття 29. Порядок встановлення меж та режиму округів і зон санітарної (гірничо-санітарної) охорони курортів

Межі округів і зон санітарної (гірничо-санітарної) охорони курортів державного значення затверджуються Верховною Радою України одночасно з прийняттям рішення про оголошення природних територій курортними територіями державного значення.

Межі округів і зон санітарної (гірничо-санітарної) охорони курортів місцевого значення затверджуються відповідно

Верховною Радою Автономної Республіки Крим, обласними, Київською та Севастопольською міськими радами одночасно з прийняттям рішення про оголошення природних територій курортними територіями місцевого значення.

Режими округів і зон санітарної (гірничо-санітарної) охорони курортів державного значення затверджуються Кабінетом Міністрів України, а курортів місцевого значення – Радою міністрів Автономної Республіки Крим, обласними, Київською та Севастопольською міськими державними адміністраціями відповідно до статей 31, 32 і 33 цього Закону.

Стаття 30. Зони округу санітарної охорони

Округ санітарної охорони поділяється на три зони:

- перша зона (зона суворого режиму);
- друга зона (зона обмежень);
- третя зона (зона спостережень).

Встановлення меж зон санітарної охорони здійснюється в порядку розроблення проектів землеустрою.

Стаття 31. Перша зона (зона суворого режиму)

Перша зона (зона суворого режиму) охоплює місця виходу на поверхню мінеральних вод, території, на яких розташовані родовища лікувальних грязей, мінеральні озера, лимани, вода яких використовується для лікування, пляжі, а також прибережну смугу моря і прилеглу до пляжів територію шириною не менш як 100 метрів.

На території першої зони (зони суворого режиму) забороняється:

- користування надрами, не пов'язане з використанням природних лікувальних ресурсів, розорювання земель, провадження будь-якої господарської діяльності, а також інші дії, що впливають або можуть вплинути на розвиток небезпечних геологічних процесів, на природні лікувальні фактори курорту та його екологічний баланс;
- прокладення кабелів, у тому числі підземних кабелів високої напруги, трубопроводів, інших комунікацій;
- спорудження будь-яких будівель та інших об'єктів, не пов'язаних з експлуатаційним режимом та охороною природних лікувальних факторів курорту;
- скидання дренажно-скидних та стічних вод;

- влаштування стоянок автомобілів, пунктів їх обслуговування (ремонт, миття тощо);
- влаштування вигребів (накопичувачів) стічних вод, полігонів рідких і твердих відходів, полів фільтрації та інших споруд для приймання та знешкодження стічних вод і рідких відходів, а також кладовищ і скотомогильників;
- проїзд автотранспорту, не пов'язаний з обслуговуванням цієї території, використанням родовищ лікувальних ресурсів або природоохоронною діяльністю;
- постійне і тимчасове проживання громадян (крім осіб, які безпосередньо забезпечують використання лікувальних факторів).

На території першої зони (зони суворого режиму) дозволяється провадити діяльність, пов'язану з використанням природних лікувальних факторів, на підставі науково обґрунтованих висновків і результатів державної санітарно-гігієнічної та екологічної експертизи виконувати берегоукріплювальні, протицсунні, протиобвальні, протикарстові та протиерозійні роботи, будувати хвилерізи, буни та інші гідротехнічні споруди, а також влаштовувати причали.

Забудова цієї території (нове будівництво, реконструкція, реставрація, капітальний ремонт та упорядкування об'єктів містобудування) здійснюється відповідно до законодавства, державних стандартів і норм, затвердженої містобудівної документації.

Стаття 32. Друга зона (зона обмежень)

Друга зона (зона обмежень) охоплює:

- територію, з якої відбувається стік поверхневих і ґрунтових вод до місця виходу на поверхню мінеральних вод або до родовища лікувальних грязей, до мінеральних озер та лиманів, місць неглибокої циркуляції мінеральних та прісних вод, які формують мінеральні джерела;
- природні та штучні сховища мінеральних вод і лікувальних грязей;
- територію, на якій знаходяться санаторно-курортні заклади та заклади відпочинку і яка призначена для будівництва таких закладів; парки, ліси та інші зелені насадження, використання

яких без дотримання вимог природоохоронного законодавства та правил, передбачених для округу санітарної охорони курорту, може призвести до погіршення природних і лікувальних факторів курорту.

На території другої зони (зони обмежень) забороняється:

- будівництво об'єктів і споруд, не пов'язаних з безпосереднім задоволенням потреб місцевого населення та громадян, які прибувають на курорт;
- проведення гірничих та інших видів робіт, не пов'язаних безпосереднім упорядкуванням території;
- спорудження поглинаючих колодязів, створення полів підземної фільтрації;
- забруднення поверхневих водойм під час здійснення будь-яких видів робіт;
- влаштування звалищ, гноєсховищ, кладовищ, скотомогильників, а також накопичувачів рідких і твердих відходів виробництва, інших відходів, що призводять до забруднення водойм, ґрунту, ґрунтових вод, повітря;
- розміщення складів пестицидів і мінеральних добрив;
- здійснення промислової вирубки зелених насаджень, а також будь-яке інше використання земельних ділянок і водойм, що може призвести до погіршення їх природних і лікувальних факторів;
- скидання у водні об'єкти сміття, стічних, підсланевих і баластних вод, витікання таких вод та інших речовин з транспортних (плавучих) засобів і трубопроводів.

Усі багатоквартирні будинки в межах другої зони (зони обмежень) повинні мати водопровід та каналізацію. Туалети у приватних будинках в обов'язковому порядку мають бути обладнані водонепроникними вигребами. Території тваринницьких ферм асфальтуються і по периметру огорожуються та обладнуються водовідвідними канавами з водонепроникними відстійниками для поверхневих вод. При в'їзді на територію ферм споруджуються капітальні санпропускники з дезінфекційними бар'єрами.

У разі масового поширення небезпечних та карантинних шкідників і хвороб рослин у парках, лісах та інших зелених

насадженнях за погодженням з державною санітарно-епідеміологічною службою дозволяється використання нетоксичних для людини і таких, що швидко розкладаються в навколишньому природному середовищі, пестицидів.

Стаття 33. Третя зона (зона спостережень)

Третя зона (зона спостережень) охоплює всю сферу формування і споживання гідромінеральних ресурсів, лісові насадження навколо курорту, а також території, господарське використання яких без дотримання встановлених для округу санітарної охорони курорту правил може несприятливо впливати на гідрогеологічний режим родовищ мінеральних вод і лікувальних грязей, ландшафтно-кліматичні умови курорту, на його природні та лікувальні фактори.

На території третьої зони (зони спостережень) забороняється:

- будівництво підприємств, установ і організацій, діяльність яких може негативно впливати на ландшафтно-кліматичні умови, стан повітря, ґрунту та вод курорту;
- спуск на рельєф неочищених промислових та побутових стічних вод, проведення вирубок зелених насаджень (крім санітарних рубок).

Третя зона (зона спостережень) є водночас межею округу санітарної охорони курорту і на її території дозволяється проведення видів робіт, які не впливатимуть негативно на лікувальні та природні фактори курорту, не погіршуватимуть його ландшафтно-кліматичних, екологічних і санітарно-гігієнічних умов.

Стаття 34. Санітарна охорона водопроводів і джерел водопостачання населених пунктів

Санітарна охорона водопроводів і джерел водопостачання населених пунктів у межах округу санітарної охорони курорту здійснюється в порядку, встановленому законодавством України.

Розділ VII

МОНІТОРИНГ І КАДАСТР ПРИРОДНИХ ТЕРИТОРІЙ КУРОРТІВ

Стаття 35. Моніторинг природних територій курортів

З метою забезпечення збирання, оброблення, збереження та аналізу інформації про стан довкілля і природних лікувальних

ресурсів, прогнозування їх змін під впливом господарської діяльності, а також розроблення науково обґрунтованих рекомендацій для прийняття управлінських рішень створюється система державного моніторингу природних територій курортів.

Моніторинг природних територій курортів є складовою частиною державної системи моніторингу навколишнього природного середовища і здійснюється в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Стаття 36. Державний кадастр природних територій курортів України

Державний кадастр природних територій курортів України є системою відомостей про правовий статус, належність, режим, географічне положення, площу, запаси природних лікувальних ресурсів, якісні характеристики цих територій, їх лікувальну, профілактичну, реабілітаційну, природоохоронну, наукову, рекреаційну та іншу цінність.

Державний кадастр природних територій курортів України створюється і ведеться спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади з питань діяльності курортів у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Стаття 37. Державний кадастр природних лікувальних ресурсів України

Державний кадастр природних лікувальних ресурсів України є системою відомостей про кількість, якість та інші важливі з точки зору лікування та профілактики захворювань людини характеристики всіх природних лікувальних ресурсів, що виявлені та підраховані на території України, а також можливі обсяги, способи та режими їх використання.

Державний кадастр природних лікувальних ресурсів України створюється та ведеться в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Розділ VIII
**ОРГАНИ, ЩО ЗДІЙСНЮЮТЬ УПРАВЛІННЯ У
СФЕРІ ДІЯЛЬНОСТІ КУРОРТІВ,
ТА ЇХ ПОВНОВАЖЕННЯ**

Стаття 38. Органи, що здійснюють управління у сфері діяльності курортів

Управління у сфері діяльності курортів здійснюють Кабінет Міністрів України, спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади з питань діяльності курортів, Рада міністрів Автономної Республіки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські державні адміністрації, інші органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування.

Стаття 39. Повноваження Кабінету Міністрів України

До повноважень Кабінету Міністрів України у сфері діяльності курортів належать:

- 1) реалізація державної політики у сфері діяльності курортів;
- 2) забезпечення розроблення і виконання державних програм та прогнозів розвитку курортів;
- 3) встановлення норм і правил користування природними лікувальними ресурсами;
- 4) організація ведення державного обліку природних лікувальних ресурсів, лікувально-оздоровчих місцевостей та курортів;
- 5) затвердження режиму округів і зон санітарної (гірничо-санітарної) охорони курортів державного значення;
- 6) проведення державної експертизи державних програм розвитку курортів і генеральних планів курортів, що мають державне значення, та їх затвердження;
- 7) затвердження порядку ведення моніторингу природних територій курортів і порядку створення та ведення Державного кадастру природних територій курортів України і Державного кадастру природних лікувальних ресурсів України;
- 8) затвердження типового положення про санаторно-курортний заклад;
- 9) вирішення інших питань у сфері діяльності курортів відповідно до законів України.

Стаття 40. Повноваження спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади з питань діяльності курортів та інших центральних органів виконавчої влади

До повноважень спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади з питань діяльності курортів належать:

- 1) реалізація державної політики у сфері діяльності курортів;
- 2) розроблення проектів загальнодержавних програм і прогнозів розвитку курортів;
- 3) координація діяльності курортних закладів (незалежно від форм власності), пов'язаної з використанням лікувальних ресурсів, а також діяльності підприємств, установ та організацій, які обслуговують курорти;
- 4) участь у створенні Державного кадастру природних лікувальних ресурсів України;
- 5) організація наукових досліджень з метою розширення курортного потенціалу держави та підвищення ефективності його використання;
- 6) здійснення контролю за додержанням державних стандартів у сфері санаторно-курортного лікування та відпочинку;
- 7) ведення Державного кадастру природних територій курортів України;
- 8) вирішення інших питань у сфері діяльності курортів відповідно до законів України.

Міністерства, інші центральні органи виконавчої влади беруть участь у розробці та реалізації державної політики України у сфері курортної справи в межах своєї компетенції, визначеної законами.

Стаття 41. Повноваження Ради міністрів Автономної Республіки Крим, обласних, Київської та Севастопольської міських державних адміністрацій у сфері діяльності курортів

До повноважень Ради міністрів Автономної Республіки Крим, обласних, Київської та Севастопольської міських державних адміністрацій у сфері діяльності курортів відповідно належать:

- 1) реалізація загальнодержавних і місцевих програм освоєння земель оздоровчого та рекреаційного призначення, генеральних планів (програм) розвитку курортів;

- 2) здійснення контролю за раціональним використанням і охороною природних лікувальних ресурсів, природних територій курортів і прилеглих до них округів санітарної охорони;
- 3) затвердження режиму округів і зон санітарної (гірничо-санітарної) охорони курортів місцевого значення;
- 4) вирішення інших питань у сфері діяльності курортів відповідно до законів України.

Стаття 42. Повноваження органів місцевого самоврядування у сфері діяльності курортів

До повноважень органів місцевого самоврядування у сфері діяльності курортів належать:

- 1) затвердження місцевих програм розвитку мінерально-сировинної бази, раціонального використання та охорони природних лікувальних ресурсів;
- 2) управління курортами місцевого значення відповідно до закону;
- 3) погодження видачі дозволів на користування природними лікувальними ресурсами державного значення;
- 4) видача дозволів на користування природними лікувальними ресурсами місцевого значення;
- 5) здійснення контролю за використанням природних лікувальних ресурсів;
- 6) внесення до відповідних органів виконавчої влади клопотань про оголошення природних територій курортними;
- 7) оголошення природних територій курортними територіями місцевого значення;
- 8) вирішення інших питань у сфері діяльності курортів відповідно до законів України.

Розділ IX

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО КУРОРТИ

Стаття 43. Відповідальність за порушення законодавства про курорти

Особи, винні у порушенні вимог законодавства про курорти, несуть цивільно-правову, адміністративну або кримінальну відповідальність відповідно до законів України.

Стаття 44. Участь України у міжнародному співробітництві

Україна бере участь у міжнародному співробітництві у сфері раціонального використання та охорони природних лікувальних ресурсів, природних територій курортів відповідно до норм міжнародного права.

Стаття 45. Міжнародні договори

Якщо міжнародним договором, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України, встановлено інші правила, ніж ті, що містяться у законодавстві України про природні лікувальні ресурси та природні території курортів, застосовуються правила міжнародного договору.

Розділ XI
ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

1. Цей Закон набирає чинності з дня його опублікування.
2. До приведення законів, інших нормативно-правових актів у відповідність з нормами цього Закону вони застосовуються у частині, що не суперечить цьому Закону.
3. Кабінету Міністрів України у шестимісячний термін:
 - подати на розгляд Верховної Ради України пропозиції щодо внесення змін до законів України, що впливають з цього Закону;
 - привести свої нормативно-правові акти у відповідність із цим Законом;
 - забезпечити перегляд і скасування міністерствами та іншими центральними органами виконавчої влади України прийнятих ними нормативно-правових актів, що не відповідають вимогам цього Закону.

Президент України
м. Київ, 5 жовтня 2000 року
№ 2026-III

Л.КУЧМА

ЗАТВЕРДЖЕНО:

Наказ Державного комітету України з питань
регуляторної політики та підприємництва та
Державного комітету України по туризму

12.01.99 №5/1

Зареєстровано в Міністерстві юстиції
України 28.09.2007 за № 1123/14390

**Про затвердження ліцензійних умов
провадження туроператорської та
турагентської діяльності**

Відповідно до статей 6, 8, 9 Закону України „Про ліцензування певних видів господарської діяльності”, Закону України „Про туризм”, постанов Кабінету Міністрів України від 26.04.2007 № 667 „Про затвердження Положення про Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва”, від 08.11.2006 № 1566 „Про затвердження Положення про Міністерство культури і туризму України”, від 14.11.2000 № 1698 „Про затвердження переліку органів ліцензування”

НАКАЗУЄМО:

1. Затвердити Ліцензійні умови провадження туроператорської та турагентської діяльності, що додаються.
2. Департаменту ліцензування Держкомпідприємництва (Іванченко О.Б.) та Державній службі туризму і курортів (Сьомкін С.В.) у встановленому порядку забезпечити подання цього наказу на державну реєстрацію до Міністерства юстиції України.
3. Державній службі туризму і курортів (Сьомкін С.В.) забезпечити публікацію цього наказу в засобах масової інформації.
4. Визнати таким, що втратив чинність, наказ Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва і Державного комітету молодіжної політики, спорту і туризму України від 17.01.2001 №7/62 „Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з

організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності”, зареєстрований у Міністерстві юстиції України 05.02.2001 за №103/5294.

5. Контроль за виконанням цього наказу покласти на заступника Голови Держпідприємництва України Пристupu М.І. та на заступника Міністра культури і туризму України у зв’язках з Верховною Радою України та іншими органами державної влади Кулиняка М.А.

В.о. Голови Державного комітету
України з питань регуляторної
політики та підприємництва

К.О. Ващенко

Міністр культури і туризму України

Ю.П. Богущкий

Узгоджено:

Від Державного комітету України
з питань регуляторної політики
та підприємництва
Заступник Голови
Держпідприємництва України

М.І. Приступа

Від Міністерства культури
і туризму України
Заступник Міністра у зв’язках
з Верховною Радою України
та іншими органами
державної влади

М.А. Кулиняк

ЛІЦЕНЗІЙНІ УМОВИ провадження туроператорської та турагентської діяльності

1. Загальні положення

Ці Ліцензійні умови розроблені відповідно до Законів України „Про ліцензування певних видів господарської діяльності”, „Про туризм”, „Про захист прав споживачів”, постанови Кабінету Міністрів України від 14.11.2000 № 1698 „Про затвердження переліку органів ліцензування”, постанови Кабінету Міністрів України від 04.07.2001 № 756 “Про затвердження переліку документів, які додаються до заяви про видачу ліцензії для окремого виду господарської діяльності”.

Ці Ліцензійні умови є обов’язковими для виконання суб’єктами господарювання незалежно від організаційно-правових форм та форм власності, які провадять туроператорську та турагентську діяльність і отримали відповідну ліцензію.

1.1. У цих Ліцензійних умовах терміни вживаються у такому значенні:

Ліцензіат – суб’єкт господарювання, який одержав ліцензію на провадження туроператорської та турагентської діяльності (далі – туроператор і турагент).

Туристичні оператори (далі – туроператори) - юридичні особи, створені згідно з чинним законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність.

Туристичні агенти (далі – турагенти) – юридичні особи, створені згідно з чинним законодавством України, а також фізичні особи – суб’єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб’єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації

характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на турагентську діяльність.

Міжнародний туризм:

в'їзний туризм – подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території;

виїзний туризм – подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни.

Внутрішній туризм – подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території.

Характерні туристичні послуги та товари – послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких суттєво скоротиться без їх реалізації туристам.

Перелік таких послуг визначений у Методиці розрахунку обсягів туристичної діяльності, затвердженій спільним наказом Державної туристичної адміністрації України, Державного комітету статистики України від 12.11.2003 № 142/394, зареєстрованій у Міністерстві юстиції України 08.12.2003 за № 1128/8449.

Супутні туристичні послуги та товари – послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких несуттєво скоротиться без їх реалізації туристам.

До супутніх послуг належать послуги, які замовлені туристом, є предметом договору про туристичне обслуговування та не підпадають під визначення характерних туристичних послуг.

1.2. З метою створення рівних можливостей суб'єктам господарської діяльності на ринку туристичних послуг та забезпечення захисту прав і законних інтересів громадян, захисту навколишнього природного середовища, підвищення рівня туристичного обслуговування здійснюється ліцензування туроператорської та турагентської діяльності.

1.2.1. Державна служба туризму і курортів здійснює ліцензування туроператорської та турагентської діяльності, Рада міністрів Автономної Республіки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські державні адміністрації здійснюють ліцензування турагентської діяльності (далі – органи ліцензування).

1.2.2. Суб'єкт господарювання не має права у своїй назві використовувати слова „туроператор” або „турагент” без отримання ним ліцензії на здійснення, відповідно, туроператорської чи турагентської діяльності.

1.2.3. Ліцензія на туроператорську чи турагентську діяльність не може бути видана суб'єкту господарської діяльності з назвою, тотожною назві іншого суб'єкта господарської діяльності, якому ліцензія видана раніше і інформація про нього внесена до відповідного реєстру.

1.2.4. Суб'єкт господарювання, який має намір провадити туроператорську діяльність, особисто або через уповноважений ним орган чи особу звертається до органу ліцензування із заявою про видачу ліцензії встановленого зразка.

Суб'єкт господарювання, який має намір провадити турагентську діяльність, особисто або через уповноважений ним орган чи особу звертається до органу ліцензування із заявою про видачу ліцензії встановленого зразка.

1.2.5. До заяви додаються документи згідно зі статтею 10 Закону України „Про ліцензування певних видів господарської діяльності” та постанови Кабінету Міністрів України від 04.07.2001 № 756 „Про затвердження переліку документів, які додаються до заяви про видачу ліцензії для окремого виду господарської діяльності”.

1.3. Для кожної філії, інших відокремлених підрозділів ліцензіата, які провадитимуть господарську діяльність на підставі отриманої суб'єктом господарювання ліцензії, ліцензіат повинен отримати копію ліцензії, засвідчену органом ліцензування. Засвідчена органом ліцензування копія ліцензії є документом, що підтверджує право філії, інших відокремлених підрозділів ліцензіата на провадження туроператорської або турагентської діяльності.

1.3.1. У разі створення ліцензіатом нової філії, іншого нового відокремленого підрозділу, які провадитимуть туроператорську або турагентську діяльність згідно з отриманою ліцензією, ліцензіат повинен подати до органу ліцензування заяву про видачу копії ліцензії встановленого зразка, а також документи відповідно до статті 10 Закону

України „Про ліцензування певних видів господарської діяльності”.

2. Організаційні вимоги

2.1. Туроператор і турагент повинні дотримуватися таких організаційних вимог:

2.1.1. Проводити діяльність у галузі туризму, яка підлягає ліцензуванню, лише за наявності відповідної ліцензії.

2.1.2. Надавати туристичні послуги, що підлягають обов'язковій сертифікації, після проведення такої сертифікації в установленому порядку.

2.1.3. Залучати до надання туристичних послуг осіб, які відповідають кваліфікаційним вимогам, що визначені цими Ліцензійними умовами, а у випадках, визначених чинним законодавством України, мають відповідні дозволи на право здійснення туристичного супроводу.

2.1.4. Надавати туристичні послуги в обсягах та в терміни, обумовлені договором про туристичне обслуговування.

2.1.5. Виконувати вимоги чинного законодавства України щодо забезпечення безпеки туристів, охорони туристичних ресурсів України та довкілля.

2.2. Документи, пов'язані з провадженням туристичної діяльності, повинні зберігатися у туроператора і турагента відповідно до вимог чинного законодавства України.

2.3. Туроператор і турагент повинні вести облікову та іншу, визначену чинним законодавством України, документацію та звітність.

2.3.1. Подавати до місцевих органів виконавчої влади в галузі туризму та органів державної статистики за місцезнаходженням у визначені терміни, у повному обсязі достовірну статистичну інформацію за формами державної статистичної звітності № 1-ТУР „Звіт про діяльність туристичної організації” і № 1-ТУР(к) „Звіт про діяльність туристичної організації”, затвердженими наказом Державного комітету статистики України від 04.03.98 № 96, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 19.03.98 за № 182/2622.

2.4. Відшкодовувати в установленому чинним законодавством України порядку збитки, завдані туристам, іншим особам та довкіллю.

2.5. Укладати з туристом договір про туристичне обслуговування в письмовій (електронній) формі відповідно до вимог чинного законодавства України.

2.6. З метою забезпечення прав та законних інтересів громадян-споживачів туристичних послуг туроператор і турагент зобов'язані здійснити фінансове забезпечення своєї цивільної відповідальності (гарантією банку або іншої кредитної установи) перед туристами у розмірах, установлених статтею 15 Закону України „Про туризм”.

2.7. Повідомляти орган ліцензування про всі зміни даних, зазначених у документах, що додавалися до заяви про видачу ліцензії. У разі виникнення таких змін ліцензіат повинен протягом десяти робочих днів подати до органу ліцензування письмове повідомлення разом з документами або їх нотаріально засвідченими копіями, які підтверджують зазначені зміни, для внесення відповідних змін до ліцензійного реєстру туроператорів і турагентів.

2.8. У разі зміни найменування ліцензіата (якщо зміна найменування не пов'язана з реорганізацією) або прізвища, імені, по батькові фізичної особи – суб'єкта підприємницької діяльності ліцензіат протягом десяти робочих днів після перереєстрації в органі державної реєстрації повинен подати до органу ліцензування заяву про переоформлення ліцензії встановленого зразка разом з ліцензією, що підлягає переоформленню, та відповідними документами або їх нотаріально засвідченими копіями, які підтверджують зазначені зміни. Не переоформлена в установленний строк ліцензія є недійсною.

2.9. У разі зміни місцезнаходження ліцензіат зобов'язаний протягом десяти робочих днів з дня реєстрації органом державної реєстрації внесення змін подати до органу ліцензування заяву про переоформлення ліцензії встановленого зразка разом з ліцензією, що підлягає переоформленню, та відповідними документами або їх нотаріально засвідченими копіями, які підтверджують зазначені зміни. Не переоформлена в установленний строк ліцензія є недійсною.

3. Загальні вимоги до службового приміщення (офісу) для провадження туроператорської та турагентської діяльності

3.1. Туроператор і турагент повинні мати службове приміщення (офіс), яке відповідає таким вимогам:

3.1.1. Має інформаційну вивіску або зовнішню рекламу із зазначенням найменування згідно з установчими документами та логотипу (за його наявності).

3.1.2. При вході в службове приміщення ліцензіата розміщується інформація про режим його роботи.

3.2. Туроператор і турагент на видному для туриста місці повинні розмістити такі документи:

- копію ліцензії;
- копію свідоцтва про державну реєстрацію;
- копію довідки банківської або іншої кредитної установи про підтвердження фінансового забезпечення відповідальності ліцензіата;
- відомості про працівників: прізвище, ім'я, по батькові керівника, його заступників, головного бухгалтера, менеджерів;
- книгу відгуків та пропозицій громадян;
- ці Ліцензійні умови;
- адреси та телефони центрального та місцевого органів виконавчої влади в галузі туризму, територіального управління у справах захисту прав споживачів, перелік номерів телефонів, факсів ліцензіата.

3.3. У разі закриття службового приміщення (офісу) (ремонт, санітарна обробка, зміна місцезнаходження, зупинення туристичної діяльності тощо) ліцензіат не пізніше ніж за 5 днів повідомляє про це споживачів туристичних послуг, з якими укладено договори про туристичне обслуговування, вивішує відповідне оголошення при вході до службового приміщення та в десятиденний термін письмово повідомляє про це орган ліцензування.

4. Кваліфікаційні вимоги до кадрового складу працівників туроператора і турагента

4.1. Керівник туроператора, керівник філії, іншого відокремленого підрозділу туроператора повинен мати вищу освіту та

стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або вищу освіту в галузі туризму.

4.2. У штаті туроператора повинно налічуватись не менше 50 відсотків фахівців, які мають стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або вищу освіту в галузі туризму.

4.3. Керівник турагента чи керівник філії, іншого відокремленого підрозділу турагента (юридичної особи) повинен мати стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або освіту в галузі туризму.

4.4. У штаті турагента (юридичної особи) повинно налічуватись не менше 30 відсотків фахівців, які мають стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або освіту в галузі туризму.

4.5. Турагент – суб'єкт підприємницької діяльності-фізична особа повинен мати освіту в галузі туризму.

5. Вимоги до фінансового забезпечення відповідальності туроператорів і турагентів

5.1. Туроператор для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, які пов'язані з необхідністю покриття витрат туриста з його повернення в місце постійного проживання (перебування), відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором, повинен надати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристом в установленому порядку.

5.1.1. Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора має становити суму, еквівалентну не менше ніж 20 000 євро.

5.1.2. Розмір фінансового забезпечення туроператора, який надає послуги виключно з внутрішнього та в'їзного туризму, має становити суму, еквівалентну не менше ніж 10 000 євро.

5.2. Турагент для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом та які пов'язані з необхідністю відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених

договором, повинен надати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристом у встановленому порядку.

5.2.1. Мінімальний розмір фінансового забезпечення турагента має становити суму, еквівалентну не менше ніж 2000 євро.

5.3. Правовідносини сторін щодо гарантії регулюються нормами Цивільного, Господарського кодексів України, Закону України „Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг” тощо.

5.4. Гарантія оформлюється у вигляді угоди, укладеної у письмовій формі, між ліцензіатом та банком або іншою кредитною установою, яка внесена до реєстру фінансових установ, отримала ліцензію на провадження діяльності з надання фінансових послуг і має право надавати гарантії відповідно до Закону України „Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг”. До договору гарантії додається копія ліцензії банку або іншої кредитної установи.

5.5. Гарантія видається на термін, що перевищує на три місяці термін дії ліцензії туроператора і турагента.

5.6. Дія гарантії припиняється через три місяці після закінчення терміну дії або анулювання відповідної ліцензії.

5.7. У разі відкликання ліцензії у банку або іншої кредитної установи, з якою укладено договір гарантії, ліцензіат зобов'язаний укласти договір гарантії з іншим банком або кредитною установою та подати його нотаріально засвідчену копію до органу ліцензування у десятиденний термін.

5.8. Гарантійним випадком вважається сукупність двох обставин: виникнення обставин неплатоспроможності туроператора (турагента) чи внаслідок порушення процесу про визнання банкрутом та невиконання ним своїх договірних зобов'язань перед туристом.

5.9. Банківська гарантія видається банком або іншою кредитною установою на невизначену фізичну особу-туриста, яка вступила в договірні відносини з ліцензіатом, що в разі пред'явлення вимог відповідно до гарантії підтверджується відповідним договором про туристичне обслуговування.

5.10. Фінансове забезпечення відповідальності туроператора і турагента розповсюджується виключно на договори про туристичне обслуговування, укладені в період дії відповідної ліцензії.

5.11. Дострокове припинення терміну дії гарантії з ініціативи ліцензіата відбувається лише в тримісячний термін з дати прийняття органом ліцензування рішення про анулювання його ліцензії або визнання її недійсною.

5.12. При настанні обставин зміни терміну дії відповідної ліцензії, у т.ч. дострокової, орган ліцензування розміщує інформацію в засобах масової інформації для відома туристів про можливість у місячний термін висування вимог до відповідного банку або іншої кредитної установи за наявності не виконаних туроператором або турагентом договірних зобов'язань. Туроператор або турагент аналогічно зобов'язаний розмістити відповідну інформацію у своєму офісі для вільного ознайомлення туристів, а також розмістити її на власному інтернет-сайті або в спеціалізованих друкованих засобах масової інформації за переліком, що визначається органом ліцензування.

5.13. У разі закінчення дії чи відкликання гарантії банку або іншої кредитної установи ліцензіат повинен у десятиденний термін повідомити про це орган ліцензування та надати документи, які підтверджують нове фінансове забезпечення своєї відповідальності.

5.14. Ненадання до органу ліцензування письмового повідомлення в установлений строк про відкликання гарантії банку або іншої кредитної установи є підставою для анулювання ліцензії.

5.15. Письмові вимоги туристів надаються банку або іншій кредитній установі відповідно до вимог Цивільного кодексу України. При цьому зобов'язання банку не повинні перевищувати суми, на яку видано гарантію, незалежно від суми претензій туристів. У разі перевищення сум вимог туристів над сумою гарантії задоволення вимог туристів здійснюється пропорційно.

5.16. Відшкодування збитків, заподіяних туристу в разі виникнення обставин неплатоспроможності туроператора або турагента чи внаслідок порушення процесу про визнання його

банкрутом, здійснюється відповідною кредитною установою на підставі:

- заяви туриста;
- договору про туристичне обслуговування (ваучера);
- документів, що підтверджують невиконання ліцензіатом договірних зобов'язань.

При цьому будь-які суми, надання яких гарантується фінансовим забезпеченням цивільної відповідальності туроператора, використовуються виключно для задоволення вимог, що висуваються на підставі та за наявності обставин, визначених у статті 15 Закону України „Про туризм”.

5.17. За відсутності вимог туристів у тримісячний термін з дати закінчення терміну дії ліцензії дія гарантії припиняється.

5.18. Задоволення вимог, пред'явлених туристами з порушенням термінів, забезпечених гарантією, здійснюється відповідно до чинного законодавства України.

6. Загальні вимоги до укладання договорів при здійсненні туристичної діяльності

6.1. За договором про туристичне обслуговування одна сторона (туроператор, турагент) за встановлену договором плату зобов'язується забезпечити надання на замовлення іншої сторони (туриста) комплексу туристичних послуг (туристичний продукт).

6.1.1. До договору про туристичне обслуговування застосовуються загальні положення договору про надання послуг, якщо інше не передбачено чинним законодавством України та не суперечить суті зобов'язання.

6.1.2. Договір про туристичне обслуговування укладається в письмовій (електронній) формі відповідно до Закону України „Про туризм”. Договір про туристичне обслуговування може укладатись шляхом видачі ваучера.

6.1.3. При реалізації туристичного продукту турагентом договір про туристичне обслуговування укладається турагентом від імені та за дорученням туроператора і повинен містити інформацію про туроператора (найменування, місцезнаходження, номер ліцензії, телефон тощо).

6.1.4. При формуванні групи туристів туроператор (турагент) повинен укладати договір окремо з кожним туристом.

6.1.5. Якщо до складу групи входять неповнолітні діти, договір укладається між туроператором (турагентом) та їх батьками або законними опікунами.

6.1.6. У разі, якщо замовником туристичних послуг є юридична особа, договір з кожним туристом не укладається.

У разі колективної заявки від юридичних осіб можливе укладання угоди між туроператором (турагентом) та юридичною особою, що замовила туристичне обслуговування.

6.1.7. Договір про туристичне обслуговування повинен відповідати вимогам статті 20 Закону України „Про туризм”.

6.1.8. Договір про туристичне обслуговування може включати й іншу інформацію про умови обслуговування, що не суперечить положенням Закону України „Про туризм”.

6.1.9. Турист має право відмовитися від виконання договору до початку подорожі за умови оплати туроператору або турагенту фактично зазначених ними витрат за послуги, надані до цього повідомлення.

6.1.10. Туроператор або турагент має право відмовитися від виконання договору лише за умови повного відшкодування замовникові збитків, підтверджених у встановленому порядку та заподіяних унаслідок розірвання договору, крім випадку, коли це відбулося з вини туриста.

6.1.11. Якість туристичних послуг повинна відповідати умовам договору, порядок і способи захисту порушених прав туристів визначаються законодавством про захист прав споживачів.

6.1.12. Туроператор або турагент можуть в договорі з туристом обмежити свою відповідальність розміром подвійної плати вартості туристичного продукту (туристичних послуг), якщо туроператор або турагент несе перед туристом одноособову відповідальність за шкоду, що виникла внаслідок дій (бездіяльності) одного з виконавців послуг, обумовлених договором.

6.2. При реалізації туристичного продукту через турагента туроператор повинен укласти з турагентом відповідний агентський договір у письмовій формі. Наявність ліцензії у турагента є обов'язковою вимогою для укладання такого договору.

6.2.1. Відповідно до укладеного агентського договору туроператор розробляє та надає турагенту для роботи програми та

розцінки на кожний туристичний продукт, які додаються до агентського договору.

6.2.2. Права, обов'язки, відповідальність сторін та інші умови договору між туроператором і турагентом визначаються загальними положеннями про агентський договір, якщо інше не передбачено договором між ними, а також Законом України „Про туризм”.

6.3. При реалізації послуг з тимчасового розміщення та харчування на території України туроператори і турагенти повинні укладати договори про співробітництво із засобами розміщення та закладами ресторанного господарства, які пройшли обов'язкову сертифікацію на відповідність вимогам безпеки, згідно з Переліком продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні, затвердженим наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 01.02.2005 № 28, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 04.05.2005 за № 466/10746 (із змінами).

6.4. Між туроператором та іноземними партнерами – нерезидентами України укладаються відповідні договори (контракти) про співробітництво щодо надання туристичних послуг у письмовій формі згідно з нормами чинного законодавства України.

7. Вимоги до забезпечення страхового захисту туристів

7.1. Страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) є обов'язковим і забезпечується туроператором (турагентом) на основі угод із страховиками, які мають необхідну ліцензію, за умови письмової заяви туриста і за ціною не вищою, ніж середня ціна на ринку.

Туристи укладають договори страхування з будь-якою обраною ними страховою компанією, яка має відповідну ліцензію, та зобов'язані завчасно підтвердити туроператору (турагенту) наявність належним чином укладеного договору страхування.

7.2. При укладенні туристом договору страхування самостійно, безпосередньо зі страховиком, ліцензіат, який організовує туристичну поїздку, повинен перевірити наявність страхового полісу туриста та додати його копію до договору про туристичне обслуговування.

7.3. Договором страхування повинні передбачатися надання медичної допомоги туристам і відшкодування їх витрат при настанні страхового випадку безпосередньо в країні (місці) тимчасового перебування.

7.4. Інформація про умови обов'язкового страхування має бути доведена до відома туриста до укладення договору про туристичне обслуговування.

7.5. Договір страхування (медичного та від нещасного випадку) повинен забезпечувати страховий захист туриста на весь період туристичної подорожі.

7.6. Туроператор або турагент повинен проінформувати туриста про наявність інших ризиків, пов'язаних з наданням туристичної послуги, та можливість їх страхування.

7.7. На вимогу туриста туроператор чи турагент забезпечує страхування інших ризиків, пов'язаних із здійсненням подорожі.

7.8. За бажанням турист може укласти угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з анулюванням договору про туристичне обслуговування з ініціативи туриста, або угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з передчасним поверненням до місця постійного проживання при настанні нещасного випадку або хвороби.

7.9. Компенсація шкоди, заподіяної життю чи здоров'ю туриста або його майну, здійснюється в установленому порядку.

7.10. Туроператор (турагент) повинен вести облік виданих туристам страхових полісів.

8. Вимоги до інформаційно-рекламної діяльності туроператорів і турагентів

8.1. Туроператор і турагент повинні розмістити на видному місці інформацію про тарифи та умови обслуговування ним туристів за кордоном і в Україні, рекламні, інформаційні, довідкові матеріали (довідники готелів, інших засобів тимчасового розміщення, підприємств харчування, розклади руху, перевезень різними видами транспорту тощо).

8.2. Здійснюючи рекламу в засобах масової інформації, туроператор і турагент повинні керуватися Законом України „Про рекламу”, іншими законодавчими та нормативно-правовими

актами та несуть відповідальність за порушення законодавства про рекламу.

8.3. Туроператор і турагент указують у рекламі найменування згідно із свідоцтвом про державну реєстрацію, місцезнаходження, місцезнаходження підрозділів та філій, що здійснюють діяльність, зазначену в ліцензії, номери телефонів, номер і дату видачі чинної ліцензії та орган ліцензування.

8.4. Туроператор і турагент повинні вказувати в рекламі вид діяльності згідно з виданою ліцензією.

8.5. Турагент – фізична особа-суб'єкт підприємницької діяльності не може вказувати в рекламі найменування, відмінне від зазначеного в свідоцтві про державну реєстрацію, якщо інше не передбачено чинним законодавством України.

8.6. Підставою для розміщення у рекламних оголошеннях інформації щодо туроператора (турагента), його можливостей у наданні туристичних послуг є наявність у нього ліцензії на провадження туроператорської (турагентської) діяльності, а також документів (матеріалів) стосовно організації послуг, що рекламуються.

9. Вимоги до здійснення туроператорської діяльності

9.1. Туроператорська діяльність – виключна діяльність. Туроператор не має права провадити інші види господарської діяльності, крім тих, що визначені Законом України „Про туризм” та цими Ліцензійними умовами.

Туроператор може здійснювати також і турагентську діяльність без отримання ліцензії на турагентську діяльність.

9.2. Організація виїзного туризму:

9.2.1. Туроператор організовує індивідуальні та групові поїздки туристів до зарубіжних держав на підставі укладених договорів (контрактів) про співробітництво або інших документів щодо надання туристичних послуг, які укладаються з іноземними партнерами в письмовій формі відповідно до п.6.4 цих Ліцензійних умов.

9.2.2. Туроператор під час організації виїзного туризму повинен оформити такі документи:

- заявку туриста або турагента на бронювання туристичної послуги (туристичного продукту);

- підтвердження сторони, що приймає, щодо заброньованої туристичної послуги (туристичного продукту);
- договір з туристом про туристичне обслуговування;
- ваучер у випадку, передбаченому чинним законодавством України;
- страховий поліс;
- платіжні документи (корінці прибуткових ордерів, квитанції, касові чеки тощо), що підтверджують унесення туристом або турагентом до каси туроператора вартості туристичних послуг, обумовлених договором з туристом або заявкою турагента;
- транспортні документи (квитки), якщо туроператор забезпечує транспортні послуги або надає послугу щодо бронювання та придбання квитків;
- програму туристичного обслуговування.

9.2.3. Туроператор має виключне право на посередницькі послуги з оформлення документів для виїзду за межі України з туристичною метою з обов'язковим оформленням документів, визначених пунктом 9.2.2 цих Ліцензійних умов.

9.3. Організація в'їзного туризму:

9.3.1. Туроператор організовує для іноземних туристів групові та індивідуальні поїздки по Україні на підставі договорів (контрактів) з іноземними партнерами, а також з вітчизняними партнерами, які забезпечуватимуть надання послуг з тимчасового розміщення, харчування, перевезення, організації відпочинку та оздоровлення, розваг, екскурсійного обслуговування тощо.

9.3.2. Для надання якісного обслуговування іноземним туристам під час їх подорожі на транспортних засобах у відповідності до умов договорів (контрактів) з партнерами та транспортними організаціями туроператор повинен забезпечити тимчасове розміщення, харчування туристів під час подорожі відповідно до умов надання послуг.

9.3.3. Іноземні туристи в'їжджають в Україну, виїжджають з України через пункти пропуску на державному кордоні України з національним паспортом у разі наявності відповідної візи, якщо інший порядок в'їзду та виїзду не встановлений чинним законодавством України.

9.3.4. У разі втрати на території України іноземним туристом національного паспорта туроператор, що організовує його приймання, повинен надати практичну допомогу для одержання туристом необхідних документів.

9.3.5. Туроператор при організації в'їзного туризму повинен оформити такі документи:

- договір (контракт) з іноземним партнером про співробітництво щодо прийому та обслуговування іноземних туристів в Україні;
- договір (контракт) з вітчизняним партнером про співробітництво щодо обслуговування іноземних туристів в Україні;
- лист-замовлення іноземного партнера на обслуговування іноземних туристів в Україні.

9.3.6. При прийманні іноземних туристів туроператор повинен сприяти укладанню іноземцями договорів страхування (страхових полісів) з надання медичної допомоги із страховиками – резидентами України.

Положення цього пункту не поширюється на іноземних туристів, що прибули з країн, з якими Україна має угоди про безоплатне надання екстреної медичної допомоги.

9.3.7. У разі видворення туриста за межі України туроператор, який його приймав, влаштував незаконний в'їзд, проживання, працевлаштування, сприяв ухиленню від виїзду після закінчення терміну перебування, відшкодовує витрати, завдані державі видворенням іноземного туриста в порядку, установленому законом.

9.3.8. Туроператор має виключне право на надання послуг з оформлення документів для виїзду за межі України.

9.4. Організація внутрішнього туризму:

9.4.1. Туроператор організовує для туристів індивідуальні та групові поїздки по Україні на підставі укладених договорів (контрактів) про співробітництво або інших документів щодо надання туристичних послуг з вітчизняними партнерами, які забезпечуватимуть надання послуг з розміщення, харчування, транспорту, організації відпочинку, оздоровлення та розваг, екскурсійного обслуговування.

9.4.2. Договори про співробітництво між суб'єктами туристичної діяльності укладаються відповідно до чинного законодавства України.

9.4.3. Туроператори під час організації надання туристичних послуг вітчизняним туристам в Україні повинні оформляти такі документи:

- заявку туриста або турагента на бронювання туристичної послуги;
- підтвердження засобу розміщення щодо заброньованої туристичної послуги (туристичного продукту);
- договір з туристом про туристичне обслуговування або ваучер у випадку, передбаченому законодавством України;
- платіжні документи (корінець прибуткового касового ордера, квитанції, касового чека тощо), що підтверджують унесення туристом вартості туристичних послуг, обумовлених договором про туристичне обслуговування.

9.5. Туроператор несе відповідальність перед туристом за виконання всіх зобов'язань, пов'язаних з організацією, формуванням та наданням комплексу туристичних послуг, обумовлених договором про туристичне обслуговування.

10. Вимоги до здійснення турагентської діяльності

10.1. Турагент має право на надання туристичних послуг виключно на підставі договорів (угод, контрактів), укладених з туроператорами та з вітчизняними партнерами, які забезпечуватимуть надання послуг з тимчасового розміщення, харчування, перевезення, організації відпочинку, оздоровлення та розваг, екскурсійного обслуговування тощо.

10.2. Турагент під час здійснення посередницької діяльності з реалізації туристичного продукту повинен оформляти такі документи:

- заявку туриста на бронювання туристичної послуги (туристичного продукту);
- договір з туристом про туристичне обслуговування;
- підтвердження туроператора щодо заброньованої туристичної послуги (туристичного продукту);
- платіжні документи (корінці прибуткових ордерів, квитанції, чеки тощо), що підтверджують унесення туристом вартості

туристичних послуг, обумовлених договором про туристичне обслуговування;

- платіжні документи, що підтверджують перерахування турагентом туроператору вартості послуг, обумовлених агентським договором (угодою).

10.3. Відповідальність турагента визначається в межах юридичних та фактичних дій, пов'язаних з реалізацією туристичного продукту.

11. Права й обов'язки туроператорів і турагентів

11.1. Туроператор і турагент повинні дотримуватися вимог законодавства щодо організації діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг.

11.2. Туроператор і турагент повинні надавати туристам необхідну та достовірну інформацію про туристичні послуги, права, обов'язки та правила поведінки туристів, умови страхування, порядок відшкодування завданих збитків, умови відмови від послуг, правила візового та митного режиму, перетину державного кордону та іншу інформацію, передбачену чинним законодавством України.

11.3. Туроператор установлює ціну на туристичні послуги, точно виконує програму туристичного обслуговування та надає своєчасну інформацію (туристам або турагентам) про всі зміни, що вносяться до програми туристичного обслуговування.

11.4. Турагент отримує від туроператорів інформацію про туристичний продукт, наявність сертифікації готельних послуг та послуг харчування, програму туристичного обслуговування та надає об'єктивну інформацію споживачам послуг (туристам).

11.5. Туроператор і турагент мають право:

11.5.1. Змінювати ціну туристичного продукту, погоджену сторонами, лише у випадках, передбачених договором, і тільки при істотній зміні обставин (погіршення умов подорожі; зміна термінів подорожі; непередбачене збільшення транспортних тарифів; введення нових або підвищення діючих ставок податків і зборів та інших обов'язкових платежів; різка зміна курсу національних валют; інші підстави за письмовою домовленістю сторін), але не пізніше ніж за 10 днів до початку туристичної подорожі у випадку, якщо її тривалість становить більше ніж 10

днів, за 5 днів до початку туристичної поїздки у випадку, якщо її тривалість становить від 2 до 10 днів, за 48 годин до початку туристичної поїздки у випадку, якщо її тривалість становить один день.

11.5.2. Збільшувати ціну туристичного продукту, не перевищуючи 5 відсотків його первісної ціни. У разі перевищення ціни туристичного продукту більше ніж на 5 відсотків первісної ціни турист має право відмовитися від виконання договору, а туроператор (турагент) зобов'язаний повернути йому всі раніше сплачені кошти.

Директор Департаменту

ліцензування Держкомпідприємництва

О.Б. Іванченко

Начальник Управління правової

політики Держтуризмкурортів

С.В. Нечипорук

Державна служба туризму і курортів

Заява ПРО ВИДАЧУ ліцензії

Заявник _____
найменування юридичної особи

Керівник _____
підпис, ім'я, по батькові та посада керівника юридичної особи

Організаційно-правова форма _____
Код (КОПФГ) _____

Ідентифікаційний код юридичної особи _____

Місцезнаходження юридичної особи _____

? тел./факс. _____ Е-mail _____
Поточний рахунок ? _____ в _____

найменування банківської установи
Розмір фінансової гарантії _____
Назва банку або іншої кредитної установи, що надала фінансову гарантію _____

найменування банку або фінансово-кредитної установи
Місцезнаходження філій, інших відокремлених підрозділів _____

? тел./факс _____
Керівник філії (підрозділу) _____

просить видати ліцензію на провадження туроператорської діяльності
терміном на 5 років.

З Ліцензійними умовами провадження туроператорської діяльності
ознайомлений (а) і зобов'язуюся виконувати.

ПЕРЕЛІК ДОКУМЕНТІВ, ЩО ДОДАЮТЬСЯ

Підпис керівника _____ «__» _____ 200__
М.П.

Заява та документи, що до неї додаються,
прийняті в органі ліцензування _____ «__» _____ 200__

посади відповідальної особи _____ підпис _____ підпис та ініціали _____

Директор Департаменту ліцензування
Держіжприслужництва України

О.Б.Іванченко

Начальник Управління правової політики
Держтуризмкурортів

С.В.Нечипорук

Орган ліцензування

ЗАЯВА ПРО ВИДАЧУ ЛІЦЕНЗІЇ

Заявник _____
найменування юридичної особи або приватця, ім'я, по батькові фізичної особи

Керівник _____
підписати дані (серж, номер паспорта, коли і ким вказано) фізичної особи

Організаційно-правова форма _____
Код (КОПФГ) _____

Ідентифікаційний код юридичної особи або ідентифікаційний номер
фізичної особи – платника податків та інших обов'язкових платежів _____

Місцезнаходження юридичної особи або місце
проживання фізичної особи _____

? тел./факс _____ Е-mail _____
Поточний рахунок ? _____ в _____

найменування банківської установи
Розмір фінансової гарантії _____
Назва банку або іншої кредитної установи, що надала фінансову гарантію _____

найменування банку або фінансово-кредитної установи
Місцезнаходження філій, інших відокремлених підрозділів _____

? тел./факс _____
Керівник філії (підрозділу) _____

просить видати ліцензію на провадження турагентської діяльності
терміном на 5 років.

З Ліцензійними умовами провадження турагентської діяльності
ознайомлений (а) і зобов'язуюся виконувати.

ПЕРЕЛІК ДОКУМЕНТІВ, ЩО ДОДАЮТЬСЯ

Підпис керівника _____ «__» _____ 200__
М.П.

Заява та документи, що до неї додаються,
прийняті в органі ліцензування _____ «__» _____ 200__

посади відповідальної особи _____ підпис _____ підпис та ініціали _____

Директор Департаменту ліцензування
Держіжприслужництва України

Начальник Управління правової політики
Держтуризмкурортів

Орган ліцензування

ЗАЯВА ПРО ВИДАЧУ КОПІЇ ЛІЦЕНЗІЇ

Заявник _____

найменування юридичної особи або прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи

Керівник _____

паспортні дані (серія, номер паспорта, коли і де виданий) фізичної особи

Ідентифікаційний код юридичної особи або ідентифікаційний номер
фізичної особи – платника податків та інших обов'язкових платежів _____

Місцезнаходження юридичної особи або місце проживання фізичної особи _____

? телефонів _____ ? факсів _____

просить видати копію ліцензії серії _____ ? _____ у зв'язку з _____
(вказати причину)

Місцезнаходження філії, іншого відокремленого підрозділу _____

? телефонів _____ ? факсів _____

Керівник філії, іншого відокремленого підрозділу _____
прізвище, ім'я, по батькові та посада

ПЕРЕЛІК ДОКУМЕНТІВ, ЩО ДОДАЮТЬСЯ

Підпис керівника _____ «__» _____ 200__

М.П.

Заява та документи, що до неї додаються, прийняті
та перевірені в органі ліцензування _____

«__» _____ 200__

посада особи, що прийняв заяву

підпис

прізвище та ініціали

Директор Департаменту ліцензування
Держпідприємництва України

Начальник Управління правової політики
Держтуризмкурортів

Орган ліцензування

ЗАЯВА ПРО ПЕРЕОФОРМЛЕННЯ ЛІЦЕНЗІЇ

Заявник _____

найменування юридичної особи або прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи

Керівник _____

паспортні дані (серія, номер паспорта, коли і де виданий)

Ідентифікаційний код юридичної особи або ідентифікаційний номер
фізичної особи – платника податків та інших обов'язкових платежів _____

Місцезнаходження юридичної особи або місце проживання фізичної особи _____

? тел./факс _____ E-mail _____

Ліцензія серія _____ ? _____ від _____ (ліцензійний реєстр ? _____),

видає терміном на _____ роки(ів) на такий вид господарської діяльності:

☐ ТУРОПЕРАТОРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ

☐ ТУРАГЕНТСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ

(необхідно позначити)

просить переоформити ліцензію у зв'язку з _____
(вказати причину для переоформлення)

ПЕРЕЛІК ДОКУМЕНТІВ, ЩО ДОДАЮТЬСЯ ДО ЗАЯВИ

Підпис керівника _____ «__» _____ 200__

М.П.

Заява та документи, що до неї додаються, прийняті
та перевірені в органі ліцензування _____

«__» _____ 200__

посада особи, що прийняв заяву

підпис

прізвище та ініціали

Директор Департаменту ліцензування
Держпідприємництва України

Начальник Управління правової політики
Держтуризмкурортів

О.Б.Іванченко

С.В.Печенюк

Додаток 5.

ЗАТВЕРДЖЕНО

наказом Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Державної туристичної адміністрації України від 14 листопада 2002 р. № 121/83

Зареєстровано
в Міністерстві юстиції України
4 грудня 2002 р. за № 942/7230

ПОРЯДОК

контролю за додержанням ліцензійних умов провадження господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності

Цей Порядок розроблено відповідно до Законів України „Про ліцензування певних видів господарської діяльності”, „Про туризм”, Указів Президента України від 25.05.2000 № 721 „Питання Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва”, від П.04.2002 № 331 „Питання Державної туристичної адміністрації України”, постанови Кабінету Міністрів України від 14.11.2000 № 1698 „Про затвердження переліку органів ліцензування” (із змінами та доповненнями) та Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності, затверджених наказом Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва і Державного комітету молодіжної політики, спорту і туризму України від 17.01.2001 № 7/62, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 05.02.2001 за № 103/5294 (далі – ліцензійні умови).

Контроль за додержанням суб'єктами господарювання (далі – ліцензіати) ліцензійних умов здійснюють Державна туристична адміністрація України (далі – Держтурадміністрація України), Рада міністрів Автономної Республіки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські державні адміністрації (далі – місцеві органи виконавчої влади в галузі туризму), Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва (і його

територіальні органи) (далі – Держпідприємництво) як спеціально уповноважений орган з питань ліцензування (далі – органи контролю) у межах своїх повноважень шляхом проведення планових і позапланових перевірок.

1. Організація перевірок

1.1. Планові перевірки додержання ліцензіатом ліцензійних умов проводяться органами контролю згідно з річним планом перевірок, який затверджується наказом органу контролю. Плани перевірок повинні бути узгоджені між органами контролю з урахуванням того, що планова перевірка ліцензіата проводиться не частіше одного разу на рік.

1.2. Позапланові перевірки здійснюються органами контролю лише на підставі надходження у письмовій формі заяви (повідомлення) про порушення ліцензіатом ліцензійних умов або з метою перевірки виконання розпоряджень про усунення порушень ліцензійних умов.

Про проведення позапланової перевірки ліцензіат заздалегідь не попереджується.

1.3. Для проведення перевірки органом контролю видаються наказ про створення комісії, призначення голови та членів комісії і посвідчення для проведення перевірки за підписом керівника органу контролю (його заступника), яке засвідчується печаткою органу контролю.

1.4. Посвідчення реєструються в журналі обліку, сторінки якого мають бути пронумеровані, прошнуровані та скріплені печаткою, з посиланням на наказ.

1.5. При необхідності перевірки проводяться із залученням фахівців центральних та місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, а також представників громадських організацій, науково-дослідних установ, підприємств тощо (за їх згодою).

1.6. Орган контролю повідомляє ліцензіата про проведення планової перевірки письмово або телефонограмою не пізніше ніж за п'ять робочих днів до дня проведення зазначеної перевірки.

Термін проведення перевірки становить не більше п'яти робочих днів, у разі великого обсягу робіт, за рішенням керівника органу

контролю термін перевірки може бути продовжено до десяти календарних днів.

2. Права комісії

Голова та члени комісії мають право:

2.1. Доступу на територію, у виробничі та інші приміщення ліцензіатів для їх обстеження і з'ясування питань, безпосередньо пов'язаних з перевіркою.

2.2. Ознайомлюватись з необхідними для проведення перевірки документами.

2.3. Отримувати копії (ксерокопії) необхідних для проведення перевірки документів.

2.4. Одержувати від ліцензіатів письмові пояснення з питань, що виникають під час перевірки.

3. Обов'язки та відповідальність комісії

3.1. Голова та члени комісії зобов'язані:

3.1.1. Керуватись у своїй роботі нормами законодавства.

3.1.2. Об'єктивно відображати стан справ щодо додержання ліцензіатами ліцензійних умов.

3.1.3. Забезпечувати додержання державної та інших, передбачених законодавством, таємниць.

3.2. Голова та члени комісії у разі недодержання законодавства у сфері ліцензування несуть відповідальність згідно із законодавством.

4. Порядок проведення перевірки

4.1. Для проведення перевірки голова комісії повинен пред'явити керівнику ліцензіата посвідчення та документи, які засвідчують особи голови та членів комісії.

4.2. Комісія зазначає у журналі відвідання ліцензіата (за наявності) строки та мету перевірки, посаду і прізвище голови комісії. Указані дані засвідчуються підписом голови комісії.

4.3. Комісія перевіряє облаштування службового приміщення ліцензіата згідно з вимогами ліцензійних умов, а саме наявність:

- зовнішньої реклами із зазначенням найменування (логотипу) ліцензіата згідно з установчими документами;
- інформації про режим роботи при вході до службового приміщення;
- копії ліцензії на видному для туриста місці;

- копії свідоцтва про державну реєстрацію на видному для туриста місці;
- відомостей про працівників суб'єкта туристичної діяльності (прізвище, ім'я, по батькові керівника, його заступника, головного бухгалтера, менеджерів) на видному для туриста місці;
- книги відгуків та пропозицій громадян на видному для туриста місці;
- ліцензійних умов на видному для туриста місці;
- документа, що свідчить про своєчасне повідомлення споживачів туристичних послуг, з якими укладено угоди про надання туристичних послуг, про планове закриття службового приміщення (у разі ремонту, санітарної обробки, зміни місцезнаходження, зупинення туристичної діяльності тощо);
- оголошення при вході до службового приміщення про планове закриття приміщення (у разі ремонту, санітарної обробки, зміни місцезнаходження, зупинення туристичної діяльності тощо).

4.4. Ліцензіат під час перевірки додержання ним ліцензійних умов забезпечує умови для її проведення та надає всі необхідні для перевірки документи.

4.5. Перелік документів, що надаються ліцензіатом при перевірці додержання ним ліцензійних умов:

4.5.1. Перелік документів, що надаються ліцензіатом при перевірці організаційних вимог:

- установчі документи ліцензіата – юридичної особи;
- свідоцтво про державну реєстрацію;
- довідка органу статистики про включення до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (для юридичної особи);
- ліцензія на право провадження туристичної діяльності (у разі відсутності бланка ліцензії – наявність довідки про прийняття заяви про переоформлення ліцензії або про прийняття заяви про видачу дубліката ліцензії);
- копія ліцензії, що підтверджує право філії або іншого структурного підрозділу ліцензіата на провадження

туристичної діяльності (при перевірці філії або іншого структурного підрозділу);

- документ, що підтверджує право власності ліцензіата або оренди ним службового приміщення за місцем провадження туристичної діяльності;
- рішення про створення філій, відокремлених структурних підрозділів ліцензіата;
- положення про філії, інші відокремлені структурні підрозділи ліцензіата;
- документ про призначення керівника філії, іншого відокремленого структурного підрозділу ліцензіата;
- документи, що свідчать про своєчасне повідомлення органу ліцензування про зміну даних, зазначених у заяві про видачу ліцензії та документах, що додавалися до заяви про видачу ліцензії;
- документи, що підтверджують унесення змін до програми обслуговування туристів (не порушуючи основних умов туру, вказаних у заявці на туристичне обслуговування);
- документи, що підтверджують збільшення обумовленої вартості туру більш як на 5 відсотків;
- документ, що підтверджує повідомлення туриста про збільшення обумовленої вартості туру не пізніше ніж за 20 днів до початку туру;
- письмова згода туриста на збільшення обумовленої вартості туру більш як на 5 відсотків;
- документ, що підтверджує розірвання договору (контракту) з туристом про надання туристичних послуг без відшкодування туристу збитків лише в разі виникнення форс-мажорних обставин, за яких надання послуг неможливе;
- документи і матеріали, що підтверджують ознайомлення туристів з елементами ризику конкретної туристичної подорожі та засобами запобігання їм;
- документи і матеріали, що підтверджують надання туристам повної інформації про програму обслуговування, їх права, обов'язки та правила поведінки, правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування, дату і час початку (закінчення) подорожі, її тривалість; порядок зустрічі,

проведення, супроводу туристів, екскурсійного обслуговування; правила проживання в засобах розміщення, пам'ятки природи, історії, культури та інші об'єкти туристичного показу; умови страхування, порядок відшкодування завданих збитків, умови відмови від послуг, митні правила, а також правила перетинання державного кордону;

- звіт про діяльність туристичної організації за формами № 1 -ТУР та № 1 -ТУР (к);
- документи, що свідчать про надання органу ліцензування своєчасного повідомлення протягом дії ліцензії про всі зміни даних, указаних у заяві про видачу ліцензії та документів, що до неї додаються, у тому числі про зміни:
- керівника ліцензіата (туристичного підрозділу);
- банківських реквізитів;
- номерів телефонів та іншої інформації, указаної в заяві про видачу ліцензії;
- найменування ліцензіата (якщо зміна найменування не пов'язана з реорганізацією) чи зміни відомостей, указаних у ліцензії, виданій фізичній особі-підприємцю;
- місцезнаходження ліцензіата.

4.5.2. Перелік документів, що надаються ліцензіатом при перевірці кваліфікаційних вимог до кадрового складу працівників:

- штатний розпис ліцензіата (туристичного підрозділу);
- документи (копії) про відповідну освіту з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності або стаж роботи в галузі туризму не менше трьох років штатних працівників ліцензіата;
- документи (копії) про відповідну освіту з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності або стаж роботи в галузі туризму не менше трьох років керівника ліцензіата або туристичного підрозділу;
- рішення засновників(а) (протокол, наказ тощо) про призначення керівника ліцензіата;
- накази про призначення та звільнення працівників;
- трудові угоди (контракти) з працівниками;
- трудові книжки штатних працівників ліцензіата;

- документи (копії) про освіту чи фахову підготовку штатних працівників ліцензіата;
- трудові угоди (контракти) з гідями-перекладачами, екскурсоводами та інструкторами з активних видів туризму;
- документи (копії) про освіту або фахову підготовку гідів-перекладачів, екскурсоводів та інструкторів з активних видів туризму;
- трудові угоди (контракти) з керівниками груп туристів.

4.5.3. Перелік документів, що надаються ліцензіатом при перевірці інформаційно-рекламної діяльності:

- інформація на видному для туриста місці про тарифи та умови обслуговування туристів за кордоном і в Україні;
- рекламні, інформаційні, довідкові матеріали (довідники готелів, інших засобів розміщення, підприємств харчування, розклади руху та тарифи на перевезення різними видами транспорту тощо);
- примірники рекламних матеріалів у засобах масової інформації (газети, журнали, довідники, каталоги, рекламні буклети тощо).

4.5.4. Перелік документів, що надаються ліцензіатом при перевірці вимог до укладання договорів при наданні туристичних послуг:

- договори (контракти) з іноземними партнерами або інші документи про співробітництво щодо надання туристичних послуг, перекладені на українську мову;
- програми та калькуляції турів, що є додатками до договорів (контрактів) з іноземними партнерами про співробітництво щодо надання туристичних послуг, перекладені на українську мову;
- договори (контракти) з вітчизняними партнерами про співробітництво щодо надання туристичних послуг;
- програми та калькуляції турів, що є додатками до договорів (контрактів) з вітчизняними партнерами про співробітництво щодо надання туристичних послуг;
- договори із суб'єктами колективних засобів розміщення;
- сертифікати відповідності готельних послуг та послуг харчування;
- сервіс-характеристики засобів розміщення;

- договори з батьками або опікунами неповнолітніх дітей, які входять до складу групи туристів;
- документи, що свідчать про ознайомлення туриста з елементами ризику і безпеки кожного конкретного туристичного походу та заходами щодо запобігання нещасним випадкам при наданні послуг у сфері активного туризму;
- документи (інформаційні матеріали) щодо повідомлення про природні складнощі туристичної траси, необхідний рівень особистої фізичної підготовки туриста, особливості індивідуального спорядження.

4.5.5. Перелік документів, що надаються ліцензіатом при перевірці забезпечення страхового захисту туристів:

- договір із страховою компанією про здійснення обов'язкового страхування туристів (медичного та від нещасного випадку), що направляються в туристичні подорожі (поїздки) за кордон та по Україні;
- правила медичного страхування та страхування від нещасного випадку;
- страхові тарифи (засвідчені печаткою та підписом керівника страхової організації);
- страхові поліси або їх копії;
- роз'яснення щодо порядку укладення та заповнення страхового поліса;
- форми звітності ліцензіата перед страховою компанією;
- копія ліцензії на право здійснення страховою компанією діяльності з медичного страхування та страхування від нещасних випадків;
- журнал (книга) обліку виданих туристам страхових полісів;
- договір із страховою компанією про страхування відповідальності ліцензіата за ненадання чи надання в неповному обсязі туристичних послуг та правила страхування.

4.5.6. Перелік документів, що надаються ліцензіатом при перевірці організації іноземного туризму:

- договори (контракти) з іноземними партнерами про співробітництво щодо обслуговування іноземних туристів в Україні;

- договори (контракти) з вітчизняними партнерами про співробітництво щодо обслуговування іноземних туристів в Україні, що забезпечуватимуть надання послуг з розміщення, харчування, транспорту, організації відпочинку та оздоровлення, розваг, екскурсійного обслуговування тощо;
- документ, що підтверджує замовлення іноземного партнера на обслуговування іноземних туристів;
- документ про підтвердження ліцензіата іноземному партнеру про готовність до приймання іноземних туристів;
- документи, що підтверджують здійснення трансферу, бронювання місць у готелі для туристів та їх проживання, проведення екскурсій;
- маршрути туристичних подорожей іноземних туристів;
- програми туристичних подорожей іноземних туристів;
- журнал обліку іноземних туристів;
- копії страхових полісів, що видані іноземним туристам страховою компанією-резидентом України;
- документ, що підтверджує гарантії сторони, що приймає, щодо депортації іноземних туристів у разі порушення ними умов туру чи законодавства України.

4.5.7. Перелік документів, що надаються ліцензіатом при перевірці організації зарубіжного туризму:

- договори (контракти) про співробітництво щодо надання туристичних послуг з іноземними та вітчизняними партнерами;
- документ, що підтверджує заявку туриста на бронювання туристичної послуги (туру);
- документ про підтвердження сторони, що приймає, щодо заброньованої туристичної послуги (туру);
- договір з туристом про надання туристичних послуг;
- документи, що підтверджують надання туристам повної інформації про організацію туру, їх права, обов'язки та правила поведінки, умови страхування, порядок відшкодування завданих збитків, умови відмови від послуг, правила перетинання державного кордону, а також про закони та правила проживання в країні (місцевості) перебування;
- туристський ваучер (путівка);

- страховий поліс;
- документ (корінець прибуткового ордера, квитанція, касовий чек тощо), що підтверджує внесення туристом вартості туристичних послуг (авансу, а також повної вартості туру), обумовлених у заявці туриста та договорі про надання туристичних послуг;
- копії транспортних документів, якщо суб'єкт туристичної діяльності забезпечує транспортні послуги або надає послугу щодо бронювання та придбання квитків;

програма туру.

4.5.8. Перелік документів, що надаються ліцензіатом при перевірці організації внутрішнього туризму:

- договори (контракти) з вітчизняними партнерами щодо забезпечення надання послуг з розміщення, харчування, транспорту, організації відпочинку та оздоровлення, розваг, екскурсійного обслуговування;
- заявка туриста на бронювання туристичної послуги;
- лист бронювання;
- документ про підтвердження засобу розміщення щодо заброньованої туристичної послуги;
- договір з туристом про надання туристичних послуг з інформацією щодо розміщення, харчування, переліку основних та додаткових послуг (при розміщенні в санаторно-оздоровчих засобах розміщення – перелік лікувально-оздоровчих послуг), екскурсійного обслуговування тощо;
- страховий поліс;
- туристська путівка (ваучер);
- документ (корінець прибуткового ордера, квитанція, касовий чек тощо), що підтверджує внесення туристом вартості туристичних послуг (авансу, а також повної вартості туру), обумовлених у договорі про надання туристичних послуг.

4.5.9. Перелік документів, що надаються ліцензіатом при перевірці здійснення екскурсійної діяльності:

- програма екскурсійного обслуговування туристів згідно з придбаним туром;
- технологічна карта екскурсії;
- контрольний текст екскурсії;

- матеріали „портфеля екскурсовода”;
- схеми маршрутів транспортних екскурсій;
- договори з транспортними підприємствами (у разі здійснення екскурсій на транспорті);
- договори з музеями, заповідниками, культурними закладами тощо;
- прейскурант цін на екскурсійні послуги;
- диплом чи посвідчення (сертифікат) екскурсовода;
- табличка (бейдж) екскурсовода;
- наряд-путівка на екскурсію;
- журнал (книга) обліку нарядів-путівок на екскурсії.

5. Порядок оформлення результатів перевірки

5.1. Акт перевірки складається у двох примірниках під час проведення перевірки за встановленою формою: один примірник акта перевірки видається керівникові (уповноваженому представнику) ліцензіата (юридичної особи) або самому ліценціату (фізичній особі – суб’єкту підприємницької діяльності), який перевірявся, другий – зберігається органом контролю, який здійснив перевірку.

5.2. Усі примірники акта підписуються особами, які проводили перевірку. Керівник ліцензіата (юридичної особи) або його уповноважений представник особисто засвідчує, що ознайомлений з актом перевірки і отримав один примірник, ставить свій підпис, дату та печатку ліцензіата. Ліцензіат (фізична особа – суб’єкт підприємницької діяльності) засвідчує, що ознайомлений з актом перевірки і отримав один примірник, ставить свій підпис і дату. Для філій та інших відокремлених підрозділів без права юридичної особи уповноважений представник ліцензіата ставить свій підпис і дату.

5.3. У разі відмови ліцензіата підписати акт перевірки голова комісії робить відповідний запис про те, що ліцензіат з актом ознайомлений і від підпису відмовився. Керівник ліцензіата або його уповноважений представник (юридична особа), ліцензіат (фізична особа – суб’єкт підприємницької діяльності) має право дати пояснення та викласти зауваження щодо змісту акта та проведення перевірки. Ці документи є невід’ємною частиною акта.

5.4. Виявлені порушення, зафіксовані в акті перевірки, мають бути підтверджені посиланнями на конкретні пункти, розділи, статті чинних нормативно-правових актів. Довільне викладення або трактування вимог нормативно-правових актів не допускається. Про результати перевірки орган контролю повідомляє Держтурадміністрацію України.

5.5. У разі виявлення порушень орган контролю не пізніше десяти робочих днів від дати складення акта перевірки додержанням ліцензіатом ліцензійних умов видає розпорядження про усунення виявлених порушень ліцензійних умов або Держтурадміністрація України приймає рішення про анулювання ліцензії.

5.6. Представництва Держпідприємництва направляють копію акта про невиконання розпорядження про усунення виявлених порушень ліцензійних умов до Держпідприємництва, який звертається до Держтурадміністрації України з пропозицією щодо анулювання ліцензії і повідомляє про це відповідне представництво.

5.7. Держпідприємництво та місцеві органи виконавчої влади в галузі туризму направляють до Держтурадміністрації України копію акта про невиконання розпорядження про усунення виявлених порушень ліцензійних умов з пропозицією щодо анулювання ліцензії.

5.8. У разі усунення виявлених перевіркою порушень ліцензійних умов протягом десяти робочих днів, якщо це підтверджено документально і не потребує здійснення додаткової перевірки, розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов не видається.

5.9. Ліцензіат, який одержав розпорядження про усунення ним порушень ліцензійних умов, зобов’язаний його виконати в установленій у розпорядженні строк і в письмовій формі повідомити про це орган контролю.

5.10. У разі невиконання ліцензіатом розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов чи ненадання ним повідомлення, передбаченого п. 5.9, орган контролю складає акт про невиконання розпорядження про усунення порушення ліцензійних умов, який є підставою для анулювання ліцензії.

5.11. Держтурадміністрація України на підставі акта про невиконання розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов приймає рішення щодо анулювання ліцензії згідно з чинним законодавством.

5.12. Підставами для анулювання ліцензії є:

- заява ліцензіата про анулювання ліцензії;
- акт про повторне порушення ліцензіатом ліцензійних умов протягом терміну дії ліцензії;
- рішення про скасування державної реєстрації суб'єкта господарювання;
- нотаріально засвідчена копія свідоцтва про смерть фізичної особи-суб'єкта підприємницької діяльності;
- акт про виявлення недостовірних відомостей у документах, поданих суб'єктом господарювання для одержання ліцензії;
- акт про встановлення факту передачі ліцензії або її копії іншій юридичній або фізичній особі для провадження туристичної діяльності;
- акт про встановлення факту неподання в установлений строк повідомлення про зміну даних, зазначених у документах, що додавалися до заяви про видачу ліцензії;
- акт про невиконання розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов;
- неможливість ліцензіата забезпечити виконання ліцензійних умов;
- акт про відмову ліцензіата в проведенні перевірки органом ліцензування або спеціально уповноваженим органом з питань ліцензування.

5.13. Держтурадміністрація України приймає рішення про анулювання ліцензії протягом десяти робочих днів від дати встановлення підстав для анулювання ліцензії, яке вручається (надсилається) ліцензіату із зазначенням підстав анулювання не пізніше трьох робочих днів з дати його прийняття.

Рішення про анулювання ліцензії вручається ліцензіату особисто під розпис або надсилається рекомендованим листом.

Копія рішення про анулювання ліцензії надсилається Державній податковій інспекції за місцем реєстрації ліцензіата.

5.14. Рішення про анулювання ліцензії реєструється у відповідному журналі обліку, сторінки якого повинні бути пронумеровані, прошнуровані та скріплені печаткою, в якому ставиться дата та підпис ліцензіата про отримання рішення про анулювання ліцензії.

5.15. Розгляд питань про анулювання ліцензії на підставі акта про встановлення факту неподання в установлений строк повідомлення про зміну даних, зазначених у документах, що додавалися до заяви про видачу ліцензії; акта про виявлення недостовірних відомостей у документах, поданих суб'єктом господарювання для одержання ліцензії; акта про встановлення факту передачі ліцензії іншій юридичній або фізичній особі для провадження господарської діяльності; акта про невиконання розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов здійснюється органом ліцензування з обов'язковим запрошенням ліцензіата (фізичної особи – суб'єкта підприємницької діяльності), керівника ліцензіата (юридичної особи) або його представників.

5.16. У разі неявки ліцензіата або його представників питання про анулювання ліцензії розглядається без їхньої участі.

5.17. Питання про анулювання ліцензії у разі повторного порушення ліцензіатом ліцензійних умов протягом терміну дії ліцензії розглядається за наявності таких документів:

- акт про повторне порушення ліцензіатом ліцензійних умов;
- акт попередньої перевірки про порушення ліцензіатом ліцензійних умов;
- розпорядження про усунення виявлених порушень ліцензійних умов;
- накази, на підставі яких здійснювались перевірки.

5.18. Усі матеріали перевірки ліцензіата (посвідчення, акти, розпорядження тощо) долучаються до ліцензійної справи ліцензіата.

5.19. Рішення про анулювання ліцензії набирає чинності через десять днів від дня його прийняття.

5.20. Запис про підставу, дату та номер рішення про анулювання ліцензії вноситься органом ліцензування до ліцензійного реєстру не пізніше наступного робочого дня після набрання чинності рішенням про анулювання ліцензії.

5.21. У разі анулювання ліцензії на підставі акта про повторне порушення ліцензіатом ліцензійних умов, акта про встановлення факту неподання в установлений строк повідомлення про зміну даних, зазначених у документах, що додавалися до заяви про видачу ліцензії, акта про виявлення недостовірних відомостей у документах, поданих суб'єктом господарювання для одержання ліцензії, акта про встановлення факту передачі ліцензії іншій юридичній або фізичній особі для провадження господарської діяльності, акта про невиконання розпорядження про усунення виявлених порушень ліцензійних умов суб'єкт господарювання може отримати нову ліцензію на право провадження цього виду господарської діяльності не раніше ніж через рік від дати прийняття органом ліцензування рішення про анулювання попередньої ліцензії.

6. Оскарження рішення про анулювання ліцензії

6.1. Якщо ліцензіат протягом десяти днів з дня прийняття Держтурадміністрацією України рішення про анулювання ліцензії подає скаргу до експертно-апеляційної ради при Держпідприємництві, то дія цього рішення зупиняється до прийняття відповідного рішення Держпідприємництва.

Експертно-апеляційна рада інформує Держтурадміністрацію України про отримання такої скарги та про результати її розгляду.

6.2. Рішення експертно-апеляційної ради щодо скарги ліцензіата є підставою для видачі Держпідприємництвом розпорядження про усунення виявлених порушень законодавства у сфері ліцензування, допущених Держтурадміністрацією України.

6.3. Рішення про анулювання ліцензії може бути оскаржено в судовому порядку.

7. Контроль за наявністю ліцензії у суб'єктів господарювання

7.1. Якщо на момент перевірки суб'єкт господарювання здійснював діяльність, яка підлягає ліцензуванню, без ліцензії, органом контролю складається відповідний акт.

7.2. Акт перевірки щодо здійснення діяльності без ліцензії надається органу, на який згідно з чинним законодавством покладено функції контролю за наявністю ліцензій та застосування фінансових санкцій.

7.3. До суб'єктів господарювання за провадження господарської діяльності без ліцензії застосовуються фінансові санкції у вигляді штрафів у розмірах, установлених законодавством.

Начальник Головного управління
контролю та реформування
процедур легалізації суб'єктів
господарювання

О.П. Апатенко

Начальник управління з
регуляторних питань

А.В. Чернишенко

Список літератури

1. Закон України „Про туризм „ (15 вересня 1995р.). – К., 1995.
2. Закон України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм” 18 листопада 2003 року № 1282-IV – К., 2004.
3. Закон України „Про курорти” від 5 жовтня 2000 року № 2026-III
4. Закон України „Про страхування”: збірник нормативно-правових актів Т-2. – Ужгород, 1999.
5. Указ Президента України від 10 серпня 1999 року № 973/99 „Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року”. – К., 1999.
6. Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2002 року № 583 „Про затвердження державної програми розвитку туризму на 2002 – 2010 роки”. – К., 2002.
7. Інструкція про умови і правила впровадження підприємницької діяльності, пов’язаної з організацією іноземного та зарубіжного туризму (ліцензійні умови), та контролю за їх дотримання. (Наказ Ліцензійної палати України та Державного комітету України по туризму 12.01.99 №5/1. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 29.01.99 за №53/3346)
8. Порядок контролю за додержанням ліцензійних умов провадження господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності. (Наказ Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Державної туристичної адміністрації України від 14 листопада 2002 р. № 121 /83 Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 4 грудня 2002 р. за № 942/7230).
9. Александрова А.Ю. Международный туризм. – М., 2001.
10. Ананьев М.А. Экономика и география международного туризма. – М., 1975.
11. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. – М., 2000.
12. Барчукова Н.С. Международное сотрудничество государств в области туризма. – М., 1986.
13. Бейдик О.О. Словник-довідник з географії туризму, рекреології та рекреаційної географії. – К., 1997.
14. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – М.– СПб, 2000.
15. Гаврилишин І.П. Туризм України: проблеми і перспективи. – К., 1994.
16. Гаврилишин И.П. Рекреационный рынок мира // Посредник. – 1995. – № 40.
17. Герасименко В.Г. Основы туристического бизнеса. – Одесса, 1997.
18. Гуляев В.Г. Организация туристической деятельности. – М., 1996.
19. Державна програма розвитку туризму в Україні до 2010 року. – К., 2002.
20. Долішній М.І., Кравців В.С. Карпатський регіон у контексті державної економічної політики: оцінка стану і стратегія розвитку // Економіка України. – 1995. – № 8.
21. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. – Минск, 2001.
22. Євдокименко В.К. Регіональна політика розвитку туризму.– Чернівці, 1996.
23. Євдокименко В.К., Садова У.Я., Шевчук Л.Т. Соціальна інфраструктура Карпатського регіону: пошуки перспектив розвитку. – Чернівці, 1995.
24. Жук П.В., Кравців В.С. Концептуальні основи перспективного розвитку рекреаційної індустрії в Карпатах // Економіка України. – 1993. – № 12.
25. Ресторанный и гостиничный бизнес. 4(8) 2001.
26. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. – М., 2000.
27. Иванов Ю. Туристична діяльність і оподаткування // Бухгалтерія. – 20/2.
28. Иванова Л.О. Маркетингові можливості сучасного готельного бізнесу в Україні. – Львів, 1997.
29. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. – Минск, 2001.
30. Квартальнов В.А. Туризм. – М., 2001.
31. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления. – М., 2000.
32. Кириллов А.Т. Маркетинг в туризме. – СПб., 1997.
33. Кирилов А.Т., Волкова Л.А. Маркетинг в туризме. – СПб, 1996.
34. Ковалевский Г.В., Абрамов В.В. Проблемы развития туризма в Украине: интегрированный подход. Туристично-красназавчі дослідження, Вип.2. 0 – К., 1999.

35. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М., 1990.
36. Крачило М.П. Основы економічної теорії. – К., 1997.
37. Кузик С.П., Касянчук З.О. Оцінка туристської придатності території Карпат. Карпати: український міст в Європу: проблеми і перспективи. – Львів, 1993.
38. Кузнецова Н.М. Основы економіки готельного та ресторанного господарства. – К., 1997.
39. Лук'янова Л.Г., Дорошенко Т.Т., Мініч І.М. Уніфіковані технології готельних послуг. – К., 2001.
40. Макконнелл Кемпбел Р., Брю Стенли Л. Економікс: принципи, проблеми и политика. – К., 1998.
41. Матеш В. Україна запрошує на відпочинок // Вісті з України. – 1994. – №4.
42. Межгосударственный стандарт. Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц. – К., 1996.
43. Межгосударственный стандарт. Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг. – К., 1996.
44. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства. – М., 2000.
45. Папирян Г.А. Экономика туризма. – М., 1998.
46. Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг. – СПб, 2000.
47. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства. – К., 2001.
48. Послуги в Україні. Туризм. Готелі. Харчування. (Законодавство, стандартизація, класифікація, сертифікація): Нормативні документи. – Львів, 1999.
49. Прейгер Д., Молярчук І. Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів // Економіка України. – 2001. – №6.
50. Програма розвитку туризму в Україні до 2005 року. – К., 1997.
51. Пузакова Е.П. Международный туристический бизнес. – М., 2001.
52. Реймерс Н.Ф. Природопользование: Словарь-справочник. – М., 1990.
53. Родигин Л.А. Информационные технологии в гостиничном и туристском бизнесе. – М., 1999.
54. Романов А.А. Зарубежное туристское страноведение. – М., 2001.
55. Роса В. Природа – чудова, сервіс жалюгідний... Проблеми і шляхи розвитку туризму Прикарпаття // Діло. – 1995. – № 73.
56. Сенин В.С. Организация международного туризма. – М., 2000.
57. Скрипник В. Галузь, за якою майбутнє // Урядовий кур'єр. – 1995. – № 144.
58. Сокол Т.Г. Основы туризмознавства. – К., 1995.
59. Тис Р. Іноземні інвестиції в економіку України // Молода нація. – 1998. – № 7.
60. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. – К., 2006.
61. Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів. Т-1. – Ужгород, 1999.
62. Туризм – джерело валюти і не тільки // Урядовий кур'єр. – 1995. – № 114.
63. Туризм в Україні. Статистичний бюлетень. – К., 2001.
64. Туризм в Україні. Статистичний бюлетень. – К., 2002.
65. Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг. – К., 1996.
66. Туристично-краєзнавчі дослідження, випуск 2, (Інститут туризму ФПУ). – К., 1999.
67. Уокер Джон Введение в гостеприимство. – М., 1999.
68. Федорченко В.К. Мініч І.М. Туристський словник-довідник: Навчальний посібник. – К., 2000.
69. Цыбух В.И. Перспективы развития национальной туристической индустрии // Гостиничный и ресторанный бизнес. – № 4. – 2001.
70. Цыбух В.І. Стан і перспективи розвитку туризму в Україні. Туристично-краєзнавчі дослідження. в.2. – К., 1999.
71. Чеботарь Ю.М. Туристический бизнес. – М., 2000.
72. Чудновский А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство. – М., 2000.
73. Шаповал Г.Ф. История туризма. – Минск, 1999.
74. Школа І.М., Григорків В.С., Кифяк В.Ф., Розвиток міжнародного туризму в Україні. – Чернівці, 1997.

Навчальне видання

Василь Федорович Кифяк

Організація туризму

Навчальний посібник

НБ ПНУС



733443

Літературний редактор: Оксана Вілінська

Дизайн та макетування: Юлія Федінчук

Підписано до друку 08.11.07 р. Формат 60x84 ¹/₁₆

Умов. друк. арк. 19,05. Обл. вид. арк. 14,40.

Замовлення 586. Наклад 1000 прим.

Видавництво "Книги – ХХІ"

Україна, 59000, м. Сторожинець Чернівецької обл.

вул. О. Кобилянської, 7

Тел./факс: (0372)586021, 586464, 8-050-9183202

e-mail: booksxxi@gmail.com

www.books-xxi.com.ua

Свідцтво про державну реєстрацію

ДК № 1839 від 10.06.2004 р.

Друк: пп Глібка О.В. Тел. 8 (0372) 52-40-18