

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародного публічного права

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

« Правове регулювання світового ринку туристичних послуг »

Студентки 2 курсу,
11М групи,
заочної форми навчання
спеціальності
293 « Міжнародне право »

Пономарьової
Ольги
Юріївни

Науковий керівник
Кандидат юридичних наук

Альонкін
Олексій
Анатолійович

Керівник освітньо-професійної
програми
доктор юридичних наук
доцент

Дешко
Людмила
Миколаївна

Київ 2018

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3-5
РОЗДІЛ 1. СВІТОВИЙ РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....	6
1.1. Поняття, структура та функції ринку туристичних послуг.....	6-18
1.2. Суб'єкти ринку туристичних послуг	19-26
1.3. Відносини у сфері ринку туристичних послуг.....	27-31
РОЗДІЛ 2. ЄДИНИЙ ПРАВОВИЙ ПРОСТІР СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....	32
2.1. Міжнародне співробітництво у сфері туризму.....	32-43
2.2. Міжнародні акти, які регулюють туристичну діяльність.....	44-54
2.3. Законодавче забезпечення туристичної діяльності за кордоном.....	55-65
РОЗДІЛ 3. ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ ДО СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....	66
3.1. Законодавче та правове забезпечення туристичної діяльності в Україні.....	66-73
3.2. Гармонізація законодавства України про туризм з нормами Європейського союзу.....	74-80
3.3. Шляхи вдосконалення законодавства України про туризм.....	81-87
ВИСНОВКИ.....	88-93
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	94-101
ДОДАТКИ.....	102-103

ВСТУП

Актуальність випускної кваліфікаційної роботи зумовлена тим, що формування туристичної сфери передбачає визначення державою чітких і досконалих механізмів міжнародного регулювання туристичних послуг. У зв'язку із зазначеним, особливої уваги набуває процес удосконалення та реформування відносин у сфері міжнародного регулювання туристичної галузі на національному рівні.

На даному етапі ринкових перетворень, у нашій країні розробляються нові закони, вносяться корективи до чинних нормативно-правових актів з урахуванням потреб громадянського суспільства, кон'юктури туристичного ринку та міжнародних стандартів.

Разом з тим, незважаючи на активне формування системи правового забезпечення туристичної діяльності, її вплив на розвиток туризму в Україні суттєво не відчувається.

Слід терміново розробити нові умови ліцензування, ефективну технологію стандартизації, сертифікації та статистики в сфері туризму. За таких умов постає нагальна потреба у подальшому дослідженні системи правового регулювання туристичної діяльності в Україні, внесення пропозицій щодо її удосконалення відповідно до вимог сучасних ринкових відносин.

Проблематикою правового регулювання світового регулювання туристичних послуг займалися такі науковці як: А.Александрова, І.Балабанова, Ю.Миронов, Л.Чернобай, І.Кулиняк, А.Міщенко, В.Явкін, Є.Козловський, Л.Гонтаржевська, П.Пуцентейло, Т.Коляда, В.Кифяк, В.Квартальнова та ін.

В роботах зазначених авторів висвітлюються питання поняття ринку туристичних послуг, його структура, визначаються його суб'єкти, приділяється увага особливостям функціонування сучасної туристичної

індустрії, визначаються міжнародні документи, що регулюють туристичну діяльність.

Метою кваліфікаційної роботи є репрезентація сучасного стану правового регулювання світового ринку туристичних послуг, а також прогнозування шляхів розвитку національного права України з огляду на об'єктивну необхідність інтеграції національної туристичної діяльності до світового туристичного ринку.

Для досягнення поставленої мети у кваліфікаційній роботі вирішуються наступні завдання:

- 1.1. Розкрити поняття, структуру та функції ринку туристичних послуг;
- 1.2. Розкрити поняття суб'єктів ринку туристичних послуг та їх види;
- 1.3. Визначити відносини у сфері ринку туристичних послуг;
- 2.1. Вивчити особливості міжнародного співробітництва в сфері туризму;
- 2.2. Проаналізувати міжнародні акти, які регулюють туристичну діяльність;
- 2.3. Дослідити правовий механізм забезпечення туристичної діяльності за кордоном;
 - 3.1. Проаналізувати законодавче та правове забезпечення туристичної діяльності в Україні;
 - 3.2. Визначити способи адаптації законодавства України про туризм з нормами Європейського союзу.
 - 3.3. Розкрити шляхи вдосконалення законодавства України про туризм.

Об'єктом кваліфікаційної роботи є міжнародно-правові відносини, що існують в рамках світового ринку туристичних послуг.

Предметом кваліфікаційної роботи є правове регулювання світового ринку туристичних послуг.

Методи дослідження. Теоретичною і методологічною основою проведеного дослідження слугували основоположні законодавчі й нормативні акти США, Франції, Великобританії, Іспанії, Італії та міжнародні документи, ратифіковані Україною, а також наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених у сфері туристичних послуг і управління нею. Використання методів логічного узагальнення забезпечило послідовність проведення наукового дослідження.

Науковою новизною даного дослідження є обґрунтування змісту ринку туристичних послуг, класифікацію видів ринку туристичних послуг, та визначено важелі правового регулювання ринку туристичних послуг.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що викладені у роботі висновки і рекомендації можуть бути використані в наукових роботах у сфері розвитку інституту правового регулювання світового ринку туристичних послуг.

Структура випускної кваліфікаційної роботи зумовлена метою дослідження і складається з вступу, трьох розділів, якими об'єднано дев'ять підрозділів, висновку, списку використаних джерел, та додатків. Загальний обсяг роботи становить 103 сторінки, з них основного тексту – 91 сторінка, змісту – 1 сторінка, списку використаних джерел – 8 сторінок (80 найменувань); додатків – 2 сторінки.

РОЗДІЛ 1. СВІТОВИЙ РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

1.1. Поняття, структура та функції ринку туристичних послуг

Однією з проблем сучасної економічної науки є недосконалість понятійно-категоріального апарату. Це також стосується категорії «ринок міжнародних туристичних послуг», синонімом якого часто вважають «туристичний ринок». На даний час не існує загальноприйнятого визначення ринку міжнародних туристичних послуг, що пояснюється значною кількістю визначень і класифікацій залежно від точки зору авторів та обумовлює необхідність дослідження.

Теоретичні аспекти дослідження туристичного ринку розглядаються в працях таких іноземних та вітчизняних вчених як Г.Блайль [13], А. Булл [14], А.Дурович [4], Е.Зайтц [17], К.Каспар [15], В. Квартальнов [6], Ф.Котлер [7], В.Майер [16], М.Мальська [8], Дж.Холлоуей [12], І.Школа [9] та ін.

Однак за наявності наукових розробок певні проблеми, що стосуються трактування ринку міжнародних туристичних послуг та його класифікаційних ознак, поки не знайшли достатньо повного висвітлення у фаховій літературі.

Міжнародний туризм є глобальним явищем, основою функціонування якого є ринок на якому пропонуються туристичні послуги. Для визначення сутності ринку міжнародних туристичних послуг необхідно розкрити зміст категорії «туристичний ринок». Використання методики конструювання категорій дало змогу визначити підходи до трактування сутності туристичного ринку, які існують у фаховій літературі (див табл. 1).

Перша група авторів розглядає суть туристичного ринку як «економічні відносини». Наприклад, Г. Алейнікова визначає туристичний ринок як «економічні відносини між виробниками і споживачами тур продукту на туристичному ринку, що полягають у процесі перетворення

туристично-екскурсійних послуг у гроші, і назад – перетворення грошей у туристично-екскурсійні послуги» [1, с. 117].

Друга група авторів трактує суть туристичного ринку як «суспільно-економічне явище». Так, А. Дурович дає таку дефініцію: «Туристичний ринок – це суспільно-економічне явище, що об'єднує попит і пропозицію для забезпечення процесу купівлі-продажу туристичного продукту в даний час і у даному місці» [4, с. 135].

Третя група авторів визначає суть туристичного ринку як «систему». Наприклад, В. Квартальнов наводить таке визначення туристичного ринку: «система світогосподарських зв'язків, у якій здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних послуг у гроші і оберненого перетворення грошей в туристично-екскурсійні послуги» [6, с. 151].

Аналізуючи трактування суті туристичного ринку слід зазначити, що у кожному з них підкреслюються певні його ознаки залежно від позиції дослідника. Тому існуючі теоретичні підходи потребують узагальнення.

Представники першого підходу, які визначають суть туристичного ринку як «економічні відносини», акцентують увагу на купівлі-продажу туристичних послуг. Таке трактування не розкриває специфіку сутності даної категорії, тому що, по-перше, не наводяться відносини між суб'єктами ринку, які виникають у процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання туристичних послуг, а по-друге, не простежується взаємодія техніко-економічних, організаційно-економічних та соціально-економічних відносин.

Трактування суті туристичного ринку як «суспільно-економічного явища» відображає процеси, обумовлені суспільно-економічними причинами, однак не розкриває його суті.

Найбільш вірним видається підхід вчених, які розглядають суть туристичного ринку як «систему», оскільки комплексно відображає сутність ринку як єдності багатьох елементів та відображає їх взаємовідносини. Вищевикладене потребує уточнення трактування суті ринку міжнародних туристичних послуг з метою конкретизації його специфіки.

Основною ознакою ринку є наявність великої кількості покупців і продавців туристичної послуги, тобто попиту і пропозиції. Предметом обміну виступають туристичні послуги. У процесі виробництва, розподілу та споживання туристичних послуг між виробниками, постачальниками, посередниками, споживачами, конкурентами та контактними аудиторіями виникають різноманітні взаємовідносини, які характеризуються складністю та утворюють багаторівневу систему. Такий підхід дає змогу впливати на діяльність суб'єктів ринку.

Конструювання категорії «туристичний ринок» передбачає визначення кінцевого результату, до якого приводить реалізація діяльності на ньому. Слід зазначити, що у більшості визначень взагалі не розкривається результат, а даються широкі формулювання змісту, а в деяких визначеннях підкреслюють важливість забезпечення процесу купівлі-продажу [3; 4].

Це свідчить про їхню неповноту, що не дозволяє виявити до якого саме результату призводить функціонування туристичного ринку.

В умовах загострення конкуренції механізм функціонування ринку міжнародних туристичних послуг передбачає постійне узгодження економічних інтересів суб'єктів ринку. Тому, можна сказати, що ринок забезпечує органічний зв'язок між виробництвом і споживанням, перебуває під їхнім впливом і сам впливає на них.

Проаналізувавши усі вищенаведені підходи можна дати таке визначення ринку туристичних послуг:

Ринок міжнародних туристичних послуг - складна, багаторівнева система взаємовідносин між суб'єктами ринку (виробниками, постачальниками, посередниками, споживачами, конкурентами та контактними аудиторіями) у процесі купівлі-продажу туристичних послуг з приводу узгодження і реалізації їхніх економічних інтересів. Це визначення розкриває важливий аспект ринку, що дає змогу з'ясувати його місце і роль у процесі відтворення [18, с. 154-155].

Ринок туристичних послуг істотно відрізняється від інших галузевих ринків. Його визначальними рисами є:

- туристичні послуги виробляються і споживаються практично одночасно, не підлягають зберіганню, накопиченню, транспортуванню, ґрунтуються на прямих контактах між їх первинними виробниками і кінцевими споживачами;

- ринок туристичних послуг характеризується значною глибиною проникнення, оскільки туризм потенційно є всюди, де живе людина (на відміну від більшості товарних ринків, що детермінуються наявними сировинними ресурсами та спеціалізованими споживачами). Потенційно туристичний продукт можна «створити» з будь-яких ресурсів (наприклад, Чорнобильська зона чи голодуючі люди в Африці як об'єкт екзотичного або екстремального туризму), водночас потенційними споживачами туристичних послуг є все населення світу;

- ринок туристичних послуг має сезонний характер із двома (літнім та зимовим) піками ділової активності, пов'язаними передусім з періодами відпусток, зменшенням ділової активності у інших секторах світової економіки;

- споживання туристичних продуктів відбувається у країні виробника, що з метою пошуку покупців вимагає присутності за рубежом виробників послуг (прямої або через посередників);

- ринок туристичних послуг має комплексний характер, коли поряд із обумовленими контрактами туристичними продуктами за внутрішніми цінами іноземної країни за валюту додатково продаються товари і послуги туристичного попиту;

- даний ринок, не дивлячись на масовість надання туристичних послуг, має індивідуалістичний характер, пов'язаний із суб'єктивністю попиту, оскільки туристичні продукти призначені для задоволення особистих потреб туристів (відповідно до їх доходів, інтересів), мають виключно

споживацьке значення. При цьому споживча вартість послуги не має речової форми, а полягає у певному корисному ефекті (враження, пізнання, оздоровлення та ін.);

- на даному ринку спостерігається доволі висока стійкість цін на туристичні послуги (порівняно із динамікою цін на товари) та водночас несталість якості. Стійкість цін, на думку експертів, пов'язана з тим, що попит на туристичні послуги постійно зростає, а пропозиція не завжди за ним встигає, а також з тим, що в туризмі неможливо створити акумулятивні запаси. Несталість якості породжує таку ситуацію, що неможливо наперед оцінити якість послуги. Критеріями для цього є лише довіра, досвід, суб'єктивні враження інших [24, с. 19-20].

Формування ринку туристичних послуг у сучасному його розумінні, відбулося лише після другої світової війни, коли розвиток засобів перевезення та зростання доходів населення зумовили масове туристичне виробництво і споживання [38, с. 128]

Відповідно можна окремо виділити етапи становлення та етапи розвитку світового ринку туристичних послуг.

Етапів становлення ринку туристичних послуг можна виділити три:

- Перший етап, **зародження туристичної діяльності** (до першої половини XVII ст.) Організовані подорожі з метою знайомства з культурою та природою інших народів, що існували ще у давньому світі;

- Другий етап, **перетворення туризму на галузь господарства**. Зародження туризму як галузі господарства датують 1841 роком, коли англійський підприємець Томас Кук вперше організував масову прогулянку залізницею між двома містами. 1855 року він же організував першу поїздку за кордон на Паризьку виставку.

З наступного року почали здійснюватися регулярні туристичні поїздки до інших європейських країн, а з 1860-х – трансатлантичні до США. На 1860-70-ті роки припадає створення значної кількості туристичних агентств у Англії та Франції. З другої половини XIX ст. у Західній Європі почали

створюватися своєрідні центри туризму. Наприкінці ХІХ – початку ХХ ст. туризм остаточно став невід’ємною частиною господарства. Це пов’язане з появою регулярного руху пасажирського транспорту, мережі підприємств харчування та розміщення, зменшенням ризиків пересування, підвищенням мобільності населення;

- Третій етап **формування міжнародної туристичної індустрії**. З середини ХІХ ст. Товариство англійського підприємця Томаса Кука поставило туристичну діяльність на конвеєр.

Воно уклало договори із залізничними та пароплавними компаніями, власниками готелів і ресторанів, вивчало попит, складало маршрути поїздок, програми перебування. 1907 року акціонерне товариство «Кук», що на той час мало 6 тисяч службовців, запровадило поняття індивідуального туризму, що включало подорож та готельні послуги. Початок ХХ ст. характеризується екстенсивним розвитком туризму. Все більше країн долучалося до нього, а після першої світової війни туризмом була охоплена вся Європа [26, ст.13-18]

Етапів розвитку ринку туристичних послуг також можна виділити три:

- Перший етап припадає на 1950-60-ті роки. Це період бурного розвитку туризму. Якщо 1950 року кількість туристів становила 25 млн., то 1960 – 71 млн., у середньому щорічно зростаючи на 4 - 5%. Обсяги надходжень збільшилися майже у три з половиною рази [32, с. 35].

- Другий етап охоплює 1970-80-ті роки. 1971 року кількість туристів зросла до 168 млн. Але на другу половину 1970-х початок 1980-х рр. припадає економічна криза у туристичній галузі. Економічні негаразди, зростання цін на паливо, що викликали скорочення обсягів особистого споживання, падіння курсу долара, призвело до зниження ділової активності в туризмі [32, с. 36].

- Третій, сучасний етап розвитку ринку туристичних послуг триває з 1990-х років. Це період інтенсивного розвитку туризму в умовах глобалізації

світової економіки, викликаний зростанням насиченості ринку виробниками туристичних послуг, а відтак значним загостренням конкуренції [32, с. 38].

В умовах глобалізації та регіоналізації світової економіки можна виділити такі особливості розвитку ринку туристичних послуг як:

міжнародний поділ праці. Структура, практика та логіка сучасної глобальної економіки привела до появи нової концепції міжнародного поділу праці, яка сприяє не лише змінам балансу економічної сили між окремими країнами і регіонами внаслідок використання часткових переваг, а й створює передумови для формування економічної, а пізніше і політичної багатополарності світу;

інтернаціоналізація фінансів. Яскравими прикладами цього явища є введення єдиної європейської валюти й уніфікація світового валютного ринку, функціонування міжнародної банківської мережі, залежність фінансових систем багатьох країн від коливань на світовому фондовому ринку;

нові інформаційні і технологічні системи. Нова глобальна інформаційно-спрямована економіка віддає перевагу здійсненню технологічних проривів у розвитку внаслідок впровадження ноу-хау-технологій, при цьому єдиний інформаційний простір робить кордони держав «прозорими», а процеси демократизації та глобалізації – незворотними;

посилення конкурентної боротьби між новими індустріальними країнами і провідними промислово розвинутими державами [37, с.53];

високий динамізм. За прогнозами ЮНВТО, кількість іноземних туристів до 2020 року має зрости до 1,578 млрд. осіб, що у 1,8 рази перевищує значення 2007 року. У Осакській декларації Тисячоліття 2001 року висловлюється впевненість, що «туризм знов виявить свою стійкість перед міжнародними кризами і невдовзі відновить свої темпи зростання, які спостерігалися до подій у США» [28, с.233];

розвиток нових форм транснаціоналізації. Поряд із традиційною горизонтальною інтеграцією, що відбувається шляхом злиття, поглинання,

відкриття нових філій, франчайзингу, все більшого поширення набуває вертикальна, коли в єдине ціле об'єднуються туроператори, готелі, автотранспортні підприємства і навіть заклади торгівлі, банки, страхові компанії та ін.

диверсифікація. Потужні туристичні підприємства поряд із наданням туристичних послуг все більше до кола свої інтересів включають суміжні виробництва та послуги. Наприклад, британська корпорація «Holiday Inn» поряд із готелями та авіакомпанією об'єднує ряд підприємств з виготовлення меблів, кухонного обладнання та посуду, підприємства харчової промисловості, мережу магазинів [26, с.122];

кооперація малих і середніх роздрібних туристичних підприємств.

В умовах витіснення, «виштовхування» малих і середніх фірм зі світового ринку туристичних послуг вони вимушені об'єднуватися з метою вироблення спільної політики та поліпшення умов співпраці з потужними туроператорами [28, с.235];

посилення державної підтримки туризму. Іноземний туризм є важливою складовою надходжень валюти до країни, тому більшість держав нині проводять політику максимального сприяння розвитку туристичної галузі шляхом пільгового оподаткування, надання безвідсоткових кредитів, державного субсидування оновлення туристичної інфраструктури тощо. При цьому у Манільській декларації зі світового туризму відмічається, що «економічна рентабельність туризму, якою б значною вона не була, не може являти собою єдиний критерій визначення сприяння, яке повинні надавати держави цьому виду діяльності.

посилення взаємозв'язків світового ринку туристичних послуг з іншими ринками – нерухомості, робочої сили, капіталу, інновацій.

Наприклад, на межі ринків туристичних послуг та нерухомості виникла нова форма розміщення туристів – тайм-шер. Це не розміщення в готелі, але й не продаж стандартної нерухомості, а щось середнє між ними – придбання

нерухомості, власність на яку обмежена у часі. За одиницю часу приймається один тиждень [28, с.236].

Важливими умовами розвитку світового ринку туристичних послуг є фактори позитивного та негативного впливу.

Серед позитивних можна виділити такі:

- стабільність і відкритість політики та економіки;
- зростання суспільного багатства і доходів населення;
- скорочення робочого і збільшення вільного часу;
- розвиток транспорту, засобів комунікацій та інформаційних технологій;
- посилення урбанізації;
- побудова інтелектуального суспільства;
- заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму;
- спрощення та гармонізація податкового, валютного, митного, прикордонного та інших форм регулювання;
- стимулювання туризму для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів і малозабезпечених сімей шляхом надання пільг;
- сприяння розвитку індустрії пріоритетної туристичної діяльності.

До негативних факторів розвитку ринку туристичних послуг відносять:

- напруженість у міжнародних відносинах;
- нестабільність політики та закритість економіки;
- стагнація економіки та падіння добробуту населення;
- невпорядкованість туристичних ресурсів;
- нерозвиненість індустрії туризму;
- нераціональне використання культурно-історичної і культової спадщини й довкілля;
- низькій рівень доходів населення та нестача вільного часу;
- забруднення навколишнього середовища і екологічна небезпека;

- недооцінка ролі туризму в інтелектуалізації суспільства;
- відсутність ефективних стимулів інвестування розвитку індустрії туризму на рівні світових стандартів [34, с. 515].

До чинників, які спричинили динамічний розвиток світового туризму за останні кілька десятиліть, можна віднести такі:

- зростання доходів населення;
- розвиток інформаційних технологій та сучасних засобів комунікації;
- зменшення середньої тривалості робочого часу та збільшення вільного часу;
- розвиток транспорту, транспортних мереж та інфраструктури;
- вагомі зрушення у структурі матеріальних і духовних цінностей.

Разом з тим, бурхливий розвиток сфери туризму призвів до появи негативних зовнішніх ефектів глобального та національних туристичних ринків, що відобразилося перш за все несприятливим впливом на стан навколишнього зовнішнього середовища.

Ще одним чинником, який стримує розвиток туризму у світі, є проблема міжнародного тероризму, а також військово-політичні конфлікти, перевороти, бандитизм та інші ризики, пов'язані з туристами, місцевими мешканцями, туристичними підприємствами й індустрією туризму в цілому. Проте, це не знижує позитивної ролі туризму в національних економіках, хоча вимагає прийняття управлінських рішень стосовно вирішення згаданих проблем на рівні владних структур, а також участі місцевого населення [40, с. 89-91].

Сучасний ринок туристичних послуг не є однорідним. Він має певну структуру, складається з множини частин – сегментів. Сегментація – це поділ ринку на складові, групи чи сегменти, члени яких досить схожі і відрізняються від членів інших груп (сегментів).

Перевагами сегментації туристичного ринку є:

- сегментація є засобом вибору найперспективнішого цільового ринку;
- дозволяє найповніше задовольняти запити туристів;

- допомагає вибирати оптимальні маркетингові стратегії;
- сприяє досягненню цілей туристичної фірми;
- дає можливість підвищувати ефективність управлінських рішень;
- забезпечує підвищення конкурентоздатності підприємства;
- сприяє оптимізації витрат туристичної фірми;
- дозволяє знижувати ризики в комерційній діяльності [19].

Розкриття сутності будь-якого ринку передбачає визначення його структури.

Беручи за основу види і форми міжнародного туризму, ринок міжнародних туристичних послуг доцільно класифікувати за наступними ознаками:

- мета подорожі: ринок рекреаційного, релігійного, етнічного та інших видів туризму;
- тип пропозиції: ринок групового, сімейного та індивідуального туризму;
- спосіб організації поїздки: ринок організованого і ринок приватного туризму;
- перетин національних кордонів: генеруючий і приймаючий ринки.

За ступенем зрілості ринкових відносин ринок міжнародних туристичних послуг можна поділити на:

- розвинений ринок - характеризується економічною самостійністю, рівноправністю та конкуренцією виробників туристичних продуктів і послуг, узгодженістю законодавчих актів і нормативних документів щодо прав, обов'язків і відповідальності суб'єктів підприємництва, можливістю державного втручання у регуляторні процеси;
- ринок із різним ступенем обмеження конкуренції – передбачає панування невеликої кількості суб'єктів господарювання, які мають можливість впливати на процес ціноутворення;

- ринок, що формується – притаманні недосконалість законодавчо-нормативних актів щодо прав, обов'язків і відповідальності суб'єктів підприємництва, надмірне втручання держави, інші обмеження.

За адміністративно-територіальною ознакою класифікуємо ринок міжнародних туристичних послуг на:


- національний – ринок в межах певної країни, інтегрує в собі ринки, пов'язані з виробництвом і споживанням різних туристичних послуг, його функціонування регулюється національним законодавством;
- регіональний – сукупність національних ринків у межах певних географічних регіонів;
- світовий – сукупність національних ринків, пов'язаних товарно-грошовими відносинами, характеризується наявністю власних регулюючих інституцій.


Досліджуючи ринок міжнародних туристичних послуг, потрібно враховувати те, що немає єдиної туристичної послуги, а тому існує низка ринків туристичних послуг. На них обмінюються різноманітні туристичні послуги, при цьому їх виробники зустрічаються на різних ринках. Враховуючи те, що пропозицію туристичних продуктів поділяють на основну, додаткову і супутню необхідно розрізнити три типи ринку міжнародних туристичних послуг, які у свою чергу поділяються на субринки:


- ринок основних міжнародних туристичних послуг: ринок послуг гостинності, ринок транспортних засобів, ринок туристичних агентств та ін.; споживачами на цьому ринку є, насамперед, туристи та інші підприємства туристичної індустрії;
- ринок додаткових міжнародних туристичних послуг: виробники туристичного спорядження, сувенірів, видавництва та ін. підприємства, які надають типові туристичні послуги; споживачами їх є як туристи, так і підприємства туристичної індустрії;


- ринок супутніх міжнародних туристичних послуг: гастрономія, виробництво спорттоварів, фототоварів та інших звичайних товарів і послуг; продукція користуються попитом у туристів [18, с. 155-156].

Зміст ринку туристичних послуг розкривається через його функції, основними з яких є:

- **регулятивна**, оскільки ринок забезпечує збалансованість попиту і пропозиції, узгодження виробництва і споживання туристичних продуктів в цілому та по окремих сегментах зокрема; 

- **стимулююча**, оскільки ринок забезпечує стимулювання підвищення економічної ефективності виробництва туристичних послуг в умовах конкуренції, з одного боку, та вдосконалення пропозиції відповідно до особливостей попиту в різних міжнародних регіонах, з іншого. Оскільки специфікою туристичного продукту є певною мірою його абстрактність («мрія», «фантазія» туриста), то саме ринок стимулює пошук нових шляхів максимального наближення туристичних продуктів до такої абстракції; 

- **оптимізаційна**, оскільки ринок оптимізує використання факторів виробництва туристичних послуг, іншими словами, «показує» виробникам які, у якій кількості та для кого необхідно виробляти туристичні послуги; 

- **інформаційна**, оскільки ринок надає інформацію про усереднені параметри сукупних попиту і пропозиції на різні види туристичних послуг, забезпечує встановлення ціннісних еквівалентів для купівлі-продажу туристичних продуктів; 

- **сануюча**, оскільки ринок вибирає з обігу ті туристичні послуги або їх виробників, які не можуть забезпечити мінімальний стандарт якості. Креативною складовою світового ринку туристичних послуг, базовим суб'єктом економічної діяльності у сфері туризму є туристичне підприємство – «підприємницька або громадська одиниця чи їх сукупність, яка займається

виробництвом, розробкою, реалізацією туристичних продуктів, а також організовує їх споживання» [24, с. 20-21].

1. 2. Суб'єкти ринку туристичних послуг

Існує значна кількість суб'єктів туристичної діяльності, зацікавлених у наданні туристичних послуг, чисельність та різноманітність яких вимагає проведення відповідної систематизації та класифікації за основними класифікаційними ознаками [20].

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.

Суб'єктами ринкових відносин в контексті туристичної діяльності виступають організатори і продавці (туроператори і тур агенти) туристичного продукту:

Туроператори – це насамперед підприємства, що створюють власний тур продукт і реалізують його від свого імені через агентства або безпосередньо кінцевому споживачу. У процесі організації поїздок вони встановлюють договірні взаємовідносини з підприємствами, що надають послуги розміщення, харчування, транспортування та ін. Часто туроператори орендують на основі довгострокових угод готелі чи інші розміщення, літаки, автобуси. Туроператори поділяються на ініціативних та рецептивних.

Ініціативні туроператори відправляють туристів за кордон чи в інші регіони за домовленістю з приймаючими (рецептивними) операторами чи з готельними підприємствами. Відмінністю їх від туристських агентств, що

займаються винятково продажем чужих турів, є те, що вони формують свій тур продукт додаючи до пакету рецептивного оператора власну послугу.

Рецептивні туроператори організовують обслуговування туристів у місцях призначення. Вони формують свій тур продукт з окремих послуг, що надаються місцевими готелями, підприємствами громадського харчування, екскурсійними бюро, розважальними установами тощо.

Ініціативний та рецептивний туроператори встановлюють між собою тісні договірні взаємовідносини, згідно з якими перший комплектує та направляє туристичні групи, забезпечує їх транспортом, а другий приймає ці групи та організовує їхнє обслуговування на місці.

Туристичні агенти – юридичні особи, створені згідно із законодавством, 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 тур агентську діяльність [22, с. 55-56].

Розглянемо приклад основних відмінностей між суб'єктами «туристичний оператор» та «туристичний агент» (див табл. 2) [33, с. 112].

Їх контрагенти – виконавці послуг (готелі, ресторани, компанії-перевізники, екскурсійні бюро):

Готель – підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що надає послуги з тимчасового розміщення, до яких належить обслуговування жилого приміщення (номера), харчування (ресторанне обслуговування), збереження майна і багажу проживаючого, а також інші послуги, надані залежно від категорії готелю;

Аналогічні засоби розміщення – підприємства будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, включно з щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат.

Заклади громадського харчування – підприємства будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що надають послуги харчування.

Транспортні компанії - підприємства будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що надають послуги перевезення.

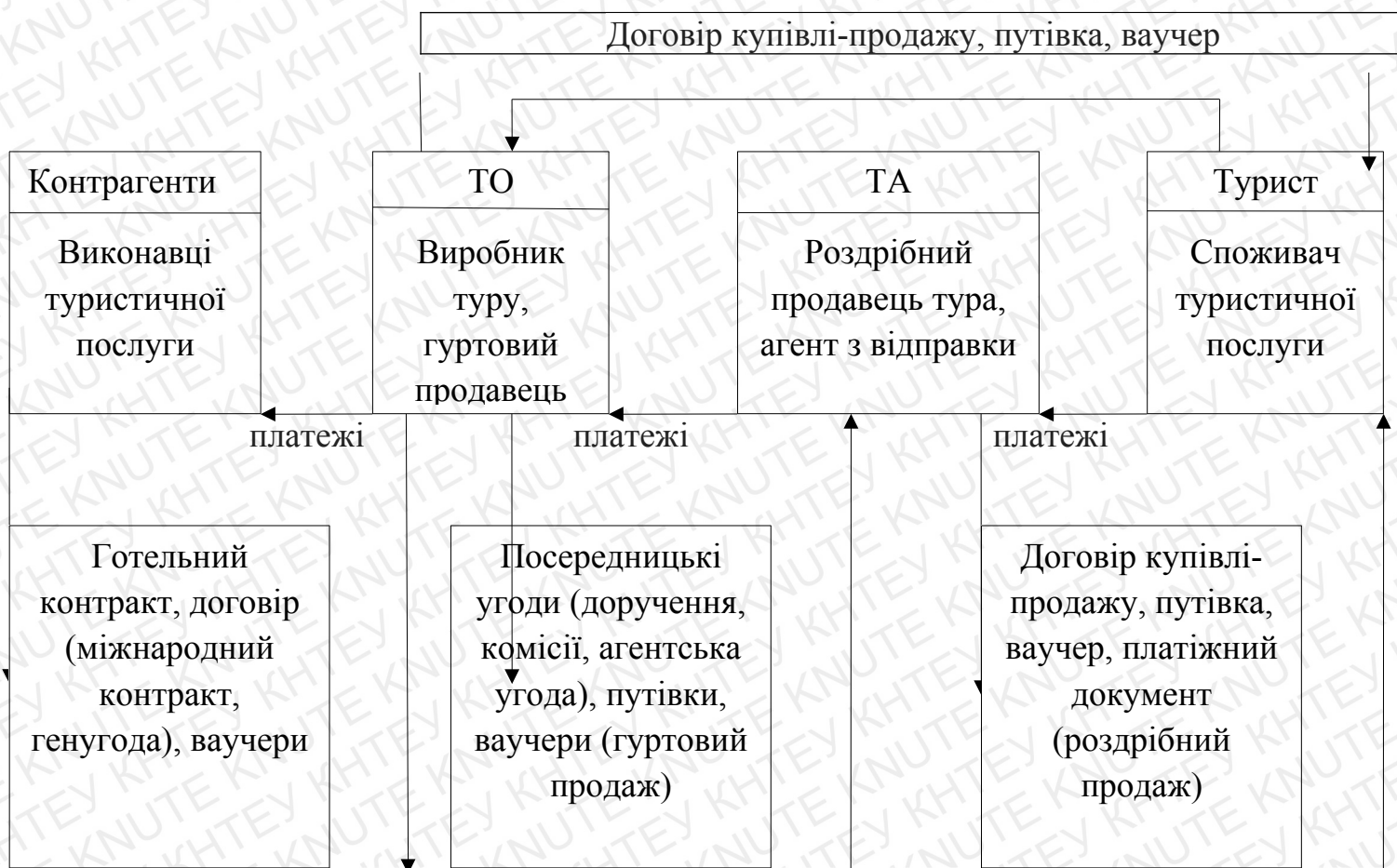
І покупці (споживачі) як комплексного тур продукту, так і окремих туристичних послуг.

До споживачів туристичних послуг туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші, в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

Турист – особа, яка подорожує з будь-якою метою, крім пошуку заробітку та зміни постійного місця проживання, при умові перебування поза межами свого місця проживання не менше 24 годин.

Екскурсант - тимчасовий (одноденний) відвідувач місцевості, населеного пункту або країни, незалежно від його громадянства, статі, мови і релігії, знаходиться в цій місцевості в цілях туризму менш ніж 24 години [22, с. 57].

Виходячи з усіх зазначених суб'єктів, слід розглянути їх взаємовідносини, що приводяться на (табл. 3) [27, 145]:




Суб'єктами правовідносин у туризмі також можуть бути 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 [22, с. 57].

Регулювати взаємовідносини країн та окремих суб'єктів господарювання в галузі туризму покликана Всесвітня туристична організація (ЮНВТО).

Щодо класифікації туристичних підприємств і організацій як суб'єктів ринку туристичних послуг, то в якості основних класифікаційних ознак пропонуються наступні:

За національно-територіальною ознакою: 

- міжнародні – туристичні корпорації, що мають свої відділення, філіали, дочірні підприємства у зарубіжних країнах (звичайно, більше, ніж у 6 країнах; понад 25% активів розміщується за кордоном). Найбільшими міжнародними туристичними корпораціями на світовому ринку є «American Express» (США), «Tomas Cook and Sun», «Thomson Holidays», що включає «Thomson Tour Operation», авіакомпанію «British Airways» та ін., «First Choice» (Велика Британія), «Туристик Юнієн Інтернешнл» (TUI, найбільша туристична компанія у Європі, що об'єднує 3600 тур агентів, дві авіакомпанії, понад 180 готелів у 19 країнах), «Некерман унд Райзен туристик» (NUR Touristic) (Німеччина), «Club Med», «Sotar» (Франція), «Japan Travel Board», «Nippon Express» (Японія). Серед готельних ланцюгів –

«Bass Hotels & Resorts» (3000 готелів у 100 країнах, включає 5 мереж – Holiday Inn, Holiday Inn Express, Crown Plaza, Staybridge Suites by Holiday Inn, Inter-Continental), «Accor» (об'єднує 4000 готелів у 90 країнах світу, а також включає мережу тур агентів, казино, конференц-центрів, сервісних компаній, корпоративні освітні заклади), «Marriott International» (понад 2000 готелів у 59 країнах, включає 14 готельних мереж), група «Starwood Hotels & Resorts Worldwide» (понад 700 готелів у 80 країнах, включає 6 ланцюгів – St.Regis/Luxury Collection, Westin, Sheraton, Four Points, The W Hotels), «Radisson SAS Hotels & Resorts» (разом з материнською компанією «Carlson Hospitality Worldwide» об'єднує понад 650 готелів у 56 країнах), «Forte Hotel Group» (440 готелів у 55 країнах, включає 4 ланцюги – Posthouse, Heritage, Le Meridian, Travelodge), «Sol Melia» (410 готелів у 32 країнах) тощо; 

- національні – туристичні підприємства, що мають значну кількість регіональних відділень в межах однієї країни. Наприклад, українські національні потужні туристичні компанії «Гамалія», «Сам» тощо;
- локальні – туристичні підприємства, що організовують прийом іноземних туристів та відправлення вітчизняних туристів за рубіж лише в межах певної ділянки території країни.

За економічною ознакою: 

- комерційні – оптові та роздрібні туристичні підприємства, що займаються реалізацією туристичних продуктів з метою отримання прибутків. Це туристичні корпорації, тур операторські фірми, туристичні агентства, підприємства сфери гостинності тощо;
- некомерційні – туристичні організації, що створюються з метою сприяння розвитку міждержавного туризму. Вони поділяються на кілька груп.


Перша група – міжнародні регулятивні організації, покликані координувати туристичну діяльність на загальносвітовому рівні. Передусім це Всесвітня організація торгівлі (WTO, дійсними членами якої є 139 країн, Україна є членом з 1997 року), а також Міжнародна федерація туроператорів


(IFTO), Міжнародна асоціація організаторів екскурсій та туристичних програм (ISTA), Всесвітня асоціація тур агентів (WATA), Міжнародна асоціація наукових експертів в галузі туризму (AIEST), Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA), Міжнародна готельна асоціація, Європейська туристична комісія (SET), Міжнародна мережа тур агентств авіаліній (IATAN) тощо.

Друга група – урядові організації, що звичайно входять до складу або є підконтрольними міністерствам, відомствам економіки, іноземних справ, торгівлі, транспорту і т.д. Вони здійснюють координацію туристичної діяльності у межах країни, регулюють валютні надходження, розробляють законодавчі акти з питань туризму, забезпечують підготовку кадрів, наукові дослідження тощо. В Україні такою є Державна туристична адміністрація.

Третя група – національні асоціації, федерації туристичних підприємств, діяльність яких спрямована на захист інтересів суб'єктів туристичного ринку, розробку нормативів і рекомендацій, рекламного та інформаційного забезпечення, поширення інформації про країну, встановленню міждержавних стосунків тощо. Наприклад, Американська асоціація туристичних агентів (ASTA, у складі якої 26,5 тис. членів зі 165 країн), Британська асоціація туристичних агентів (ABTA), Німецький союз туристичних агентів (DRV), Американська асоціація туристичної індустрії (TIA) та ін. В Україні діють туристичні асоціації «Аскотур», «Укрпрофтур», «Укрінтур» тощо.

За розмірами: 

- великі туристичні підприємства, які обслуговують понад 100 тис. туристів за рік, з середньорічним оборотом приблизно 35 млн. доларів. Наприклад, найбільший туроператор Японії «Джепен Тревл Бюро Інк» щорічно реалізує приблизно 250 тис. турів; 

- середні туристичні підприємства, які обслуговують 30- 100 тис. туристів за рік. Вони звичайно заповнюють лише одну з ринкових ніш, спеціалізуючись на певному турі чи регіоні; 

- малі туристичні підприємства, які обслуговують менше 30 тис. туристів за рік.


За широтою програми:

- вузькоспеціалізовані, що займаються організацією надання лише одного-двох видів туристичних послуг, наприклад, лише гірського туризму;



- з широкою спеціалізацією, які одночасно надають найрізноманітніші види туристичних послуг.

За глибиною програми:

- однопродуктові, що в межах певного міжнародного регіону реалізують лише один туристичний продукт; 

- багатодуктові, що в межах міжнародних регіонів реалізують різні види туристичних продуктів [24, с. 22-25]

Важливу роль для нормального функціонування світового ринку туристичних послуг відіграє його інфраструктура. Інфраструктура в туризмі – це «сукупність організаційно-правових форм, опосередкованих рухом туристичних продуктів, актами купівлі-продажу, або сукупність інститутів, систем, служб, підприємств, що обслуговують туристичний ринок і виконують певні функції із забезпечення нормального режиму його функціонування». Щодо туристичного ринку в цілому, то під інфраструктурою слід розуміти сукупність підприємств, організацій, установ, які сприяють процесам виробництва та споживання туристичних продуктів.

Інфраструктуру ринку туристичних послуг складають:

– туристичні біржі, ярмарки, виставки, салони (наприклад, щорічні Лондонська /WTM – World Travel Market/, Берлінська /ITB/ міжнародні туристичні біржі чи найбільша виставка на Близькому Сході Arabic Travel Market), а також workshop (з англ. «workshop» означає «майстерня»; у даному

випадку йдеться про міні-виставки у поєднанні з робочими дискусіями, обміном досвідом щодо здійснення туристичної діяльності);

– банки, що забезпечують спеціалізоване туристичне обслуговування шляхом випуску дорожніх (туристичних) чеків, пластикових дисконтних карток тощо;

– страхові компанії, що забезпечують страхування різноманітних туристичних ризиків;

– заклади міжнародного комерційного арбітражу, що забезпечують ефективно та швидко вирішення спірних питань між іноземними контрагентами;

– рекламно-інформаційні підприємства, які забезпечують рекламу туристичних послуг (найрізноманітніші рекламно-інформаційні агентства, центри, засоби мас-медіа), з одного боку, та забезпечують суб'єктів ринку необхідною комерційною та країнознавчою інформацією (торгові палати, представництва, посольства, консульства);

– підприємства, що забезпечують суб'єктів ринку засобами ділової комунікації та електронної торгівлі;

– спеціалізовані навчальні та науково-дослідні заклади, що здійснюють підготовку, перепідготовку кадрів, підвищення їх кваліфікації, розробляють рекомендації та експертні оцінки щодо підвищення економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності в туризмі [29, с. 135].

1.3. Відносини у сфері ринку туристичних послуг

Відносинами у сфері міжнародного туризму є великий і складний комплекс різних за суб'єктною структурою соціально-економічних зв'язків, які потребують застосування необхідних методів та засобів правової регламентації.

Існують два рівні відносин у сфері міжнародного туризму:

1. Міждержавні відносини - це відносини універсального, регіонального і локального характеру, що складаються між державами та іншими суб'єктами міжнародного права (зокрема, між державами та міжнародними організаціями);

2. Міжнародні відносини недержавного характеру - це відносини між фізичними і юридичними особами різних держав (до цього рівня належать і так звані «діагональні відносини» - відносини між державою та фізичними або юридичними особами, що належать іноземній державі) [30, с. 342].

Відносини «першого рівня» (міждержавні відносини) - є об'єктом міжнародного публічного права та його складової - міжнародного туристичного права.

Міжнародне публічне право - це сукупність юридичних принципів та норм, що відображають узгоджені позиції суб'єктів і призначені для регулювання відносин між державами та іншими учасниками міжнародно-правових відносин.

Міжнародне туристичне право - це підгалузь міжнародного публічного права, яка є сукупністю юридичних принципів та норм, що регулюють міждержавне співробітництво у сфері туризму.

Особливістю міждержавних відносин у сфері туризму є те, що вони:

- носять міжвладний публічний характер;
- складаються між суб'єктами міжнародного публічного права (державами, державами та/або міжнародними організаціями);
- спрямовані на створення уніфікованих умов та стандартів для здійснення міжнародного туристичного обміну.

У системі регулювання міжнародних відносин «першого рівня» центральне місце займає держава. У силу власного суверенітету держави створюють норми міжнародного права, надають їм юридично обов'язкову силу та реалізують механізми їх здійснення. Саме на діяльність органів державної влади світове співтовариство покладає основні надії щодо гармонічного розвитку міжнародного туризму.

Погоджена воля держав дістає юридичного оформлення у міжнародному договорі та міжнародно-правовому звичаї. Під міжнародним договором розуміється міжнародна угода, укладена державами та іншими суб'єктами міжнародного права у письмовій формі, незалежно від її найменування, що складається з одного документа або кількох взаємозалежних документів. Міжнародний порядок як джерело міжнародного права згадується в ст. 38 Статуту Міжнародного суду Організації Об'єднаних Націй та визначається як «доказ загальносупільної практики, визнаної в якості правової норми». Звичай набуває юридичного значення в результаті однорідних або ідентичних дій держав та відповідним чином вираженого ними наміру надати таким діям нормативне значення [30, с. 345].

Правове регулювання відносин «другого рівня» (міжнародні відносини недержавного характеру) також має важливе значення, оскільки більшість міжнародних туристичних зв'язків встановлюється між фізичними та юридичними особами різних держав. Такі відносини характеризуються як міжнародні відносини недержавного характеру і регулюються нормами міжнародного приватного права.

Розпізнавальною властивістю таких відносин є відсутність у їх суб'єктів (фізичних і юридичних осіб) владних повноважень стосовно один одного, отже відбувається їх взаємодія на «горизонтальній» або рівноправній основі. Такі відносини регулюються нормами двох видів: матеріально-правовими (безпосередньо встановлюють права і обов'язки) та колізійними (посилаються на національне право певної країни). Джерелами, що містять такі норми, є міжнародні договори та внутрішнє законодавство держав [30, с. 346].

З точки зору міжнародного права туристична діяльність за своєю природою є відносинами, що ускладнюються іноземним елементом, унаслідок чого регулювання суто національних відносин у сфері туризму стає неприйнятним і вимагає врахування міжнародної практики. З огляду на це, політико-правове середовище країни має забезпечувати належні умови для ведення бізнесу та відповідати існуючим міжнародним нормам.

На думку М.М. Марініна, у міжнародному туризмі завжди беруть участь три основні сторони:

- туристичні підприємства (виробники та продавці туристичних послуг);
- туристи (споживачі туристичних послуг);
- державні органи (створені державою інститути, які здійснюють розпорядчі, адміністративні та інші функції).

У процесі взаємин ці сторони утворюють так званий «туристичний трикутник». Правова взаємодія по сторонах трикутника «турист - туристичне підприємство», «турист – держава», «туристичне підприємство – держава» регулюються відповідним загальним і спеціальним законодавством. Залежно від ступеня цивілізованості та демократичності держави - це законодавство стає з часом більш ґрунтовним, в оптимальному варіанті ним повинен бути охоплений кожний елемент взаємин зазначених сторін [29, с. 18].

При взаємодії «туриста» з «туристичним підприємством» найбільш важлива річ - документальне оформлення угоди між ними: отже потрібен

письмовий договір, у якому зафіксовані взаємні права і обов'язки. Для врегулювання відносин стороною «турист – держава» необхідне досконале законодавство про паспортний та візовий режими, митні, валютні, медико-санітарні норми, порядок виїзду і в'їзду з країни, правове становище іноземних громадян тощо. Також необхідні правові норми про захист прав споживачів, ліцензування туристичної діяльності, сертифікацію туристичного продукту, страхування у туристичній подорожі. В оптимальному варіанті потрібний законодавчий акт, у якому були б позначені основні правові норми із всього спектра взаємин сторін, що беруть участь в цьому процесі. Більшість розвинених держав світу обрали саме такий шлях.

Однак, незважаючи на прагнення зробити туристичне законодавство уніфікованим, в кожній країні використовуються власні підходи щодо регулювання туристичної діяльності. Зазвичай основні зусилля спрямовані на регулювання трикутника стороною «туристичне підприємство – держава». Здійснюється це, насамперед, у формі ліцензування туристичної діяльності, тобто відповідного державного дозволу, який надається юридичним і фізичним особам тільки у тому випадку, якщо вони:

- можуть підтвердити свій професійний рівень, необхідний для провадження туристичної діяльності;
- не порушують норм цивільного законодавства країни, що встановлює обмеження на можливість провадження туристичної діяльності;
- мають достатні фінансові, матеріальні або інші види гарантій для повної оплати всіх витрат, які можуть несподівано з'явитися у процесі надання туристичних послуг;
- володіють полісом із достатнім покриттям для страхування фінансової відповідальності за власними зобов'язаннями [29, с. 20].

Як свідчить практика, має значення не сам акт видачі ліцензії (незалежно від ступеня жорсткості або м'якості процедури одержання цього дозволу), а ефективність роботи державного механізму, який відслідковує

виконання всіх ліцензійних та інших умов туристичної діяльності, а у випадку рекамацій або інших проблем - вживає необхідних заходів для наведення порядку.

У деяких країнах термін «ліцензування» законодавчо фактично не закріплений, але разом з тим державні вимоги до туристичних підприємств щодо їх фінансової та іншої відповідальності перед клієнтами, професійної підготовки керівників і співробітників, страхування підприємств і самих туристів - дуже суворі. Основні зусилля в такому випадку припадають на регулювання трикутника стороною «турист - туристичне підприємство», які спрямовані на максимально повний захист прав та інтересів споживачів і постійне підвищення відповідальності туристичних підприємств за якість туристичного продукту [29, с. 21].

За такого підходу особливого значення набуває загальна поінформованість туриста про всі умови майбутньої подорожі, наявність у туристичного підприємства стандартів і чітких правил оформлення та здійснення туру, обізнаність туриста про порядок можливих дій щодо подальшого захисту своїх прав і законних інтересів. Для цього у багатьох країнах розробляються докладні інструкції.

Наприклад, у Німеччині Міністерством юстиції затверджені «пам'ятки» для туристів, на кшталт «Повний перелік прав туриста під час подорожі». В таких документах детально розписані пояснення щодо розв'язання всіх суперечливих питань, які виникають в процесі туристичного обслуговування. У випадках одержання неякісного туристичного продукту або неналежного виконання окремих послуг, незадоволеному туристу за рішенням суду відшкодовується частина вартості туру [36, с. 146].

РОЗДІЛ 2. ЄДИНИЙ ПРАВОВИЙ ПРОСТІР СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

2.1. Міжнародне співробітництво у сфері туризму

Динамічність розвитку, урізноманітнення суспільних функцій та зростання ролі туризму як галузі господарства в умовах глобалізації потребують розробки питань узгодження туристської діяльності з природними, соціокультурними, еколого-економічними, інформаційно-технологічними можливостями як окремих країн і регіонів, так і світового господарства в цілому. Все це свідчить про те, що роль багатостороннього співробітництва набуває все більш актуального значення [21, с. 18].

Постійне розширення міжнародного туристичного обміну зумовило необхідність його міжнародно-правової регламентації та створення різних правових інститутів і міжнародних туристичних організацій. Огляд їх діяльності дозволить краще орієнтуватися у складній сфері туристичних взаємин [27, с. 255].

У межах своєї компетенції органи міжнародних організацій ухвалюють акти-рекомендації, які, хоча і не виступають імперативними джерелами міжнародного права, все ж створюють передумови для виникнення нових правових норм або слугують підтвердженням існування звичаїв.

Разом з тим, міжнародні організації можуть бути наділені повноваженнями ухвалювати рішення обов'язкового характеру, оскільки міжнародне право не містить положень, які перешкоджають державам надавати міжнародним організаціям право видавати обов'язкові для виконання директиви [35, с. 23].

У розвитку міжнародного співробітництва в сфері туризму значну роль відіграють багаточисельні міжнародні організації, що працюють на постійних засадах [21, с. 19].

Міжнародні туристичні організації створюються на засадах добровільного членства та роботи в них представників туристичної галузі різних держав.

Такі організації діють безперервно, відповідно до ухвалених статутів та зарекомендували себе за цей час, як ефективна форма міжнародної співпраці [8, с. 120].

Міжнародні туристичні організації науковці умовно поділяють на шість основних груп: світові загального характеру, світові галузевого характеру, регіональні загального характеру, регіональні галузевого характеру, спеціалізовані, особливі.

Світові організації загального характеру визначають пріоритетні напрями розвитку туризму, встановлюють важливі принципи туристичної діяльності, сприяють конструктивному, заснованому на взаєморозумінні та довірі, співробітництву країн у сфері туризму.

Особливе значення мають Організація Об'єднаних Націй (ООН) і її спеціалізовані установи, а також Всесвітня туристична організація (ЮНВТО).

ООН була створена у 1945 р., вона функціонує на підставі статуту, прийнятого в тому ж році країнами-учасницями конференції у Сан-Франциско (США). Саме в рамках ООН були розроблені та прийняті основні міжнародні конвенції з питань правового регулювання міжнародного туризму. ООН стала організатором ряду міжнародних семінарів та колоквіумів з питань підготовки фахівців для сфери туризму, розробки методики статистичного обліку міжнародного туризму.

Крім виконання багатьох функцій, ця найбільша міжнародна організація є координатором діяльності держав і національних адміністрацій у сфері туризму та міжнародних подорожей.

Однією з ефективних форм такої координації діяльності є проведення міжнародних конгресів і конференцій, на яких обговорюються та

ухвалюються документи, що містять різні рекомендації з міжнародного співробітництва у сфері туризму [35, с. 23-24].

Прийняті ООН резолюції містять положення щодо:

- спрощення туристичних формальностей;
- правового регулювання статусу іноземних туристів;
- забезпечення безпеки туристів та їх майна;
- технічного співробітництва у сфері міжнародного туризму [23, с.70].

Питання міжнародного правового механізму координації діяльності держав у галузі туризму відображаються в різних документах сесій Генеральної Асамблеї ООН. Але, правовим регулюванням світового туризму, а також вивченням національного туристичного законодавства держав займаються не тільки головні органи ООН, але й її допоміжні структури, у першу чергу економічні комісії ООН, які здійснюють роботу щодо вирішення проблем розвитку регіонального туризму [35, с. 24].

Велику роль у правовому регулюванні міжнародного туризму відіграє Економічна та Соціальна Рада ООН (ЕКОСОС), яка є ініціатором скликання у рамках ООН спеціальних міжнародних конференцій з розвитку туризму. Саме з ініціативи ЕКОСОС скликані Конференція ООН з митних формальностей у Нью-Йорку (1954 р.) та Конференція ООН з міжнародного туризму та подорожей у Римі (1963 р.) [23, с.70].

У рамках ЕКОСОС важливу роботу також виконує Статистична комісія. До сфери її діяльності входить прийняття резолюцій з питань стандартизації визначень і термінології (зокрема, термінів «тимчасовий відвідувач», «турист», «екскурсант»), а також вироблення єдиної методології статистики туризму. Статистичною комісією ЕКОСОС був розроблений і прийнятий проект основних принципів зі статистики міжнародного туризму.

Всесвітня туристична організація (ВТО), 13 грудня 2005 р. Генеральна асамблея ВТО затвердила нове скорочення своєї організації (ЮНВТО) -

провідна міжнародна організація у сфері туризму та подорожей. З 23 грудня 2003 р. Всесвітня туристична організація має статус спеціалізованої установи Організації Об'єднаних Націй відповідно до угоди, затвердженої 58-ю сесією Генеральної Асамблеї ООН.

ЮНВТО вирішує поставлені завдання в процесі співробітництва з іншими міжнародними організаціями, урядовими закладами країн-членів ЮНВТО, національними туристичними адміністраціями, встановлюючи нові контакти з урядовими, туристичними та іншими зацікавленими організаціями різних країн, а також приймаючи участь у міжнародних, регіональних і національних конференціях, форумах, нарадах, семінарах та проектах [35, с. 24-25].

Основна діяльність ЮНВТО зосереджена на таких напрямках як:

- зміцнення співпраці країн з метою розвитку туризму. Для цього ЮНВТО розробляє рекомендації й надає допомогу урядам країн з багатьох питань туризму, включаючи розробку проектів, техніко-економічних обґрунтувань, визначення потреб в інвестиціях, передачу технологій, а також маркетинг і просування туристського продукту;
- організація професійної підготовки у сфері туризму, створення базових навчальних структур, наприклад, курсів «навчання навчаючих», короткострокових і заочних курсів, а також мережі центрів ЮНВТО з професійної підготовки;
- сприяння забезпеченню сталого розвитку туризму й розв'язання проблем довкілля. З цією метою ЮНВТО бере участь у міжнародних форумах, присвячених охороні довкілля планети;
- підвищення якості туризму. ЮНВТО приділяє увагу питанням охорони здоров'я і безпеки туристів, усунення бар'єрів на шляху розвитку туризму, лібералізації туристського бізнесу;
- створення туристської статистики і дослідження ринку. ЮНВТО є основним центром зосередження (більш ніж з 180 країн і територій), аналізу

й розповсюдження даних про туризм. Для членів ЮНВТО й туристської індустрії випускається серія видань з питань міжнародного туризму;

- розвиток комунікацій і системи документації у сфері туризму. У ЮНВТО працює видавничий підрозділ, який одночасно є органом із зв'язків з пресою. У центрі документації ЮНВТО зберігається великий обсяг інформації з різних джерел щодо питань туризму.

У 1985 р. ЮНВТО були розроблені й прийняті такі важливі документи, як Хартія туризму і Кодекс туристів, які проголошують основні принципи туристського руху, закріплені в переліку прав і обов'язків туристів, виробників туристських послуг, державних адміністрацій і місцевого населення [21, с.20].

Із провідних світових організацій загального характеру слід також відзначити Всесвітню раду з подорожей та туризму (World Travel & Tourism Council - WTTC), Міжнародний туристичний альянс (International Touring Alliance - AIT), Міжнародну асоціацію наукових експертів з туризму (International Association of Scientific Experts in Tourism - AIAEST).

У сфері туристичного бізнесу та підприємництва діють такі організації, як Всесвітня федерація туристичних агентств (World Association of Travel Agencies - WATA) та Всесвітня федерація асоціацій туристичних агентств (United Federation of Travel Agents' Associations - UFTAA).

До світових туристичних організацій галузевого характеру належать Міжнародна асоціація повітряного транспорту (International Air Transport Association - IATA), Міжнародний союз автомобільного транспорту (International Road Transport Union - IRU), Міжнародний союз залізниць (International Union of Railways - IUR), Міжнародна готельна та ресторанна асоціація (International Hotel & Restaurant Association - IH&RA), Міжнародна рада круїзних компаній (International Council of Cruise Lines - ICCL).

Серед основних регіональних туристичних організацій загального характеру можна виділити Європейську туристичну комісію (European Travel Commission - ETC), Туристичну асоціацію країн Азії та Тихого океану

(Pacific Asia Tourism Association - PATA), Асоціацію туристичної індустрії Америки (Travel Industry Association of America - TIAA).

З регіональних туристичних організацій галузевого характеру найбільш відомими вважають Готельну і ресторанну асоціацію Азії та Австралії (Asia and Australia Hotel and Restaurant Association - AAHRA), Асоціацію європейських авіакомпаній (Association of European Airlines -AEA), Європейську федерацію конференц-центрів (European Federation of Conference Towns - EFCT).

В групу спеціалізованих міжнародних туристичних організацій входять заклади з регулювання різних видів туризму: соціального, молодіжного, ділового, екологічного та ін. До цієї групи належать, наприклад, Міжнародне бюро з соціального туризму (International Bureau of Social Tourism - BITS), Федерація міжнародних молодіжних туристичних організацій (Federation of International Youth Travel Organisations -FIYTO), Міжнародна асоціація ділового туризму (Global Business Travel Association - GBTA), Міжнародне співтовариство екологічного туризму (International Ecotourism Society - IES) [35, с. 25-26].

До групи особливих туристичних організацій належать заклади, що виконують специфічні функції: вони спеціалізуються, наприклад, на співробітництві у сфері туристичної інформації, професійної туристичної освіти, наукових дослідженнях тощо. Ця численна група включає, зокрема, Міжнародну федерацію інформаційних технологій та туризму (International Federation for Information Technology and Tourism - IFITT), Міжнародне співтовариство викладачів туристичних дисциплін (International Society of Travel and Tourism Educators - ISTTE), Асоціацію досліджень подорожей та туризму (Travel and Tourism Research Association - TTRA) [23, с.71].

Більшість країн, зацікавлених у розвитку власних туристських зв'язків, проявляють турботу щодо встановлення й розвитку широкого міжнародного співробітництва в галузі туризму.

За роки еволюції масового міжнародного туризму були розроблені й широко застосовуються різноманітні й ефективні форми співпраці в цій сфері.

Міжнародне співробітництво в сфері туризму розвивається в двох формах:

- 1) співробітництво на двосторонній основі;
- 2) співробітництво на багатосторонній основі.

Двостороннє співробітництво виникає тоді, коли дві сторони домовляються між собою щодо довгострокових дій відносно розвитку взаємних туристських зв'язків. Цілі, форми і методи співробітництва закріплюються в спеціальних договорах, які зазвичай мають назву міждержавних (міжурядових) угод про співпрацю в сфері туризму. Такі угоди являють собою найбільш доступну й ефективну форму міжнародного співробітництва, тому що для їх узгодження й реалізації не потрібно створювати якихось складних організаційних структур.

Тому практика двосторонніх угод широко застосовується багатьма країнами, зокрема й Україною. Нині наша країна уклала більше тридцяти двосторонніх міжнародних угод з країнами СНД, Західної Європи, Азії (Індією, Республікою Корея, Китаєм, В'єтнамом), Африкою (Єгиптом, Тунісом), Кубою, Ліваном, Сирією та Ізраїлем.

Практика підписання подібних міжнародних угод продовжується й сьогодні. Вивчається міжнародний прогресивний досвід щодо впровадження практики створення нормативно-правової бази туризму, організації функціонування високорентабельної туристської індустрії, державного регулювання та стимулювання галузі. Конкретні заходи цієї співпраці передбачають широку підтримку діяльності і співробітництва туристських організацій обох країн, спрощення (по можливості) прикордонних, митних та інших туристських формальностей і сприяння зростанню групових та індивідуальних подорожей між двома країнами. Значна увага звертається на

обмін туристською інформацією, надання допомоги в підготовці професійних кадрів для сфери туризму і координації співробітництва туристських адміністрацій в рамках ЮНВТО та інших міжнародних туристських організацій.

Контроль за виконанням таких угод, як правило, покладається на національні туристські адміністрації, делегації яких регулярно зустрічаються для підведення підсумків виконаної роботи і її планування на наступний період.

Багатостороннє співробітництво передбачає координацію спільних дій щодо розвитку міжнародного туризму між кількома країнами. Така співпраця здійснюється на основі регулярного скликання міжнародних нарад, форумів з питань туризму і подорожей, а також створення і роботи різних міжнародних туристських організацій [21, с. 21-22].

Багатостороннє співробітництво реалізується в формі широких міжнародних форумів з питань туризму. Для приклада можна навести Римську конвенцію ООН з міжнародного туризму і подорожей (1963 р.), Наряду з питань безпеки і співробітництва в Європі (Гельсінкі, 1975 р.), Всесвітню конференцію з туризму (Маніла, 1980 р.), Міжпарламентську конференцію з туризму (Гаага, 1989 р.) [21, с. 18].

Головним координатором багатостороннього співробітництва в сфері туризму виступає ООН. З перших днів створення ООН туризм став об'єктом прискіпливої уваги як цієї організації, так і багатьох її спеціалізованих установ. Особливо важливу роль у розвитку міжнародного туризму відіграла ціла низка документів ООН, перш за все це:

- Всезагальна декларація прав людини, що була прийнята у 1948 р., у 24-ій статті якої оголошується, що кожна людина має право на відпочинок і вільний час, включаючи розумне обмеження робочого часу й періодично оплачену відпустку;

- Міжнародний пакт про економічні, соціальні і культурні права, прийнятий у 1966 р., у 7-ій статті якого визначено, що держави

зобов'язуються забезпечувати кожній людині право на відпочинок, вільний час, розумне обмеження робочого часу й періодично оплачену відпустку;

- Міжнародний пакт про громадянські й політичні права, прийнятий у 1966 р., у статті 12-ій якого говориться, що кожна людина вільна залишати будь-яку країну, включаючи свою власну.

Головними установами ООН, що займаються питаннями міжнародного туризму є: Генеральна асамблея, Економічна і соціальна рада, Секретаріат.

Допоміжними установами по вирішенню цих питань є: регіональні економічні комісії для Європи, Азії, Африки, Америки, які також регулюють проблеми регіонального туризму.

Деякі питання туризму знаходяться в компетенції спеціалізованих установ, що входять в систему ООН. Найбільш активно займаються проблемами туризму:

- Організація ООН з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО), яка розробляє і здійснює проекти по збереженню світової культурно-історичної спадщини й розвитку туризму;

- Міжнародна організація праці (МОП), яка займається питаннями покращення умов праці, професійного навчання, соціального забезпечення, практики найму на роботу й взаєностосунків між службовцями й роботодавцями, в тому числі у сфері туризму.

- Продовольча і сільськогосподарська організація ООН (ФАО), яка надає допомогу туристським адміністраціям окремих країн з питань розробки проектів по використанню в туризмі лісів, рибних ресурсів, національних парків та інших природних об'єктів.

- Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ), яка регулює в сфері туризму міжнародні санітарні норми, спрямовані на боротьбу з розповсюдженням інфекційних захворювань і забезпечення максимуму безпеки у цьому відношенні для міжнародних туристів і подорожуючих.

Успішно діють також Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО), Міжнародний банк реконструкції і розвитку (МБРР), Конференція ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД) [21, с. 22-23].

Міжнародне співробітництво передбачає співпрацю та координацію дій з розвитку туристичної діяльності між кількома країнами. Формами такого співробітництва є міжнародні конференції, асамблеї, конгреси, форуми, наради та інші організаційні заходи.

Як правовий інститут міжнародні конференції мають багато спільного з міжнародними організаціями. Конференції скликаються з ініціативи однієї або кількох держав чи міжнародної організації. Скликанню конференції передують переговори, під час яких узгоджуються час і місце проведення, коло учасників, попередній порядок денний.

В залежності від мети проведення міжнародні конференції можна поділити на такі види:

- Конференції скликані винятково для розробки міжнародного договору. Такі конференції завершуються схваленням міжнародного договору або прийняттям резолюції про його відкритість до підписання. У цьому випадку юридична природа акта конференції має разовий характер, оскільки джерелом міжнародного права стає договір як підсумок дій суб'єктів міжнародного права з його розробки, підписання та надання обов'язкової чинності.

- Конференції присвячені контролю за станом виконання вже діючого міжнародного договору. У цьому випадку завдання конференції полягає у заслуховуванні інформації або звітів, внесенні змін або доповнень до міжнародного договору, підведенні підсумків та формулюванні рекомендацій державам, які беруть участь у міжнародному договорі.

- Конференції організовані для виявлення, розгляду, аналізу та вирішенню нових проблем. Результатом цього виду конференцій є прийняття підсумкового документа певного змісту, наприклад: рекомендації державам-

учасникам, розробка правил поведінки або діяльності, рекомендації щодо взаємовідносин окремих держав тощо [35, с. 26-27].

Юридична природа підсумкових актів міжнародних конференцій також різна. Акти міжнародних конференцій можуть:

- носити рекомендаційний характер для держав-учасниць (такі акти допомагають у процесі подальшої розробки міжнародних договорів, однак не є джерелами міжнародного права);
- свідчити про відкритість міжнародного договору до підписання (призначення такого акта розкривається лише у процедурному супроводі вступу міжнародного договору в силу);
- виступати самостійним джерелом міжнародного права [30, с. 376].

Велике значення в розвитку міжнародного співробітництва в сфері туризму мають міжнародні наради форуми, на яких збираються представники туристських адміністрацій багатьох країн. Найважливішу роль в процесі регулювання міжнародного туризму відіграли наступні конференції:

- 1963 р. у Римі (Італія) відбулася Конференція ООН з міжнародного туризму та подорожей;
- 1970 р. у Мехіко (Мексика) відбулася Генеральна Асамблея Міжнародного союзу офіційних туристичних організацій;
- 1980 р. у Манілі (Філіппіни) проведено Всесвітню конференцію WTO з міжнародного туризму;
- 1982 р. у Мексиці проведено Всесвітню нараду WTO з міжнародного туризму;
- 1985 р. Софії (Болгарія) була проведена шоста сесія Генеральної Асамблеї;
- 1989 р. у Гаазі (Нідерланди) проведено Міжнародна конференція з туризму, яка проводилась WTO і Міжпарламентською спілкою;
- 1991 р. у Буенос-Айресі (Аргентина) була проведена дев'ята сесія Генеральної Асамблеї WTO;

- 1995 р. у Естерсунді (Швеція) проведено Міжнародну конференцію з безпеки туризму та зменшення ризиків у подорожах;
- 1995 р. в Іспанії відбувся міжнародний форум з метою привернути увагу парламентів і місцевих органів влади до основних проблем туризму;
- 1997 р. у Манілі (Філіппіни) відбулася Всесвітня нарада керівників міжнародних туристичних організацій;
- 1999 р. у Сантьяго (Чилі) була проведена тринадцята сесія Генеральної Асамблеї ВТО;
- 2001 р. у Сеулі (Республіка Корея) та Осаці (Японія) була проведена чотирнадцята сесія Генеральної Асамблеї ВТО;
- 2002 р. у Квебеці (Канада) проведено Всесвітній саміт з екотуризму;
- 2003 р. у Пекіні (Китай) була проведена п'ятнадцята сесію Генеральної Асамблеї ВТО;
- 2005 р. у Дакарі (Сенегал) була проведена шістнадцята сесія Генеральної Асамблеї ЮНВТО;
- 2007 р. у Картахена де Індіас (Колумбія) була проведена сімнадцята сесія Генеральної Асамблеї ЮНВТО;
- 2009 р. у Астані (Казахстан) була проведена вісімнадцята сесія Генеральної Асамблеї ЮНВТО;
- 2011 р. у Кенджу (Республіка Корея) була проведена дев'ятнадцята сесія Генеральної Асамблеї ЮНВТО;
- 2013 р. у Лівінгстоні (Замбія) та Вікторія-Фолз (Зімбабве) була проведена двадцята сесія Генеральної Асамблеї ЮНВТО у Лівінгстоні (Замбія) та Вікторія-Фолз (Зімбабве) [35, с. 28-29].

2.2. Міжнародні акти, які регулюють туристичну діяльність

Як і будь-яка інша сфера господарської діяльності, індустрія туризму є дуже складною системою. Постійне розширення міжнародного туристичного обміну зумовило потребу його міжнародно-правової регламентації і створення спеціалізованих міжнародних туристичних організацій. Туристичні обміни пов'язані з перетинанням державних кордонів, а перебування туристів на території іноземної держави і переміщення по ній, що є метою єдиного підходу, повинні регулюватися міжнародним правом.

Припинення регулювання ринку з боку держави призвело до недобросовісної конкуренції, порушення прав споживачів, низького рівня розвитку в'їзного та внутрішнього туризму, різкого спаду соціального туризму [25, с. 73].

Сукупність принципів і норм, що регулюють діяльність держав у галузі туризму та міжнародних подорожей з метою задоволення великого кола культурних та духовних потреб людини, складає інститут міжнародного туристського права [31, с. 31].

Норми, що входять в даний інститут, забезпечують найбільш ефективне співробітництво держав у галузі туризму й закріплюють взаємну зацікавленість в їх розвитку учасників туристського обміну. У зв'язку з цим більшість норм міжнародного права в галузі туризму було прийнято на міжнародних конференціях та нарадах з туризму.

До важливих міжнародно-правових форм регулювання й координації діяльності держав у галузі туризму, вироблення та впровадження правил і принципів їхнього співробітництва, норм і стандартів міжнародної туристичної діяльності належать конференції ООН з туризму, форуми міжнародних туристичних організацій, конференції COT, а також

конференції, асамблеї, зустрічі, форуми, конгреси, семінари, які проводяться міжнародними організаціями [27, 219].

Інструментами регулювання міжнародної туристичної діяльності є правові акти й офіційні документи, спрямовані на установлення певного порядку, норм, правил, принципів і підходів у здійсненні туристичної діяльності. Вони слугують цілями інформації, орієнтації, просування та реалізації на практиці заявлених і проголошених ідей, принципів, концепцій і стратегій.

До таких інструментів відносяться міжнародні декларації, конвенції, резолюції, угоди, протоколи, рекомендації, прийняті на міжнародних конференціях і форумах.

Міжнародні декларації — це офіційні заяви міжнародних організацій учасників міжнародних конференцій, що проголошують основні принципи політики або програмні положення діяльності організацій у якій-небудь конкретній сфері міжнародних відносин, наприклад, у сфері туризму.

Міжнародні конвенції — це один з видів договорів. Вони установлюють взаємні права й обов'язки держав у певній галузі людської діяльності. Багато конвенцій розробляють і приймають спеціалізовані міжнародні організації.

Наприклад, міжнародні конвенції ООН з морського права кодифікують норми права у відповідній сфері [55, с. 87].

До основних інструментів регулювання міжнародної туристичної діяльності належать:

- Всесвітня декларація з прав людини (1948 р.) ;
- «Загальна резолюція з розвитку туризму» (1963 р.). Прийнята на конференції ООН з міжнародного туризму і подорожей (Рим);
- Міжнародний пакт з економічних, соціальних і культурних прав (1966 р.);
- Варшавська конвенція для уніфікації деяких правил, що стосуються міжнародних повітряних перевезень (1929 р.);

- Чиказька конвенція з міжнародної цивільної авіації (1944 р.),
Токійська, Гаазька, Монреальська конвенції з того самого питання;
- Конвенція з митного забезпечення туризму (1954 р.);
- Будапештська конвенція зі спрощення туристичних подорожей (1976 р.);
- Конвенція із захисту світової культурної і природної спадщини (1972 р.);
- Манільська декларація зі світового туризму (1980 р.);
- Документи Акапулько, прийняті на Всесвітній нараді з туризму при СОР (Мексика, 1982 р.);
- Софійська резолюція VI сесії Генеральної асамблеї СОР, що прийняла Туристичний білль з прав, Хартію туризму, Кодекс туриста (1985 р.);
- Гаазька декларація з туризму. Прийнята на міжнародній конференції з туризму, що проводилася СОР і Міжпарламентським союзом, є розвитком Хартії туризму (1989 р.);
- Конвенція з прав дитини (1990 р.);
- Буенос-Айреська резолюція IX сесії Генеральної асамблеї СОР із забезпечення туризму і безпеки туристів (1991 р.);
- Туристична декларація Світового туристичного форуму в Осаці і Всесвітньої конференції міністрів з туризму (1994 р.);
- Генеральна угода з торгівлі послугами (1994 р.);
- Каїрська резолюція XI сесії Генеральної асамблеї СОР щодо запобігання організованому секс-туризму (1995 р.);
- Стокгольмська декларація проти комерційної сексуальної експлуатації дітей (1996 р.);
- Манільська декларація із соціального впливу туризму (1997 р.);
- Всесвітній кодекс етики в туризмі (1999 р.).

Важливу роль у регулюванні міжнародного туризму відіграла Міжнародна дипломатична конференція ООН з митних формальностей, що відбулася в 1954 р. у Нью-Йорку. На ній було прийнято міжнародні

документи, що регламентують митні пільги туристів, зокрема Конвенцію про митні пільги для туристів.

У 1963 р. в Римі була проведена I Конференція ООН з туризму і подорожей. У її роботі взяли участь 87 держав — членів ООН, 5 спеціалізованих організацій ООН, 7 міжурядових і 14 неурядових міжнародних організацій, зацікавлених у розвитку міжнародного туризму.

У 1980 р. у м. Маніла (Філіппіни) відбулася Всесвітня конференція з туризму, яка мала на меті виявлення сучасної сутності туризму, визначення його ролі в динамічному світі, що змінюється, розгляд відповідальності держав за розвиток туризму. На конференції були розглянуті нові концепції туризму (насамперед як способу проведення відпусток і форми відпочинку, подорожей і переміщень осіб з будь-якими цілями, а не тільки як доходної галузі економіки), нові принципи й основні напрями його розвитку.

Конференція прийняла Манільську декларацію зі світового туризму. У ній туризм розуміється як важлива діяльність, що впливає на соціальне, культурне, освітнє й економічне життя держав і має гуманітарний характер. Особливе місце в Декларації приділяється розвитку внутрішнього, соціального й молодіжного туризму. Підкреслюється, що внутрішній туризм сприяє більш збалансованому стану національної економіки; соціальний туризм повинен бути суспільною метою в інтересах менш забезпечених громадян; молодіжний туризм потребує особливої уваги і надання цій категорії громадян найбільших можливостей і пільг.

У Декларації заявлено, що державам варто сприяти створенню поліпшених умов праці для туристичних кадрів, вивчати стримуючі фактори в розвитку туризму і вживати заходів щодо їх усунення. Визнано спрямовуючу і координуючу роль СОР в міжнародному туристичному співробітництві [27, 220-221].

У 1985 р. ЮНВТО були розроблені й прийняті такі важливі документи, як Хартія туризму і Кодекс туриста, які проголошують основні принципи

туристського руху, закріплені в переліку прав і обов'язків туристів, виробників туристичних послуг, державних адміністрацій і місцевого населення [21, с. 23].

Одним з важливих документів, які регламентують діяльність туризму, є Кодекс туриста. Відповідно до ст. XIII Кодексу, туристи мають право на вільний доступ усередині і за межами своїх країн до місць і окремих районів туристичного інтересу і з урахуванням існуючих правил та обмежень на вільне пересування в місцях транзиту й тимчасового перебування.

У цих же місцях туристи повинні мати право на:

- 1) об'єктивну, достовірну і вичерпну інформацію про умови й можливості своїх поїздок і перебування;
- 2) особисту безпеку і безпеку власного майна, а також на захист своїх прав як споживачів;
- 3) відповідну суспільну гігієну, ефективні заходи щодо запобігання інфекційним захворюванням і нещасним випадкам, а також на вільний доступ до служб охорони здоров'я;
- 4) вільний і швидкий зв'язок усередині країни, а також із закордоном;
- 5) адміністративні та юридичні гарантії, необхідні для захисту їхніх прав.

Крім того, на іноземних туристів покладаються й певні обов'язки. Так, згідно зі ст. XI Кодексу, туристи своїм поведінням зобов'язані сприяти взаєморозумінню і дружнім відносинам між людьми як на національному, так і на міжнародному рівні й у такий спосіб сприяти збереженню світу. У місцях транзиту й перебування, туристи зобов'язані поважати встановлений політичний, соціальний, моральний і релігійний порядок, а також дотримуватися чинних законів і правил [27, 224].

Серед структурних елементів світового ринку послуг важливе місце займає туризм як багатостороннє явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має невичерпний потенціал для постійного прогресу, тісно взаємодіє з багатьма галузями економіки, зумовлюючи своє

провідне місце у соціально-економічному житті країн і народів. Він є найдинамічнішою галуззю у світі, чинником економічного та культурного розвитку, захисту навколишнього середовища та історико-культурної спадщини, взаєморозуміння між народами, миру, дотримання прав людини та основних свобод без різниці у расі, статі, мові та релігії. Виконуючи значні функції на міжнародному рівні, туризм потребує, відповідно, наднаціонального регулювання [56, с. 17].

Особливе місце в системі міжнародного права в області туризму займають регіональні закони та нормативні акти: Шенгенські угоди «Про єдиний візовий Туристичний простір». Важливим інструментом регулювання міжнародного туризму останніх років виявилися «Рекомендації зі статистики туризму». У «Рекомендаціях» на основі Римської резолюції, Манільської і Гаазької декларацій сформовані концепції і визначені типи туризму; викладені основні туристські терміни і поняття; дані класифікація і визначення категорій мандрівників; сформульована мета туристських відвідувань. Ще один новий важливий інструмент регулювання туризму і туристської діяльності, про необхідність вироблення якого говорилося ще на Римській конференції 1963 р., — Всесвітній кодекс етики в туризмі [58, с. 345].

Кодекс прийнятий Генеральною асамблеєю СОТ 1 жовтня 1999 р. у м. Сантьяго (Чилі). У ньому висвітлюються такі питання, як внесок туризму у взаєморозуміння і повагу між народами і суспільствами; туризм як засіб індивідуальної і колективної реалізації, чинник стійкого розвитку; використання туризмом культурної спадщини і його внесок у збереження цієї спадщини; вигоди від розвитку туризму для приймаючих країн і співтовариств; зобов'язання акціонерів у туристському розвитку; право на подорожі і воля туристських переміщень; права працівників і підприємців у туристській індустрії. За цими питаннями представлені принципи Всесвітнього кодексу етики в туризмі, а також викладені гарантії виконання цих принципів. У 1975 р. було засновано Всесвітню організацію з туризму

(ВТО) зі штаб квартирою у Мадриді. Рішенням Генеральної асамблеї ООН їй було надано статус міжурядової організації, яка регулює питання відносин держав з приводу туризму та його розвитку. Експертами ВТО було запропоновано методологію поділу країн на такі, які є переважно джерелом походження туристичного попиту (країнами-постачальниками туристів), та такі, що більшою мірою є об'єктами туристичного інтересу (приймаючими країнами).

Перші — це, звичайно, країни з високим рівнем життя та прибутками (наприклад, США, Німеччина, Велика Британія, Швеція, Норвегія), а другі — країни, чия туристична привабливість перевищує статок населення (наприклад, Італія, Франція, Швейцарія, Греція, Туреччина, Кіпр, Єгипет, Таїланд, Туніс).

У 1985 р. ВТО розробила й ухвалила такі важливі документи, як Хартія туризму і Кодекс туриста, що проголошують основні принципи туристичного руху, закріплені в переліку прав і обов'язків туристів, виробників туристичних послуг, державних адміністрацій і місцевого населення [60, с 256].

Серед великого кола міжнародних нормативно-правових актів найбільш вагомими є:

- 1963 р. у Римі (Італія) Конференцією ООН з міжнародного туризму та подорожей схвалено «Загальну резолюцію з розвитку туризму», яка рекомендувала державам спростити встановлені туристичні формальності;

- 1970 р. у Мехіко (Мексика) на Генеральній Асамблеї Міжнародного союзу офіційних туристичних організацій прийнято рішення про створення Всесвітньої туристичної організації та затверджено її статут;

- 1980 р. у Манілі (Філіппіни) проведено Всесвітню конференцію ВТО з міжнародного туризму, результатом роботи якої стала «Манільська декларація зі світового туризму»;

- 1982 р. у Мексиці проведено Всесвітню нараду ВТО з міжнародного туризму, результатом роботи якої став «Документ Акапулько», який

затвердив концепцію та основні напрями подальшого співробітництва держав у сфері міжнародного туризму;

- 1985 р. на шостій сесії Генеральної Асамблеї ВТО у Софії (Болгарія) схвалено «Хартію туризму», складовою частиною якої став «Кодекс туриста»;

- 1989 р. у Гаазі (Нідерланди) прийнято «Гаазьку декларацію з туризму», в якій було відзначено місце туризму в соціально-економічному житті всіх країн та народів світу;

- 1991 р. на дев'ятій сесії Генеральної Асамблеї ВТО у Буенос-Айресі (Аргентина) прийнято «Резолюцію зі спрощення подорожей, безпеки та захисту туристів»;

- 1995 р. у Естерсунді (Швеція) проведено Міжнародну конференцію з безпеки туризму та зменшення ризиків у подорожах, підсумком якої стало вироблення державами взаємоприйнятних і погоджених варіантів вирішення цієї проблеми;

- 1997 р. на Всесвітній нараді керівників міжнародних туристичних організацій у Манілі (Філіппіни) прийнято «Манільську декларацію із соціального впливу туризму»;

- 1999 р. на тринадцятій сесії Генеральної Асамблеї ВТО у Сантьяго (Чилі) прийнято Глобальний етичний кодекс туризму;

- 2001 р. на чотирнадцятій сесії Генеральної Асамблеї ВТО у Сеулі (Республіка Корея) та Осаці (Японія) прийнято Сеульську декларацію «Мир і туризм» та Осацьку «Декларацію Тисячоліття». Ці документи підтвердили гасла Асамблеї: «До нового туризму - мир, стабільність і технологія» та «Туризм - інструмент миру і діалогу між цивілізаціями»;

- 2002 р. у Квебеці (Канада) проведено Всесвітній саміт з екотуризму, в результаті роботи якого було прийнято «Квебецьку декларацію з екотуризму», що містить спеціальні рекомендації з управління екотуризмом;

- 2003 р. на п'ятнадцятій сесії Генеральної Асамблеї ВТО у Пекіні (Китай) відбулося перетворення ВТО у спеціалізований орган ООН, що

забезпечило можливість членам даної організації брати участь у роботі головних комітетів та інших органів Генеральної Асамблеї ООН, конференціях і нарадах ООН з питань, що знаходяться у компетенції ВТО;

- 2005 р. на шістнадцятій сесії Генеральної Асамблеї ЮНВТО у Дакарі (Сенегал) прийнято «Резолюцію співробітництва ЮНВТО із системою ООН» з наступними розділами:

а) участь у координаційних механізмах системи ООН;

б) прийняття Конвенції про привілеї та імунітети спеціалізованих установ;

- 2007 р. на сімнадцятій сесії Генеральної Асамблеї ЮНВТО у Картахена де Індіас (Колумбія) визначено стан та перспективи розвитку світової туристичної індустрії, підсумки співробітництва з ООН, а також проблеми глобальної зміни клімату;

- 2009 р. на вісімнадцятій сесії Генеральної Асамблеї ЮНВТО у Астані (Казахстан) прийнято резолюцію, що рекомендувала державам спростити візові режими та знизити податки в туристичній галузі;

- 2011 р. на дев'ятнадцятій сесії Генеральної Асамблеї ЮНВТО у Кенджу (Республіка Корея) проведено спеціальну зустріч з питань розвитку туристичного потенціалу країн-учасниць проекту «Шовковий шлях». Цілями Асамблеї визначено - розвиток туризму, зростання економіки, сприяння міжнародному взаєморозумінню та підтримка миру на планеті;

- 2013 р. на двадцятій сесії Генеральної Асамблеї ЮНВТО у Лівінгстоні (Замбія) та Вікторія-Фолз (Зімбабве) обрано Генерального секретаря ЮНВТО на період 2014-2017 рр. У ході засідань обговорені програма роботи та бюджет на 2014-2015 рр., проведено вибори нових членів Виконавчої Ради ЮНВТО [35, с. 28-29].

Найбільш важливими нормативно-правовими актами є:

1. Манільська декларація з мирового туризму (1980 р.) У цій декларації зазначалось, що туризм виступає у якості позитивного й постійного фактора, що сприяє взаємному пізнанню та розумінню, а також

підставою для високого рівня поваги та розуміння між народами світу. Було зроблено загальний висновок про те, що туризм є істотним фактором світового економічного розвитку [57, с. 72].

2. Документ Акапулько (1982 р.) визначив першочергові завдання щодо подальшого втілення у життя рекомендацій ВТО відносно розвитку сфери туризму. Для цього пропонувалося здійснювати такі заходи як:

- спрощення формальностей, пов'язаних з подорожами;
- спрощення виїзду й в'їзду за межі території;
- митних формальностей;
- медичних правил;
- поліпшення умов перевезення (повітряних, залізничних, морських, автошляхових);
- розробка пільгових тарифів для деяких категорій туристів (молоді, пенсіонерів, інвалідів та ін.);
- охорона навколишнього середовища, історичної та культурної спадщини держави [57, с. 73].

3. Хартія туризму (1985 р.) підкреслила право кожної людини на відпочинок і дозвілля і вказала на обов'язки держав щодо сприяння цьому:

- розробка і проведення політики, спрямованої на забезпечення гармонійного розвитку внутрішнього й міжнародного туризму;
- сприяння організації відпочинку на користь усіх, хто ним користується.

У цьому документі було сформульовано рекомендації щодо проведення комплексних заходів, направлених на виконання вказаних завдань.

4. Кодекс туриста (1985 р.) визначив загальні права й обов'язки туриста в державі, яку він відвідує.

До таких прав було віднесено:

- право на об'єктивну, вичерпну й достовірну інформацію про умови та можливості перебування в державі;
- право на особисту безпеку та безпеку майна;

- право на гідну громадську гігієну.

До обов'язків можна віднести:

- вимогу своєю поведінкою сприяти взаєморозумінню та дружнім стосункам між людьми;
- обов'язок поважати встановлений політичний, соціальний, моральний, релігійний порядок у країні перебування [57, с. 74].

5. Гаазька декларація з туризму (1989 р.) уточнила місце туризму в соціально-економічному становищі держави й сформулювала принципи, якими повинні керуватися держави при співробітництві у сфері туризму [31, с. 32-33].

2.3. Законодавче забезпечення туристичної діяльності за кордоном

Організація державного регулювання туристичною галуззю здійснюється, як правило, через спеціальний адміністративний орган — Національну туристичну адміністрацію (НТА), роль якої в різних державах неоднакова. Темпи розвитку туризму зазвичай тісною мірою залежать від позиції НТА в структурі органів державної влади й ступеня втручання держави в просування туристичного продукту [59, с. 284].

Державне регулювання туристичної галузі реалізовується у наступних формах:

- нормативно-правове регулювання;
- стандартизація та сертифікація туристичної діяльності;
- ліцензування.

Правове регулювання розвитку міжнародної туристичної діяльності у різних країнах. У творенні туристичного законодавства провідну роль відіграють парламентські структури, туристична адміністрація може виступити із законодавчою ініціативою. Туристична діяльність регламентується як прямо, так і опосередковано.

У першому випадку йдеться про створення спеціального туристичного законодавства, у другому — туристичне законодавство включається в блок законодавчих актів, які стосуються як туризму, так і інших галузей економіки.

В останньому випадку національна туристична адміністрація повинна відстоювати інтереси туристичного сектору, доводячи рівне значення туристичних проблем і проблем, які постають в інших секторах економіки.

Головні завдання, які стоять перед країнами у сфері туристичного законодавства, — визначення сфери діяльності, що підлягає регламентації, і відпрацювання юридичних механізмів впливу на неї [61, с. 55].

Виходячи зі світової практики, туристичне законодавство регламентує наступні аспекти діяльності:

- роботу об'єктів туристичної індустрії, передусім засобів розміщення;
- професійну діяльність у туризмі (туристичні професії), умови, за яких стає можливим професійне заняття туристичною діяльністю;
- права та обов'язки учасників туристичної діяльності, заходи щодо захисту прав споживача в туризмі;
- допомогу туризму з боку держави.

За даними ЮНВТО, законодавчі акти з регулювання туристичної діяльності вже прийняті в 120 країнах світу. Вони спрямовані на визначення державних завдань у сфері туризму, засобів їх досягнення, упорядкування туристичних формальностей, зменшення ризиків під час подорожей, інтенсифікацію розвитку туристичної індустрії, регулювання відносин між виробниками і споживачами туристичних послуг, а також на інші цілі та завдання, розв'язання яких неможливе без існування спеціального законодавчого акта про туризм [16, с. 210].

Розглянемо способи регламентації основних сфер діяльності в туризмі на основі аналізу законодавчих актів провідних туристичних країн:

Іспанія. Основними в іспанському законодавстві з туризму є Закон від 8 липня 1963 р. № 48/63 про компетенцію в сфері туризму й королівський Указ від 14 січня 1965 р. № 231/65, який регламентує діяльність приватних туристичних підприємств. Ці законодавчі акти визнають права з регламентації туристичної діяльності винятково за центральними органами.

Чинними є королівські укази про передання повноважень від центральних органів управління органам управління автономних співтовариств, у компетенцію яких входить, крім іншого, сертифікація туристичних об'єктів.

Чинність Указу від 14 січня 1965 р. поширюється як на готелі, кемпінги, апартamenti, тур агентства й інформаційні агентства, котрі працюють із туристичною інформацією, так і на ресторани, для яких,

відповідно до цього Указу, визначаються умови роботи, а також права та обов'язки власника й клієнтів.

Указ від 1 березня 1991 р. № 279/91 визначає норми протипожежної безпеки в громадських місцях. Указом від 15 червня 1983 р. № 1634/83 окреслені мінімальні вимоги до класності готелів, апартготелів і мотелів. Два перших типи закладів поділяють на п'ять категорій (від 1-ї до 5-ти зірок), мотелі мають тільки одну категорію (одну зірку).

Указом від 27 липня 1983 р. № 2288/83 для готелів встановлений стандарт «готель високого рівня обслуговування».

В Указі від 28 липня 1966 р. міститься визначення поняття «туристичний кемпінг» і встановлені чотири категорії кемпінгів (від 1-ї до 3-х зірок і 8-ми зірок «люкс»). У цьому ж Указі визначені умови відкриття й експлуатації подібних типів засобів розміщення.

Указ від 17 січня 1967 р. стосується апартаментів і бунгало, а Указом від 28 жовтня 1968 р. регламентуються умови експлуатації туристичних сіл.

Франція. Указом від 14 лютого 1985 р. № 85/249 створена Комісія при Міністерстві туризму, висновок якої є обов'язковим для присвоєння розряду засобам розміщення й ресторанам.

Указом від 14 лютого 1986 р. скасовано попередній Указ від 16 грудня 1964 р. і визначені норми та процедура класифікації готелів і туристичних резиденцій. Відповідно до цього Указу, всі готелі поділяють на шість категорій (без зірок, від 1-ї до 4-х зірок і 4 зірки «люкс»), а туристичні резиденції мають чотири категорії (від 1-ї до 4-х зірок). Клас готелю або резиденції треба обов'язково вказувати у його рекламі.

Указом від 29 квітня 1963 р. закріплені норми класифікації ресторанів, а Указом від 8 жовтня 1965 р. ресторанам присвоєно п'ять категорій (від 1-ї до 5-ти зірок «люкс»).

Сучасне законодавство стосовно кемпінгів і караванінгів, початок якому покладено Указом від 7 лютого 1959 р., базується на Кодексі міського устрою й Указі від 11 січня 1993 р. № 93-39 про кемпінги.

Ділянки, призначені під кемпінги й караванінги, поділяють на чотири категорії, які позначають зірками: чим їх більше, тим вищий клас кемпінгу.

Угорщина. Основним документом, який регламентує туристичну діяльність, є Постанова від 17 жовтня 1979 р. № 18/1979 про класифікацію недержавних засобів розміщення. Постановами від 1 грудня 1933 р. № 3/1983 і від 1 лютого 1986 р. № 2/1986 до неї внесені зміни й доповнення. Постанова № 18/1979 регламентує діяльність усіх туристичних засобів розміщення. Згідно з цією Постановою, існують:

- п'ять категорій готелів (від 1-ї до 5-ти зірок);
- чотири категорії кемпінгів (від 1-ї до 4-х зірок),
- чотири категорії бунгало (з 1 -го по 4-й клас);
- дві категорії туристичних притулків (А і В);
- три категорії апартаментів (з 1 -го по 3-й клас).

Усі засоби розміщення повинні пройти сертифікацію. Власники засобів розміщення й ресторанів зобов'язані інформувати клієнтів про ціни, розряд закладу, адреси вищих інстанцій, а також надавати клієнтам книгу скарг.

Марокко. Країна з великим туристичним потенціалом і розвиненим законодавством у цій сфері. Туризмом опікується Міністерство з туризму, яке має право законодавчої ініціативи.

Указом від 16 лютого 1982 р. № 2.81.471 у країні затверджена сертифікація туристичних закладів. Рішення з цього питання ухвалюється на державному рівні тільки після схвалення спеціальним консультативним органом — Національною атестаційною комісією.

Туристичні заклади поділяють на наступні категорії:

- готелі (від 1 -ї до 5-ти зірок і 5 зірок «люкс»);
- мотелі й будинки для приїжджих (1 -ша і 2-га категорії);
- туристичні резиденції й туристичні села (з 1-ї по 3-тю категорії);
- пансіони (одна категорія);
- кемпінги й караванінги (1-ша, 2-га й міжнародні категорії);
- ресторани (1 -3 фуршети й фуршет-«люкс»).

Постановою від 25 листопада 1985 р. № 899.85 встановлені норми, які відповідають тому чи іншому розряду туристичних закладів.

При присвоєнні категорії враховуються рівень комфорту, якісні характеристики закладу і його оснащення, кваліфікація персоналу, наявність кондиціонерів тощо.

Португалія. Правила ведення готельного й близького до нього бізнесу визначені Постановою від 30 вересня 1986 р. № 328/86. У ній зафіксовані мінімальні норми, яких повинні дотримуватися засоби розміщення кожної з визначених категорій.

Готелі поділені на вісім категорій: готелі, пансіони, пусадас (малі готелі, які перебувають у власності держави й мають спеціальне управління), малі готелі, мотелі, апартогтелі, туристичні села й будинки для приїжджих. Споріднена сфера представлена ресторанами, барами й дискотеками.

Усі питання, пов'язані з відкриттям, класифікацією й контролем функціонування засобів розміщення (включаючи приватні квартири й кімнати, які призначаються для туристичних цілей), вирішує Головне управління з туризму.

Швейцарія. У цій країні немає законодавчих актів, які б регламентували роботу засобів розміщення. Цю ділянку туристичного сектору контролюють відповідні професійні асоціації. Швейцарська асоціація власників готелів (SSH) 1979 р. створила власну систему сертифікації за «зірковим» принципом.

Процедура присвоєння готелю категорії повторюється кожні п'ять років. Готелі поділяють на шість категорій — від 0 до 5-ти зірок: готель, комфортабельний готель, готель середнього класу, готель поліпшеного середнього класу, готель першого класу, готель класу «люкс». Вимоги до готелів змінюються залежно від класу й основного призначення: готель для відпочинку, бізнес-готель, готель для транзитних пасажирів, готель-санаторій на термальних джерелах, готель без пансіону [62, с. 78-80].

Основні важелі державного регулювання туристичної діяльності — створення особливого правового поля, в якому формуються умови, що забезпечують цивілізований розвиток основних сфер, пов'язаних із функціонуванням туристичного комплексу.

Сертифікація і стандартизація. Сертифікація послуг проводиться з метою захисту прав і законних інтересів громадян — споживачів цих послуг. Сертифікації в туризмі підлягають або туристичні послуги, або послуги готелів (як у більшості європейських країн).

Законодавством різних країн передбачені два види сертифікації: обов'язкова та добровільна.

Обов'язкова сертифікація звичайно запроваджується там, де немає чітких механізмів саморегулювання, які працюють за наявності потужних професійних об'єднань, які надають діям своїх членів цивілізованої ринкової форми. Там, де такі об'єднання існують, наприклад, у Швейцарії, обов'язкова сертифікація поступається місцем добровільній — ініційованій виробником послуги процедурі підтвердження відповідності рівня якості послуг, які надаються, вимогам стандартів обслуговування й іншим нормативним документам, що визначають рівень якості послуг подібного роду. За підсумками сертифікації видається документ, який слугує письмовим підтвердженням того факту, що послуга, яка сертифікується, відповідає встановленим вимогам.

Стандартизація — діяльність, спрямована на досягнення та встановлення прогресивних норм і вимог шляхом створення нормативно-технічної документації на виробництво та застосування різних видів продукції, а також надання послуг. Інакше кажучи, стандартизація передбачає узгодження об'єкта стандартизації з вимогами, встановленими до об'єктів подібного роду. Цей процес поширюється не тільки на матеріальні, а й на нематеріальні об'єкти, зокрема на туристичні й готельні послуги.

Розробляючи стандарти й контролюючи відповідність підприємств туристичної сфери встановленим нормативам, держава здійснює

регулювання туристичної діяльності, гарантуючи якість і безпеку обслуговування клієнтів на об'єктах туристичної інфраструктури [70, с. 150].

Ліцензування — це найбільш оперативна форма державного регулювання завдяки спрощеному (порівняно з сертифікацією чи стандартизацією) процесу одержання дозволу. Ліцензія — це дозвіл (документ визначеної форми), виданий державними органами фізичним і юридичним особам на певний вид діяльності.

Законодавча база ліцензування туристичної діяльності в деяких країнах:

Іспанія. Тур агентство повинно мати ліцензію на право заняття туристичною діяльністю, видану туристичною адміністрацією.

Тур агентства поділяють на три категорії:

1) «майориста» — туроператори. Виробляють тур продукт і формують пакет тур послуг для подальшого його передання агентствам «мінориста», але не безпосередньо туристам;

2) «мінориста» — дистриб'ютори. Займаються комерціалізацією продукту, виробленого агентствами першої категорії, пропонуючи його безпосередньо клієнтові (туристові), а також організують і (або) продають різного роду тур послуги прямо туристові, але не іншому агентству;

3) «майориста-мінориста» — агентства, які можуть одночасно займатися діяльністю, передбаченою для кожної з перших двох груп.

Заявка на одержання ліцензії повинна підтверджуватися:

- статутними документами тур агентства;
- довідками з фінансових органів про статутний капітал агентства;
- гарантійним депозитом встановленого розміру;
- страховим полісом;
- копіями договорів про оренду приміщення під офіс;
- договором з особою, яка буде очолювати агентство;
- бізнес-планом діяльності агентства.

Закордонне агентство подорожей також може одержати ліцензію, щоб діяти через іспанські тур фірми, укладаючи з ними контракти на надання послуг.

Франція. Умови, на яких у цій країні дозволено провадити діяльність, пов'язану з організацією й продажем подорожей і перебування, визначені Законом від 13 липня 1992 р. У цьому Законі розглядаються три типи операцій з організації або продажу тур продукту:

- 1) організація й продаж колективних або індивідуальних турів і перебування;
- 2) продаж послуг, які можуть бути надані під час поїздки чи перебування, а саме: послуг засобів транспорту, засобів розміщення, харчування;
- 3) продаж послуг, пов'язаних із прийомом туристів, зокрема з організацією відвідувань музеїв чи історичних пам'яток.

Провадити таку діяльність з метою отримання прибутку можуть тільки юридичні або фізичні особи, які мають комерційний статус і ліцензію на тур агентську діяльність.

Передбачається, що організації, які одержують ліцензію на туристичну діяльність, займаються лише нею (за небагатьма винятками). Ліцензія на тур агентську діяльність видається фізичним і юридичним особам, якщо вони або їхні представники відповідають таким вимогам:

- мають свідоцтво, яке підтверджує їхню професійну підготовку;
- не підпадають під дію будь-яких заборон чи обмежень;
- мають достатні гарантії фінансової стабільності;
- мають банківську гарантію, здатну покрити видатки, пов'язані з настанням обставин професійного чи цивільного характеру, які тягнуть за собою фінансову відповідальність агентства;
- мають власний офіс.

Чинне законодавство усунуло перешкоди на шляху розвитку підприємств туризму, яким раніше заборонялося займатися іншою

діяльністю. Після 1992 р. особи, які надають послуги засобів розміщення, транспорту, розваг тощо, одержали можливість займатися тур агентською діяльністю у формі, передбаченій законом за дотримання низки умов:

- ця діяльність буде неосновною;
- існують необхідні фінансові гарантії;
- є страхове покриття у разі штрафних санкцій до особи, яка надає послуги, у разі недотримання нею норм цивільного законодавства.

Суспільні асоціації та організації можуть надавати туристичні послуги тільки своїм членам, а іншим особам — лише на підставі спеціального дозволу, який видається на умовах, близьких до вимог, які висуваються при видачі ліцензій.

Угорщина. Туристична діяльність протягом багатьох років залишалася монополією держави. 1968 р. почався період реформ, які були спрямовані на впровадження в економіку країни елементів ринку. Тоді ж були створені нові тур агентства, а незабаром постала потреба в розробці нового законодавства, яке б урахувало ринкову специфіку.

У 1978 р. уряд видав Постанову № 11/1978, якою у туристичній діяльності запроваджувалося використання контракту. Зі зміною політичної орієнтації після 1990 р. у країні почався потужний процес, який можна назвати дерегламентацією, — скасовувалися чинні раніше закони.

Так було скасоване положення, яке зобов'язувало агентства одержувати дозвіл на туристичну діяльність, і кількість туристичних агентств значно зросла: з 30 до 5000. Цей процес супроводжувався численними порушеннями й зловживаннями, що спонукало Міністерство торгівлі й промисловості виступити із законодавчою ініціативою.

13 січня 1992 р. була прийнята Постанова № 2/1992, яка визначає умови провадження туристичної діяльності та організації поїздок. Відповідно до цієї постанови, було розмежовано посередницьку діяльність (тур агенти) і діяльність з організації поїздок (туроператори). Кожен із цих видів діяльності вимагає ліцензії, яку надає Національна туристична адміністрація. Звернення

з проханням про надання ліцензії потрібно подавати разом із документами, що підтверджують:

- професійну придатність кандидата;
- наявність у нього офісу;
- фінансові гарантії (відкриття спеціального рахунку, який призначається для покриття фінансових зобов'язань) або банківську гарантію. Останнє положення поширюється тільки на агентства, які займаються внутрішнім туризмом.

Марокко. В Указі від 8 жовтня 1977 р. № 1-76-395 подано визначення поняття «тур агентство» — це будь-яка фізична чи юридична особа, яка на комерційній основі провадить діяльність, спрямовану винятково на надання наступних послуг:

- 1) розміщення, харчування, транспорту, замовлення машин;
- 2) організацію індивідуальних або групових турів як самостійно, так і на комісійних засадах, а також на продаж чи поставку відповідних послуг;
- 3) організацію відвідувань міст, населених пунктів і пам'ятників;
- 4) організацію будь-якої іншої діяльності — полювання, рибальства, культурно-масових заходів, конгресів — якщо вона є доповненням до основної діяльності, передбаченої в попередніх пунктах.

Проводити турагентську діяльність можна за наявності відповідної ліцензії. Законом передбачені два типи ліцензії:

- 1) ліцензію типу «А» зобов'язані одержати особи, які бажають провадити один із видів діяльності, перелічених у пунктах 1, 2, або всі ці види діяльності;
- 2) ліцензію типу «В» зобов'язані одержати особи, які бажають надавати послуги, перелічені в пункті 1. Ліцензії видає міністр туризму після того, як Технічний консультативний комітет туристичних агентств ухвалить позитивне рішення з цього питання. Кандидати на одержання ліцензії повинні мати:

- необхідну матеріальну базу, яка дає змогу виконувати функції, пов'язані з тур агентською діяльністю;
- достатні фінансові засоби;
- рахунок на покриття можливих витрат;
- марокканське громадянство й вік понад 21 рік;
- відповідну професійну підготовку.

Крім того, ці кандидати не повинні бути оголошені банкрутами й мати судимість. Доповнення до цього Указу визначають процедуру розгляду звернень з проханням про надання ліцензії, розмір ліцензійного збору, склад і порядок роботи Технічного консультативного комітету.

Португалія. Базовим документом, який регламентує діяльність туристичних агентств, є Постанова від 3 вересня 1986 р. № 264/86 з внесеними змінами та доповненнями. Постановою від 19 березня 1987 р. № 22/87 доповненнями, які стосуються насамперед організації групових поїздок.

Для одержання ліцензії туристичне підприємство повинне відповідати таким вимогам:

- підтвердити наявність мінімального необхідного капіталу;
- підтвердити професійність пропонованих послуг;
- керівником туристичного підприємства повинен бути директор, який має професійну освіту;
- туристичне підприємство повинне мати страховий рахунок, який гарантує виплату можливих штрафних сум.

Швейцарія. Ця країна не має законодавства, яке регулює туристичну діяльність. Існує лише Закон про продаж турів, який набув чинності у липні 1994 р. і враховує директиви ЄС із цього питання. Відповідно до практики, професіонали об'єднуються в асоціації, які контролюють туристичну діяльність, заповнюючи у такий спосіб прогалини законодавства. Швейцарська федерація туристичних агентств створила гарантійний фонд, у який можуть за бажанням вступати туристичні агентства. Директива ЄС від

13 червня 1990 р. № 90/314/СЕК покликана гармонізувати законодавчі й нормативні акти держав-членів ЄС у сфері, яка стосується організації й продажу турів для подорожі й відпочинку в складі комплексного туристичного продукту [63, с. 185-188].

РОЗДІЛ 3 ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ ДО СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

3.1. Законодавче та правове забезпечення туристичної діяльності в Україні

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 і діяльності людини. Прийнятий 15 вересня 1995 року Верховною Радою України Закон «Про туризм» констатує: «Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки і створює сприятливі умови для туристичної діяльності» [65].

Що особливо важливо, це визначення повністю відповідає рекомендаціям Гаазької міжпарламентської конференції з туризму 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».

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.

Потрібно визнати, що реалізація цих рекомендацій повільно, але розпочинається і в Україні. Зроблено перші реальні кроки на шляху законодавчого забезпечення та комплексного планування розвитку туристичної галузі [71, с. 4].

Так, правову базу діяльності туристичної галузі країни закладено Законом України «Про туризм». Він є основоположним законодавчим актом, що визначає загальні правові, організаційні, виховні та соціально-економічні засади реалізації державної політики в галузі туризму, всебічно регламентує туристичну діяльність в Україні, створює умови для стимулювання ділової активності суб'єктів туристичного підприємництва, забезпечує 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 [65].

Про вагомість туризму, та його впливу на розвиток життя країни свідчать Укази Президента України від 02.03.2001 року «Про підтримку розвитку туризму в Україні» [66] та від 14.12.2001 року «Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у галузі туризму» [67].

В цілому ж державна політика в галузі туризму визначається Верховною Радою України. Згідно із Законом України «Про туризм» основними напрямками державної політики в цій сфері є:

- залучення громадян до раціонального використання вільного часу, проведення змістовного дозвілля, ознайомлення з історико-культурною спадщиною, природним середовищем, організація оздоровлення населення;
- забезпечення раціонального використання та збереження туристичних ресурсів, становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, створення ефективної системи туристичної діяльності для забезпечення потреб внутрішнього та іноземного туризму;
- створення та вдосконалення нормативно-правової бази в галузі туризму відповідно до чинного законодавства України, міжнародних норм і правил;
- захист прав та інтересів держави в галузі туризму;
- створення сприятливого для розвитку туризму податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів контролю;
- створення економічних умов, які стимулюють розвиток туризму;
- запровадження пільгових умов для організації туристичної та екскурсійної роботи серед дітей, підлітків, молоді, інвалідів та малозабезпечених верств населення;
- заохочення національних та іноземних інвестицій в розвиток туристичної індустрії;
- встановлення порядку стандартизації, сертифікації та ліцензування в галузі туризму;
- впровадження системи статистичної звітності суб'єктів туристичної діяльності;
- визначення порядку управління державною власністю в галузі туризму;
- створення рівних можливостей на ринку туристичних послуг для суб'єктів підприємництва незалежно від форм власності, сприяння розвитку конкуренції, забезпечення дотримання у цій галузі антимонопольного законодавства;
- забезпечення безпеки туристів, захист їх прав, інтересів та майна;

- підтримка розвитку туризму в регіонах, визначення статусу окремих туристичних центрів, створення умов для пріоритетного розвитку туристичної індустрії;
- організація та розвиток системи наукового забезпечення галузі туризму, підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів;
- розвиток співробітництва із зарубіжними країнами та міжнародними організаціями, участь у міжнародних програмах розвитку туризму, розробка та укладання міжнародних двосторонніх і багатосторонніх договорів у галузі туризму та визначення механізму їх реалізації.

Закон України «Про туризм» констатує, що центральним органом державної виконавчої влади в галузі туризму є Державний комітет України по туризму, повноваження якого визначаються цим законом та положенням, що затверджується Кабінетом Міністрів України. Але у зв'язку з неодноразовою реорганізацією структурних підрозділів уряду, Державний комітет України по туризму було реформовано, спочатку у Державний комітет молодіжної політики, спорту і туризму шляхом об'єднання з іншими комітетами, а з 2002 року створено Державну туристичну адміністрацію України, яка є правонаступником вищевказаних формувань, реалізує державну політику в галузі туризму і несе відповідальність за подальший його розвиток [65].

Орган державної виконавчої влади в галузі туризму бере участь у підготовці проектів законодавчих та інших нормативних актів з питань туризму. В межах своїх повноважень він розробляє і затверджує нормативні акти, узагальнює практику застосування законодавства та вносить пропозиції щодо його вдосконалення:

- визначає перспективи та напрями розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, його матеріально-технічної та соціальної бази, забезпечує їх виконання;

- координує діяльність міністерств і відомств, туристичних підприємств та організацій незалежно від форм власності у питаннях, пов'язаних з прийомом та обслуговуванням туристів в Україні та організацією туристичних поїздок за кордон;
- організовує інформаційну, рекламну та видавничу діяльність з питань туристичної діяльності;
- сприяє розвитку конкуренції на ринку туристичних послуг, створює рівні можливості на ньому для всіх суб'єктів підприємництва незалежно від форм власності;
- здійснює ліцензування (позбавляє ліцензій) діяльності суб'єктів підприємництва незалежно від форм власності, що надають туристичні послуги. Разом із Державним комітетом України по стандартизації, метрології та сертифікації встановлює державні стандарти у сфері туристичних послуг, проводить сертифікацію та атестацію туристичних підприємств, контролює виконання ними умов та правил прийому і обслуговування туристів;
- організує підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації туристичних кадрів, проведення науково-дослідних робіт у галузі туризму;
- бере участь у зовнішньоекономічній діяльності в галузі туризму, представляє інтереси України з питань туризму в інших країнах та міжнародних організаціях, укладає відповідно до чинного законодавства міжнародні угоди, відкриває туристичні представництва за кордоном [27, с. 245].

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 з центральним органом державної виконавчої влади в галузі туризму.

Нормативно-правова база туристичної діяльності регулюється як спеціальним, так і загальним законодавством [68, с 125].

До норм загального законодавства належать:

- Конституція України, якою закріплені основні права і свободи людини, їх гарантії [69];
- Закони України – «Про захист прав споживачів», що є основою державного регулювання безпеки товарів і послуг з метою захисту людини, її майнового та природного середовища [72]; «Про порядок виїзду із України і в'їзду в Україну громадян України» [73]; «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» [74]; «Про страхування»; «Про рекламу»; «Про державний кордон України» [75]; «Про охорону навколишнього природного середовища»; «Про правовий статус іноземців»; «Про підприємництво»; «Про підприємства в Україні» [76]; «Про охорону культурної спадщини» тощо.

Правове забезпечення підприємницької діяльності, в тому числі туристичної, гарантується насамперед Законом України «Про підприємництво», ухваленим Верховною Радою України в 1991 році. Ключовими його розділами є:

- загальні положення щодо підприємництва (суб'єкти, свобода, обмеження, принципи та організаційні форми);
- умови здійснення підприємництва (державна реєстрація, право наймання працівників і соціальні гарантії, відповідальність суб'єктів, припинення діяльності);
- стосунки підприємця і держави (гарантії прав, державні підтримка та регулювання, діяльність іноземних підприємств, міжнародні договори).

З великої кількості юридичних актів, які регулюють всі напрямки діяльності туристичного підприємства, визначальними є також Закон України «Про підприємства в Україні», статут підприємства, а також

узгоджений з 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.

Пізніше до нього вносились окремі зміни. Цей закон визначає види та організаційні форми підприємств, правила їхнього створення і ліквідації, механізм здійснення ними підприємницької діяльності; створює однакові правові умови для функціонування підприємств незалежно від форм власності і системи господарювання; забезпечує самостійність підприємств, чітко фіксує їхні права та відповідальність у здійсненні господарської діяльності, регулює відносини з іншими суб'єктами господарювання і державою.

Будь-яке підприємство діє на підставі власного статуту, тобто певного зібрання обов'язкових правил, що регулюють його індивідуальну діяльність та 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 місцезнаходження; 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.

В туристичному підприємстві, як і в будь-якому іншому, важливу соціальну роль відіграє колективний договір - угода між трудовим колективом та адміністрацією, що укладається щорічно і 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 зазначити, що на діяльність туристичного підприємства поширюється дія всіх законодавчих актів регламентуючих підприємництво в Україні взагалі [77].

3.2. Гармонізація законодавства України про туризм з нормами Європейського союзу

Інтеграція до Європейського Союзу є одним з пріоритетних напрямків зовнішньої політики України. Гармонізація законодавства України є на сьогодні об'єктивно необхідним кроком для підготовки до вступу у Європейський Союз.

Угода про співробітництво України з ЄС оперує різними термінами на позначення процесу гармонізації, таких як «зближення» (ст. 51, 76), «адаптація» (ст. 53, 77), «наближення» (ст.60).

На сьогодні українські вчені використовують поняття «адаптація» та «гармонізація» законодавства як синоніми.

Відповідно до положень Стратегії інтеграції України до Європейського Союзу адаптація полягає у зближенні законодавства України із сучасною європейською системою права. Вона передбачає реформування правової системи України та поступове приведення її у відповідність з європейськими стандартами. Йдеться про приведення національного законодавства у відповідність з вимогами законодавства Європейського Союзу.

Існує декілька концептуальних підходів щодо об'єму гармонізації:

1. Концепція « мінімальної адаптації »;
2. Концепція « помірної адаптації »;
3. Концепція « максимальної адаптації ».

Концепція «**мінімальної адаптації**» обмежується діяльністю у галузях, що регулюють економічне співробітництво України та ЄС у різних сферах та впливають на торговельні і ділові стосунки між країнами партнерами. При цьому співробітництво може мати різні форми і напрямки, носити позасистемний характер, тобто пристосовуватися до кон'юнктури даного ринку. Ця концепція не ставить за мету членство у ЄС, а направлена на задоволення окремих інтересів економічного співробітництва.

Пріоритетами цієї концепції є комерційне право, права людини, та укріплення судової системи.

Концепція **«помірної адаптації»** виходить з необхідності створення зони вільної торгівлі з ЄС та розповсюдження деяких інших переваг внутрішнього ринку ЄС. Основою цієї концепції є бачення Європейською комісією перспектив відносин із сусідами («Розширена Європа: нова система відносин з південними та східними сусідами» від 11 березня 2003 р.) Якщо Україна виконає свої обов'язки щодо проведення економічної, політичної, інституціональних реформ і використає концепцію «помірної адаптації», то нам буде надана перспектива щодо подальшої лібералізації та інтеграції для розповсюдження дій 4 основних свобод ЄС: руху товарів, осіб, послуг, капіталу. Мін'юст прогнозує, що якщо дана концепція буде затверджена на вищому рівні, то наступним кроком з боку ЄС має стати пропозиція Угоди про сусідство, яка не передбачає членства у Союзі. Офіційно ЄС чекає від України реакції на нову пропозицію про сусідство.

Концепція **«максимальної адаптації»** вбачає необхідність гармонізації законодавства у зв'язку із перспективою членства в ЄС. Дана концепція знаходить своє вираження у Посланні Президента України «Європейський вибір. Концептуальні основи стратегічного, економічного та соціального розвитку України на 2002-2011 рік». На основі цієї концепції 21 листопада 2002 року була прийнята Загальнонаціональна програма адаптації законодавства України до законодавства ЄС.

Метою адаптації законодавства України за програмою є «досягнення правовою системою України *acquis communautaire* з урахуванням критеріїв, які висуває Європейський Союз до держав, які мають намір вступити до нього». На основі законодавства ЄС можна виділити ознаки *acquis communautaire* та об'єм, необхідний для адаптації. У юридичному аспекті, об'єм «доробку» ЄС значно ширший, аніж право ЄС. Система *acquis communautaire* – це комплекс, що включає в себе нормативну (юридичні норми, принципи, доктрини) та організаційну (сукупність правових установ)

частини. Окрім основних частин, до системи входять міжнародні звичаї, документи рекомендаційного характеру [79, с. 125].

У сучасних умовах функціонування сфера туризму є однією з головних форм міжнародної торгівлі послугами. Сфера туризму має значний вплив на різні сектори економіки: транспортна галузь, торгівля, зв'язок, галузь будівництва, готельно-ресторанна галузь тощо, тому її розвиток є важливим та пріоритетним завданням. Туризм сприяє формуванню ринкового механізму господарювання, акумулює кошти до державного бюджету, сприяє раціональному використанню вільного часу людей та проведенню їх дозвілля, залучає населення до вивчення історичної та культурної спадщини країн. Розвиток туристичного співробітництва України з країнами Європейського Союзу є головним й фундаментальним завданням держави та одним з основних напрямів діяльності Державної служби туризму України.

В сучасних умовах для України актуальною є проблема формування адекватної туристичної політики, зважаючи на те, що туризм є пріоритетною сферою нашої країни, саме його розвиток визначає спеціалізацію країни у майбутньому. Співпраця з країнами Європейського Союзу та використання їхнього досвіду у галузі туризму сприятиме успіху та допоможе Україні сформувати свою політику у сфері туризму, розробити законодавчо-нормативну базу які б відповідали нормам та стандартам ЄС. Владі України необхідно приділити більше уваги розвитку співпраці з країнами ЄС у галузі туризму, це дасть можливість просунути вітчизняні туристичні послуги на європейський ринок та підвищити їх конкурентоспроможність, залучитися до міжнародного інформаційного простору, отримати досвід туристичної діяльності успішних підприємств країн ЄС. Україна має всі можливості стати одним з провідних європейських туристичних центрів Європи, оскільки має відповідний туристично-рекреаційний потенціал.

Співробітництво України з країнами ЄС надасть можливість підвищити економічну ефективність національної туристичної сфери.

Пропонується вирішити такі питання, які сприяли б співпраці України з Європейським Союзом у туристичній галузі:

- спростити прикордонні та митні формальності в оформленні документів;
- сприяти підвищенню якості та вдосконалення туристичних послуг, розробити системи стандартизації та сертифікації підприємств туристичної сфери в Україні, які могли б відповідати міжнародним стандартам та нормам Європейського Союзу;
- здійснювати інвестиційну діяльність та надавати технічну допомогу з боку держав Європейського Союзу;
- створити відповідну систему підготовки, перепідготовки, підбору персоналу та підвищення їх кваліфікації, який зайнятий у туристичній сфері України, шляхом навчання і стажування у країнах Європейського Союзу;
- популяризація позитивного туристичного іміджу України на європейському ринку.

У сучасних умовах функціонування для туристичної галузі важливо розширювати та зміцнювати співробітництво з країнами-членами Європейського Союзу, що сприяло б диверсифікації туристичних послуг, підвищило конкурентоспроможність туристичних підприємств. В цьому аспекті головним завданням є допомога з боку Європейського Союзу щодо залучення інвестицій в розширення та покращення туристичної та курортної інфраструктури України. Співпраці України з Європейським Союзом у туристичній галузі можуть сприяти міжнародні семінари та наукові конференції з участю іноземних колег, вивчення досвіду організації туристичної діяльності від країн Європейського Союзу, розробка ноу-хау у наданні туристичних послуг, сформувані відповідні до Європейського Союзу стандарти та норми обслуговування туристів.

Необхідно налагодити систему обміну досвідом на постійній основі з відповідними структурами ЄС, адаптувати вітчизняне законодавство у сфері туризму до відповідних норм ЄС, організувати систему сертифікації у

туристичній галузі, розробити механізм запровадження міжнародних стандартів якості туристичних послуг на українському ринку туристичних послуг.

Питання розвитку галузі туризму в Україні є досить актуальним питанням, оскільки саме він акумулює кошти до місцевих бюджетів, сприяє створенню робочих місць, розвиває сектори економіки, які пов'язаний з наданням туристичних послуг, сприяє розбудові соціальної та виробничої інфраструктури у туристичних центрах, збільшує надходження валюти.

Враховуючи це уряд має сприяти співпраці України з країнами ЄС – що зробить туристичну галузь високоприбутковою, яка задовольнить попит внутрішнього та міжнародного туризму високоякісними послугами.

Задля посилення значення туризму як пріоритетної сфери економіки внесено пропозиції в частині туризму до проекту Спільної доповіді з оцінки стану виконання Угоди про партнерство та співробітництво між Україною та ЄС, здійснюються офіційні переклади відповідних нормативно-правових актів з метою адаптації законодавства України у сфері туризму до законодавства ЄС [78, с 285].

Одним з найважливіших заходів визнано створення комфортних умов для туристів і осіб, що подорожують. Для цього необхідно:

- реалізувати інвестиційні проекти з реконструкції та будівництва об'єктів туристичної інфраструктури;
- створити мережу спеціалізованих об'єктів туристичної інфраструктури;
- облаштувати існуючі та обладнати нові місця короткочасного відпочинку автотуристів;
- забезпечити інформаційну підтримку (карти, схеми, довідники, буклети для автотуристів);
- створити інформаційний банк даних з планами туристичних маршрутів і об'єктів туристичної інфраструктури, інформаційних туристичних пунктів.

Україна також зацікавлена у залученні технічної допомоги ЄС для реалізації спільних проектів у сфері туризму (дослідження стану туристичної інфраструктури транспортних коридорів – шляхової мережі, туристичних потоків тощо) в межах реалізації Програми розбудови туристичної інфраструктури.

Важливе значення для сфери туризму та економіки країни загалом має конструктивне вирішення питань лібералізації формальностей, пов'язаних з в'їздом іноземців до України. Від цього безпосередньо залежить збільшення кількості іноземних туристів у нашій державі, обсягів валютних надходжень до бюджету, інтенсифікація процесів інтеграції відповідно до Угоди про партнерство та співробітництво між Україною та Європейським Союзом.

Практичний досвід країн з розвиненим туризмом доводить необхідність надання державної підтримки розвитку туризму, зокрема фінансування міжнародної діяльності як одного з основних напрямів реалізації державної політики у сфері туризму, що є передумовою розвитку міжнародного туризму, формування галузі як високоприбуткового сектора економіки, чинника соціального розвитку та культурного піднесення країни при збереженні її самобутності, гармонійної інтеграції України в європейські та світові глобалізаційні туристичні процеси.

Україна зацікавлена у продовженні та поглибленні євро-інтеграційного напрямку, насамперед, з урахуванням завдань адаптації туристичного законодавства України до відповідних директив і стандартів ЄС; лібералізації прикордонних і митних формальностей для туристів, які здійснюють подорожі між Україною та державами-членами ЄС, що є для України генеруючими туристичними ринками; приведення якості туристичних послуг до міжнародних стандартів, гармонізації системи стандартизації та сертифікації підприємств туристичної та курортної сфери, що надають послуги розміщення та харчування в Україні, з нормами ЄС; залучення фінансової та технічної допомоги з боку ЄС у туристичну та курортну галузь України щодо реалізації пріоритетних проектів розвитку туризму, в тому

числі на регіональному рівні, у галузі сільського зеленого туризму, малого та середнього туристичного бізнесу, транскордонного співробітництва, розбудови інфраструктури туризму впродовж транспортних коридорів, а також популяризації позитивного туристичного іміджу України на європейському ринку [80, с. 247].

3.3. Шляхи вдосконалення законодавства України про туризм

Сфера туризму в Україні є невід'ємною складовою світового туристичного бізнесу. Державою проголошено туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки і культури, визначено основні цілі державного регулювання та пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму.

В Україні туризм має потужний потенціал. Але його економічна віддача поки що незначна. Розвиток сфери туризму гальмується недосконалістю нормативно-правової бази, а також методичної, організаційної, юридичної та інформаційної підтримки суб'єктів підприємництва в сфері туризму та курортів; недостатньою ефективністю механізмів державного регулювання та управління підприємствами у сфері туризму і курортів; незначними обсягами інвестицій у розвиток матеріально-технічної бази туристичної інфраструктури; неефективністю використання рекреаційних ресурсів. [39, с. 60].

Незважаючи на значну теоретико-методологічну базу досліджень проблем використання туристсько-рекреаційних ресурсів вітчизняними і зарубіжними вченими, питання щодо шляхів удосконалення механізмів державного регулювання сфери туризму досліджено недостатньо [44,46,48,53].

Необхідно докорінно змінити ставлення української держави до туристичної індустрії, визнавши туризм пріоритетною сферою економіки і культури не на словах, а на ділі. Розвиток туристичної діяльності може дозволити вирішувати складні економічні та соціальні потреби шляхом інтенсивного розвитку різних видів туристичних послуг із широким залученням внутрішніх і зовнішніх інвестицій.

Перспективи розвитку туристичної сфери в Україні залежать, у першу чергу, від наявності туристичних ресурсів, активізації участі України в міжнародному розподілі праці, створення сприятливих умов для залучення іноземних інвестицій у туристичне господарство, розвитку внутрішнього споживчого ринку та насичення його високоякісними послугами та товарами.

На сьогоднішній день нормативно-правова база в галузі туризму потребує адаптації до законодавства Європейського Союзу з питань, що стосуються:

- удосконалення механізму відповідальності суб'єкта туристичної діяльності за невиконання зобов'язань перед споживачем тур продукту;
- достовірної інформації, що надається суб'єктами туристичної діяльності туристам про послуги, що пропонуються;
- інформації про паспортні та візові вимоги, пов'язані з виїздом до країни перебування;
- вимог до порядку укладання та істотних умов договору на туристичне обслуговування;
- механізму відмови туриста від отримання замовлених послуг з правом уступки свого замовлення іншій особі, яка відповідає умовам подорожі;
- законодавчого визначення механізмів та особливостей функціонування деяких видів туризму;
- систематизації нормативно-правових актів, що регулюють питання функціонування туристичної галузі, тощо.

Для забезпечення практичної реалізації гармонізації туристичного законодавства України до законодавства Європейського Союзу необхідно на державному рівні визнати туризм однією з пріоритетних галузей та провести систематизацію і кодифікацію нормативно-правової бази з туризму. Гармонізація українського законодавства з нормами європейського та міжнародного права забезпечить створення правового поля в туристичній діяльності, яке не створюватиме перешкод для функціонування суб'єктів туристичної діяльності як на вітчизняному, так і на міжнародному ринку туристичних послуг [41, с. 131].

На сьогодні в Україні туристичну діяльність регулюють більше 400 нормативно-правових актів – від законів до інструкцій. Саме тому актуальною потребою має стати систематизація і кодифікація нормативно-

правових актів у сфері туризму, об'єднання їх в єдиний акт, який міститиме норми різних галузей права, визначатиме мету, завдання туризму, його види, порядок здійснення туристичного підприємства, державно-правове регулювання туристичної індустрії, правовий статус туриста, зміст договірних відносин між туристом — споживачем тур продукту та підприємцем, відповідальність учасників туристичної діяльності за порушення законодавства тощо [50, с. 105].

Основними завданнями систематизації і кодифікації нормативно-правової бази з туризму мають бути:

- спрощення та гармонізація податкового, валютного, консульсько-візового, прикордонного, митного та інших видів регулювання з метою забезпечення державного стимулювання в'їзного та внутрішнього туризму, розвитку соціальних форм туризму, сприяння збереженню і розвитку курортів;
- законодавче врегулювання «вузьких» місць у функціонуванні туристичної галузі;
- створення сприятливого інвестиційного клімату;
- впровадження обґрунтованих нормативів плати за користування туристичними ресурсами, впорядкування процедур оренди й приватизації об'єктів культурної спадщини та інших об'єктів туристичного відвідування;
- стандартизація послуг, що надаються туристам.

Удосконаленню і розробці підлягають нормативні документи, що стосуються безпеки в сфері туризму і, в першу чергу, забезпечення спеціальних вимог безпеки під час надання туристичних послуг з підвищеним ризиком, забезпечення дотримання обов'язкових норм, правил і вимог щодо охорони навколишнього середовища, підготовки кадрів та з інших питань, що регламентують туристичну діяльність [45, с. 281].

Основним завданням на сьогодні є внесення змін і доповнень до законів України «Про туризм» та «Про курорти», до інших законодавчих та

підзаконних актів, що мають прямий або опосередкований вплив на туристичну і курортну сфери.

У сфері правового забезпечення безпеки туристів потрібно розробити:

- нормативно-правові акти щодо забезпечення безпеки туристів, у т. ч. спеціальні вимоги безпеки під час надання туристичних послуг з підвищеним ризиком;
- кваліфікаційні вимоги до фахівців туристичного супроводу на маршрутах з підвищеним ризиком для туристів.

У сфері державного управління основними завданнями є:

- утворення Координаційної ради з питань туризму і курортів при Кабінеті Міністрів України;
- створення структурних підрозділів з питань туризму і курортів у складі місцевих органів виконавчої влади;
- впорядкування діяльності наявних та створення нових спеціалізованих інституцій за окремими пріоритетними напрямками розвитку туризму (забезпечення якості, безпеки, інформаційного супроводу тощо).

Крім того, розвиток сфери туризму в державі стримується недостатньо розвинутою мережею об'єктів туристичної інфраструктури, їх незначною потужністю.

Головним завданням розвитку матеріальної бази галузі є модернізація та реконструкція туристичних підприємств відповідно до міжнародних стандартів.

Не менш важливим завданням є вдосконалення системи оподаткування підприємств туристичної галузі, а саме:

- звільнити від податку на додану вартість суб'єктів туристичної діяльності, що надають послуги з відпочинку учнівської молоді та студентів, сім'ям з дітьми, інвалідам, особам похилого віку та особам, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи;

- відновити нульову ставку податку на додану вартість для суб'єктів туристичної діяльності, які здійснюють експорт туристичних послуг, що буде стимулювати в'їзний туризм;
- встановити норму, стосовно якої плата за землю, виділену туристичним закладам, зменшується на суму коштів, вкладених у благоустрій території;
- звільнити від оподаткування частину прибутку, що спрямовується суб'єктами туристичного підприємництва на будівництво та реконструкцію об'єктів туристичної інфраструктури [51, с. 184].

Необхідно також розробити ряд нормативно-правових актів у сфері сільського, зеленого (екологічного) туризму, зокрема прискорити прийняття Закону України «Про сільський зелений туризм», в якому встановити дієвий механізм пільгового кредитування осіб, задіяних у сільському зеленому туризмі.

Нормативне забезпечення розвитку зеленого туризму сприятиме розвитку сільських місцевостей і стане значним поштовхом в економічному розвитку депресивних регіонів. Позитивне вирішення зазначених проблем дозволить значно послабити надмірний податковий тиск на туризм, відкрити можливості для його розвитку, помітно активізувати туристично-екскурсійну активність населення України [42, с. 34].

Крім того, необхідно створити стабільне правове поле для розвитку сприятливого інвестиційного клімату в галузі туризму. Для цього необхідно вдосконалити законодавство щодо механізмів надання в концесію об'єктів туристичної інфраструктури, механізмів надання пільг і податкових преференцій інвесторам, забезпечення гарантій забезпечення прав власності. Зменшення оподаткування доцільно розглядати в аспекті зниження ставок на три основні види податків – податок на додану вартість, податок з прибутку та нарахування на заробітну плату. Ці види податкових платежів мають найбільшу питому вагу в структурі податків і прирівняних до них обов'язкових платежів суб'єктів підприємництва й фактично визначають

загальний рівень оподаткування. Не повинна підлягати оподаткуванню частина прибутку, спрямована на реінвестиції на території регіону. Крім того, доцільно встановити «податкові канікули» потенційним інвесторам, тобто строкове (протягом перших двох-трьох років з моменту отримання першого прибутку) звільнення від сплати прибуткового податку [49, 43, 52].

Не менш важливим завданням є забезпечення вимог щодо стабільності національного законодавства, яке реально можливе лише через прийняття Верховною Радою України відповідних норм податкового законодавства або у формі спеціальних гарантій для суб'єктів туристичної діяльності (наприклад, поширення системи державних гарантій щодо прав вивезення за кордон прибутків і капіталів, раніше інвестованих у розвиток туристичної галузі).

Основними проблемами в правовому регулюванні туристичної діяльності та перешкодою до вільного та швидкого розвитку туристичного підприємництва в Україні з правової точки зору є:

- не виправдано великий масив нормативних актів, які регламентують порядок створення суб'єктів туристичного підприємництва, особливо відомчих;
- суперечливість окремих положень нормативних актів, особливо відомчих, та невідповідність їх положенням Конституції України, законам України та світовим стандартам, які встановлюються міжнародними нормативними актами в сфері туризму;
- нормативне врегулювання функціонування окремих видів туристичної діяльності;
- систематизація туристичного законодавства [47, с. 19].

Розроблено комплекс заходів щодо підвищення ефективності державного регулювання сфери туризму на загальнодержавному та регіональному рівнях, а також запропоновано шляхи удосконалення механізмів державного регулювання сфери туризму (табл. 4) [54, с. 35].

Пропозиції щодо удосконалення механізмів державного регулювання сфери туризму

Впровадження механізму пільгового кредитування заходів, пов'язаних із розвитком сфери туризму

Розробка нових форм співробітництва між органами місцевого самоврядування та суб'єктами підприємництва

Створення туристичних інформаційних центрів у формі комунальних підприємств

Розробка шляхів взаємодії органів місцевого самоврядування з суб'єктами господарювання, які здійснюють діяльність з надання туристичних послуг шляхом проведення конкурсного відбору переможців

Розробка державних і відповідних місцевих програм розвитку туризму

Створення місцевих фондів розвитку туризму за допомогою договірних угод на передачу суб'єктами підприємництва, які здійснюють діяльність у сфері туризму, частини прибутку від їх діяльності

Впровадження акціонування господарювання на умовах оренди, сприяння створенню підприємств малого та середнього бізнесу

Розробка пропозицій щодо створення координаційних рад з питань розвитку туризму на обласному рівні

Розробка концептуальних підходів щодо організації підвищення кваліфікації державних службовців та посадових осіб органів місцевого самоврядування, на яких покладено обов'язки державного регулювання у сфері туризму

ВИСНОВКИ

1.1. Аналіз визначень туристичного ринку дав змогу встановити відсутність єдиного підходу у висвітленні його змісту. Проаналізувавши усі підходи до визначення ринку туристичних послуг, слід зазначити що ринком туристичних послуг є складна, багаторівнева система взаємовідносин між суб'єктами ринку у процесі купівлі-продажу туристичних послуг з приводу узгодження і реалізації їхніх економічних інтересів. Таким чином, трактування ринку міжнародних туристичних послуг як прояву системи взаємовідносин між підприємствами туристичної індустрії та особами, які виникають у процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання туристичних послуг розкриває важливий аспект ринку, що дає змогу визначити його місце і роль у процесі відтворення. Подальше дослідження передбачає визначення особливостей функціонування ринку туристичних послуг. Визначивши усі фактори розвитку світового ринку туристичних послуг, слід зазначити що вони мають важливе значення для формування та функціонування пріоритетних напрямів розвитку світового ринку туристичних послуг.

Слід вважати що ринок туристичних послуг не є однорідним. Він має структуру, що складається з множини частин. Дослідивши ринок туристичних послуг доцільно класифікувати його за наступними ознаками:

- мета подорожі: ринок рекреаційного, релігійного, етнічного та інших видів туризму;
- тип пропозиції: ринок групового, сімейного та індивідуального туризму;
- спосіб організації поїздки: ринок організованого і ринок приватного туризму;
- перетин національних кордонів: генеруючий і приймаючий ринки.

Функціями ринку туристичних послуг слід вважати:

- регулятивну, оскільки ринок забезпечує збалансованість попиту і пропозиції;

- стимулюючи, оскільки ринок забезпечує стимулювання підвищення економічної ефективності виробництва туристичних послуг в умовах конкуренції, з одного боку, та вдосконалення пропозиції відповідно до особливостей попиту в різних міжнародних регіонах, з іншого;

- оптимізаційну, оскільки ринок оптимізує використання факторів виробництва туристичних послуг;

- інформаційну, оскільки ринок надає інформацію про усереднені параметри сукупних попиту і пропозиції на різні види туристичних послуг.

1.2. Функціонування ринку туристичних послуг неможливе без суб'єктів туристичної діяльності. Ключовими суб'єктами туристичної діяльності, які взаємодіють в процесі розробки і реалізації тур продукту, надання і споживання туристичних послуг є:

- виробник (організатор) і гуртовий продавець тура – туроператор;
- виконавці туристичних послуг (контрагенти) – підприємства і компанії, які надають окремі послуги з розміщення, харчування, транспортні, екскурсійні, страхові, послуги, які пов'язані з оформленням закордонних паспортів і віз, бронюванням і купівлею квитків, та ін., що входять до складу тур пакету, туру — це готелі, ресторани, транспортні компанії (компанії-перевізники), підприємства культури (музеї, театри), спорту (клуби, стадіони), лікувально-оздоровчі заклади, екскурсійні підприємства тощо. Отже, суб'єктами туристичної діяльності - є підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, фізичні особи, що 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.

1.3. Проаналізувавши відносини у сфері ринку туристичних послуг слід зазначити, що існують два рівні відносин таких як: - міждержавні відносини – відносини універсального, регіонального та локального характеру; - міжнародні відносини недержавного характеру – відносини між фізичними та юридичними особами різних держав.

2.1. Міжнародна співпраця в сфері туризму має яскраво виражену інтегративну тенденцію та спрямованість на подальше вдосконалення, що, поза сумнівом, позитивно позначиться на загальному розвитку цієї галузі як у глобальному масштабі, так і для кожної країни окремо. Міжнародні організації - це лише окремі приклади успішного функціонування міжнародних туристських організацій, форми та принципи їх діяльності.

2.2. Слід зазначити, що туристична діяльність ніде в світі не надана сама собі. Будь-яка держава законодавчим шляхом прагне регулювати діяльність туристського бізнесу, створювати на основі взаємних консультацій передове туристське законодавство.

Найбільш важливими міжнародними нормативно правовими актами що регулюють туристичну діяльність слід вважати:

- Манільська декларація з мирового туризму (1980 р.). Було зроблено загальний висновок про те, що туризм є істотним фактором світового економічного розвитку;
- Документ Акапулько (1982 р.) визначив першочергові завдання щодо подальшого втілення у життя рекомендацій ВТО відносно розвитку сфери туризму;
- Хартія туризму (1985 р.) підкреслила право кожної людини на відпочинок і дозвілля і вказала на обов'язки держав щодо сприяння цьому;
- Кодекс туриста (1985 р.) визначив загальні права й обов'язки туриста в державі, яку він відвідує;
- Гаазька декларація з туризму (1989 р.) уточнила місце туризму в соціально-економічному становищі держави й сформулювала принципи, якими повинні керуватися держави при співробітництві у сфері туризму.

2.3. Дослідивши механізм забезпечення туристичної діяльності закордоном слід зазначити, що регулювання туристичної галузі реалізується у таких формах:

- нормативно-правове регулювання;
- стандартизація та сертифікація туристичної діяльності;

- ліцензування.

Туристичне законодавство регламентує наступні аспекти діяльності:

- роботу об'єктів туристичної індустрії, передусім засобів розміщення;
- професійну діяльність у туризмі (туристичні професії), умови, за яких стає можливим професійне заняття туристичною діяльністю;
- права та обов'язки учасників туристичної діяльності, заходи щодо захисту прав споживача в туризмі;
- допомогу туризму з боку держави.

Сертифікація послуг проводиться з метою захисту прав і законних інтересів громадян — споживачів цих послуг. Сертифікації в туризмі підлягають або туристичні послуги, або послуги готелів (як у більшості європейських країн).

Законодавством різних країн передбачені два види сертифікації: обов'язкова та добровільна.

Стандартизація передбачає узгодження об'єкта стандартизації з вимогами, встановленими до об'єктів подібного роду. Цей процес поширюється не тільки на матеріальні, а й на нематеріальні об'єкти, зокрема на туристичні й готельні послуги.

Ліцензування — це найбільш оперативна форма державного регулювання завдяки спрощеному (порівняно з сертифікацією чи стандартизацією) процесу одержання дозволу.

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

До норм загального законодавства належать:

- Конституція України, якою закріплені основні права і свободи людини, їх гарантії;
- Закони України — «Про захист прав споживачів», що є основою державного регулювання безпеки товарів і послуг з 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 підприємництво»; «Про підприємства в Україні»; «Про охорону культурної спадщини» тощо.

3.2. Специфічне геополітичне положення та історія тривалого співробітництва з європейськими країнами зумовлюють зацікавленість України в активній участі в інтеграційних процесах на європейському континенті. Таким чином, на сьогодні євроінтеграція офіційно проголошена ключовим пріоритетом зовнішньої політики України. Для України європейська інтеграція – це шлях модернізації економіки, подолання технологічної відсталості, залучення іноземних інвестицій і новітніх технологій, створення нових робочих місць, підвищення конкурентної спроможності вітчизняного товаровиробника, вихід на світові ринки.

3.3. Без удосконалення вітчизняного законодавства про туризм і приведення його у відповідність до законодавства Європейського Союзу в галузі туризму воно не матиме того соціального ефекту, на яке розраховане.

Розроблено комплекс заходів щодо підвищення ефективності державного регулювання сфери туризму на загальнодержавному та регіональному рівнях, а також запропоновано шляхи удосконалення механізмів державного регулювання сфери туризму, такі як:

- Розробка концептуальних підходів щодо організації підвищення кваліфікації державних службовців та посадових осіб органів місцевого самоврядування, на яких покладено обов'язки державного регулювання у сфері туризму;
- Розробка нових форм співробітництва між органами місцевого самоврядування та суб'єктами підприємництва;
- Створення туристичних інформаційних центрів у формі комунальних підприємств;

- Розробка шляхів взаємодії органів місцевого самоврядування з суб'єктами господарювання, які здійснюють діяльність з надання туристичних послуг шляхом проведення конкурсного відбору переможців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алейникова Г.М., Организация и управление турбизнесом / Г.М. Алейникова. – Донецк: ДИТБ, 2002. – 184 с;
2. Балабанов И.Т., Экономика туризма / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 176 с;
3. Боголюбов В., Экономика туризма: учеб. пособие / В. Боголюбов, В. Орловская. – М.: Академия, 2005. – 192 с;
4. Дурович А.П., Маркетинг в туризме : учеб. пособие / А.П. Дурович. – Мн.: Новое знание, 2005. – 496 с;
5. Економічна теорія: Політекономія: підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – 7-ме вид., стер. – К. : ЗнанняПрес, 2008. – 719 с;
6. Квартальнов В.А., Туризм : учебник / В.А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 320 с;
7. Котлер Ф., Маркетинг. Гостеприимство и туризм : учебник для вузов; пер. с англ. под. ред. Р.Б. Ноздревой / Ф. Котлер, Дж. Боуен, Дж. Мейкенз. – М. : ЮНИТИ, 1998. – 787 с;
8. Мальська М.П., Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. – К.: Знання, 2008. – 661 с;
9. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посібник / за ред. проф. І.М. Школи. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. – 662 с;
10. Ткаченко Т.І., Індикатори розвитку туризму: методичні та практичні аспекти / Т.І. Ткаченко // Культура і освіта фахівців туристичної сфери: сучасні тенденції та прогнози: матеріали III міжнар. наук.-практ. конф. – К.: КУТЕП, 2005. – С. 491-496;
11. Фролова Т., Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма / Т. Фролова. – Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010. – 110 с;
12. Холловой Дж.К., Туристический маркетинг: пер. с 4-го англ. изд. / Дж.К. Холловой. – К.: Знання, 2008. – 575 с;

13. Bleile G. Tourismusmärkte: Fremdenverkehrsmarkt – Hotelmarkt – Touristikmarkt – Bädermarkt – Luftverkehrsmarkt im Wandel. – München: Oldenbourg, 2003. – 120 p;
14. Bull A. The economics of travel and tourism. – 2nd Edition. – Melbourne: Longman, 1995. – 267 p;
15. Kaspar C. Die Tourismuslehre im Grundriss. – Bern, Stuttgart, Wien: Haupt, 1996. – 194 p;
16. Meyer A. Dienstleistungs-Marketing. – 6. Aufl. – Augsburg, 1994. – 420 p;
17. Seitz E., Wolf J. (Hrsg.): Tourismusmanagement und -marketing. - Landsberg/Lech, 1991. – 219 p;
18. Заячківська Г.А., Ринок міжнародних туристичних послуг: конструювання категорії та класифікація/ Науково–виробничий журнал Інноваційна економіка – 1'2015[56], 2015. – С. 153-157;
19. Миронов Ю.Б., Маркетинг в туризмі: Конспект лекцій. Лекція 6. Сегментація ринку в туризмі [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/mark_tur06.htm;
20. Чернобай Л.І., Кулиняк І.Я., Національний університет «Львівська політехніка» Суб'єкти туроператорської та турагентської діяльності: сутність і класифікація [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/chernobaj.htm;
21. Міщенко А.Г., Міжнародне співробітництво в сфері туризму: Науковий вісник Київського гуманітарного інституту. Серія: економічні науки. - 2008. - №1. - С.18-24;
22. Явкін В.Г., Руденко В.П., Король О.Д., Проблеми географії та менеджменту туризму – Чернівці: Рута, 2006. – 260с;
23. Козловський Є.В. Правовий статус та основні напрями діяльності міжнародних організацій у сфері туризму/ Є.В. Козловський, Ю.О. Цегельник// Географія та туризм. – 2012. – Вип.18. – С.68-75;

24. Гонтаржевська Л.І., Ринок туристичних послуг в Україні: Навчальний посібник. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. – 180 с;
25. Ефремова М. // Экономика туризма и оценки ее динамики // Экономист. 2004. № 12. – С. 72-75;
26. Немоляева М.Э., Ходорков Л.Ф. Международный туризм: вчера, сегодня, завтра. – М.: Международные отношения, 1985. – 174 с;
27. Пуцентейло П.Р., Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: Навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 344 с;
28. Жарков Г.Н., Правовое обеспечение международного туризма. – К.: Кондор, 2004. – 486 с;
29. Сенин В.С. Организация международного туризма. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 398 с.
30. Международное право: учебник для студ. вузов, обуч. по спец.: «Юриспруденция», «Международные отношения», «Мировая экономика» / ред. Ю.М. Колосов, Э.С. Кривчикова; Московский гос. ин-т международных отношений (университет) МИД РФ. – М.: Междунар. Отношения, 2005. – 815с;
31. Коляда Т.А., Навчальний посібник (для студентів, які навчаються за напрямом підготовки 0504 «Туризм») // Правове регулювання туристської діяльності: / за ред. Коляди. Т.А. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 182 с;
32. Шаповал Г.Ф., История туризма: Пособие. – Мн.: «Экоперспектива», 1999. – 303 с;
33. Кифяк В.Ф., Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Зелена Буковина, 2003. - 312 с;
34. Вітер І.І., Глобальний ринок туристичних послуг: проблеми та перспективи розвитку // Культура і освіта фахівців туристичної сфери: сучасні тенденції та прогнози. – К.: КУТЕП, 2005. – С.513-521;

35. Козловський Є.В., Правове регулювання туристичної діяльності [текст]: навч. посіб./ Є.В.Козловський. – К.: «Центр учбової літератури», 2016. – 272 с;
36. Яхновец. И.Н. Применение Франкфуртской таблицы как способ определения размера ущерба, причиненного туристам вследствие неисполнения договора оказания туристических услуг / И.Н Яхновец // Сборники конференцій НИЦ «Социосфера». – 2011. - № 34. – С.146;
37. Скарга О.О., Сучасні тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг/ Скарга О. О.// Східна Європа: Економіка, Бізнес та Управління, Випуск 2 (02) 2016. – С. 52-57;
38. Заблоцька Р.О. Світовий ринок послуг. – К.: Знання України, 2003. – 280 с;
39. Алексеев С. С. Частное право / С. С. Алексеев. — М. : Статут, 1999. – С. 60—61;
40. Myronov Yu. Problems of Sustainable Tourism Development in Modern Conditions / Yu. Myronov // European Applied Sciences. – 2013. – No.9. – Vol.2. – P.89-92.
41. Квартальнов В. А. Международный туризм: Политика развития : учеб. пособ. / В. А. Квартальнов, А. А. Романов. — М.: Советский спорт, 2005. – С. 131;
42. Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів: розпорядження Кабінету Міністрів України від 06.08.2008 р. № 1088-р // Офіційний вісник України. — 2008. — № 60. – Ст. 27. – С. 34;
43. Саниахметова Н. О. Правовий захист підприємництва в Україні : навч. посіб. / Н. О. Саниахметова. — К. : Юрінком Інтер, 1999. — С. 120;
44. Конищева Н.И., Давиденко Л.И. Развитие системы управления сферой туризма и курортов в Донецкой области // Вісник ДІТБ. – 2004. – № 8. – С.79–92;

45. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму : монографія / В. К. Федорченко, В. С. Пазенок, О. А. Кручек [та ін.]. — К.: ВЦ «Академія», 2013. С. 280–281;
46. Близнюк А.М., Конищева Н.И. Пути повышения туристско-рекреационного имиджа Донецкой области // Вісник ДІТБ. – 2004. – №8. – С.8–19;
47. Мокляк А. В. Туристські ресурси для потреб іноземного туризму в Україні / А. В. Мокляк. — К. : КДУ імені Тараса Шевченка, 2004. — С. 19;
48. Конищева Н.И., Кузьменко А.В. Стратегия устойчивого развития туризма в Донецкой области // Вісник ДІТБ. – 2004. – №8. – С.20–32;
49. Про забезпечення дотримання законодавства під час надання послуг іноземцям та особам без громадянства: постанова Кабінету Міністрів України від 17.08.2002 р. № 1136 // Офіційний вісник України. — 2002. — № 34. — Ст. 47. — С. 108;
50. Алексеева Ю. В. Вплив державної політики на розвиток туристичної галузі України / Ю. В. Алексеева // Актуальні проблеми внутрішньої політики : зб. наук. праць. — К. : Вид-во НАДУ, 2004. — № 1. — С. 103—107;
51. Матвієнко А. Т. Науково-практичний коментар до Закону України «Про туризм» / А. Т. Матвієнко, І. В. Приячук, М. А. Лесик, В. І. Андрейцев. — К. : НДІ туризму та курортів, 2006. — С. 184;
52. Попович С. І. Туристичні ресурси України : зб. наук. статей / С. І. Попович. — К. : ФПУ, 1996. — С. 124;
53. Давиденко Л.І. Підвищення кваліфікації кадрів у сфері державного управління туризмом // Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України. — К.: Нац. академія державного управління при Президентові України, 2005. — С.73–81;
54. Конищева Н.Й. Удосконалення системи державного регулювання та управління розвитком туризму в Донецькій області // Вісник ДІТБ. – 2006. – №10. – С. 30–37;

55. Волошин Н. И. Правовое регулирование туристической деятельности: учеб. пособ. / Н.И. Волошин. — М.: Финансы и статистика, 1998. — 119 с;
56. Миронов Ю.Б., Свидрук І.І. Матеріали ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання економічних наук» (м. Київ, 13-14 травня 2016 р.) Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2016. — 128 с. — С.16-18;
57. Козловський Є.В. Правовий статус та основні напрями діяльності міжнародних організацій у сфері туризму / Є.В. Козловський, Ю.О. Цегельник // Географія та туризм. — 2012. — Вип. 18. — С. 68-75;
58. Александрова А. Ю. Международный туризм: Учеб. пособ. для вузов / А.Ю.Александрова. — М.: Аспект Пресс, 2002. — 470 с;
59. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме М.: Финансы и статистика, 1999. - 496 с;
60. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти): навч.посібник / О.О. Любіцева. — К.: Альтерпрес, 2006. — 436 с.
61. Чеботарь Ю.М. Туристический бизнес. Практическое пособие для турфирм и их клиентов. — М., 1997. — 80 с;
62. Маринин М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме: учеб.пособие / М.М. Маринин. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 144 с;
63. Галасюк С.С. Стандартизація, сертифікація туристичних послуг та ліцензування туристичної діяльності : навчальний посібник / С. С. Галасюк. — Одеса : Астропринт, 2011. — 234 с.
64. Близнюк А.М., Коніщева Н.Й., Давиденко Л.І. Механізми державного регулювання сфери туризму: сутність та шляхи удосконалення // Вісник ДІТБ. — 2007. — №11. — С.76–84;
65. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. № 325/95-ВР [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>;

66. Указ президента України «Про підтримку розвитку туризму в Україні» від 02.03.2001 р. № 127/2001 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/127/2001>;

67. Указ президента України «Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у галузі туризму» від 09.12.2010 р. № 1213/2001;

68. Чечель А. О. Механізми державного управління розвитком туризму в Україні: монографія / Чечель А. О.; Донец. держ. ун-т упр. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2010. – 198 с;

69. Конституція України від 30.09.2016 р. № 254к / 96-ВР [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>;

70. Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект; монографія / [І.Б. Андренко [та ін.]; за ред. І.М. Писаревського]; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 276 с.

71. Цибух В.І. Стан і перспективи розвитку туризму в Україні. Туристично-краєзнавчі дослідження: У 2 т. - К., 1999. - С. 4.

72. Закон України «Про захист прав споживачів» від 10.06.2017 р. № 1023-ХІІ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>;

73. Закон України «Про порядок виїзду із України і в'їзду в Україну громадян України» від 28.08.2018 р. № 3857-ХІІ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3857-12>;

74. Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» від 03.01.2017 р. № 185 / 94-ВР [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/185/94-%D0%B2%D1%80>;

75. Закон України «Про державний кордон України» від 04.10.2018 р. № 1777-ХІІ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1777-12>;

76. Закон України «Про підприємства в Україні» від 01.01.2004 р. № 887-ХІІ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/887-12>;

77. Закон України «Про підприємництво» від 05.04.2015 р. № 698-ХІІ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>;

78. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник для студ. вищ. навч. закл. / О.О. Любіцева, В.К.Бабарицька; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К. Київський ун-т, 2008. – 335 с;

79. Правові засади європейської інтеграції України: досягнення та перспективи: матеріали учасників заочної науково-практичної конференції (Львів, 31 жовтня 2017 року). – Львів: ННПП НУ «Львівська Політехніка», 2017. – 157 с;

80. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма: учеб. Пособие для студ. вузов / А.Д. Чудновский [и др.]; Государственный ун-т управления, Институт туризма и развития рынка. – М.: КНОРУС, 2006. – 437 с;

ДОДАТКИ

Таблиця 1.

Підходи до трактування сутності туристичного ринку

Підхід	Автори	Суть явища	Зміст явища	Результат явища
1	Алейнікова Г. [1], Балабанов І., Балабанов А. [2], Мальська М. [8], Ткаченко Т. [10]	економічні відносини	купівля- продаж	—
2	Боголюбов В., Орловська В. [3], Дурович А. [4]	суспільно- економічне явище	—	забезпечен- ня процесу купівлі- продажу
3	Квартальнов В. [6], Фролова Т. [11]	система	купівля- продаж	—

Таблиця 2.

Основні відмінності між суб'єктами «туристичний оператор» та «туристичний агент»

№	Ознаки	Прояв ознак відмінності	
		для туристичного оператора	для туристичного агента
1	Відношення до створення туристичного продукту	Самі розробляють та створюють комплекс послуг для туристів	Виступають у ролі посередників, реалізуючи сформований туроператорами туристичний продукт
2	Формування доходів (прибутків)	Різниця між вартістю сформованого туристичного продукту та вартістю його окремих елементів, які надані сторонніми організаціями (транспортними, розважальними, екскурсійними організаціями, готелями, закладами харчування тощо)	Комісійні, які тур агенти отримують від туроператорів за посередництво
3	Розмір суб'єкта	Як правило, більший, ніж тур агент. Структуру можуть формувати декілька філіалів, утворюючи агентську сітку	Менші за розмірами туристичні підприємства. Складаються, як правило, з одного офісу, або можуть мати 2-3 філії
4	Процес просування (розподілу) туристичного продукту	Виступає оптовим продавцем	Виступає роздрібним продавцем
5	Контактність із споживачами	Робота із споживачами опосередковано	Робота із споживачами безпосередньо
6	Приналежність туристичного продукту	Завжди має запас туристичного продукту для продажу	Замовляє певний продукт або послугу тільки тоді, коли клієнт проявляє зацікавленість у придбанні
7	Правовий статус	Юридичні особи	Юридичні особи, а також фізичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності