

**Київський національний торговельно-економічний університет**  
**Кафедра міжнародного публічного права**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В  
ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ**

Студента 2 курсу, 12м групи,  
спеціальності «Міжнародне право» \_\_\_\_\_

Фокіна  
Андрія Володимировича

Науковий керівник  
к.ю.н., доцент \_\_\_\_\_

Галай  
Вікторія Олександрівна

Керівник освітньо-професійної програми  
д.ю.н., доцент \_\_\_\_\_

Дешко  
Людмила Миколаївна

**Київ 2018**

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1	
МІЖНАРОДНО-ПРАВОВІ ОСНОВИ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КРАЇНАХ ЄС.....	8
1.1 Правовий механізм регулювання туристичної діяльності в країнах ЄС.....	8
1.2 Міжнародні моделі організації туристичної діяльності в країнах ЄС.....	13
РОЗДІЛ 2	
ПРАВОВА ХАРАКТЕРИСТИКА НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В ЄС.....	23
2.1 Поняття та види туристичних послуг в країнах ЄС.....	23
2.2 Суб'єкти надання туристичних послуг в країнах ЄС та їх класифікація.....	34
2.3 Співробітництво країн ЄС у сфері надання туристичних послуг.....	39
РОЗДІЛ 3	
МІЖНАРОДНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОКРЕМИХ ВИДІВ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....	46
3.1 Правове регулювання надання туристичних послуг в країнах ЄС.....	46
3.2 Нормативно-правове регулювання захисту прав споживачів туристичних послуг в ЄС.....	56
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	71

## ВСТУП

Туризм грає важливу роль у прискоренні розвитку економіки не тільки саме туристичної сфери, але також і супутніх галузей економіки. На даному етапі розвитку економіки України відбувається реалізація політики, яка спрямована на зближення з Європейським Союзом, особливо стосовно подальшого розвитку рекреаційно-туристичного напрямку туризму між країнами. В даний період розвитку економіки туристично-рекреаційна галузь є одним із найбільш важливих аспектів, що потребує посиленої уваги. Це обумовлено глобалізацією економік країн, підвищенням соціальних стандартів саме в країнах з розвинутою економікою, а також вкладенням значних інвестицій в цікаві туристичні регіони. Саме це пояснює достатньо швидкий розвиток туристичної галузі тим соціально-економічним впливом, який за ефективної державної політики набуває позитивних рис.

Туризм сьогодні став своєрідним економічним і соціокультурним феноменом світового масштабу, але в Україні рівень його розвитку досі не відповідає вимогам національного та іноземного споживача. Потужний ресурсний потенціал туристичних та рекреаційних послуг в Україні залишається неосвоєним в повній мірі. Якість і вартість туристичних послуг є невідповідними аналогічним у розвинутих держав світу. Крім того, наявні проблеми геополітичного, безпекового та соціально-економічного характеру обумовлюють зниження попиту на туристичні послуги, скорочуються капіталовкладення у розвиток туризму в Україні. Підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом накладає на нашу державу важливі зобов'язання в галузі стратегічного планування і технічного регулювання розвитку туризму відповідно до європейських норм і правил. Першочерговим завданням є модернізація індустрії туризму України, пошук інноваційних інструментів підвищення ефективності її діяльності, впровадженні прогресивних структурних змін туристичного бізнесу з урахуванням кращого

європейського досвіду. Саме тому виникає особливий інтерес до розвитку туризму в країнах Європейського Союзу, східним сусідом якого є Україна.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є визначення сутності відносин, що виникають при правовому регулюванні наданні туристичних послуг в країнах ЄС.

З огляду на необхідність досягнення цієї мети основну увагу при дослідженні було зосереджено на вирішенні таких завдань:

- визначити істотні елементи механізму правового регулювання туризму та туристичної діяльності за законодавством ЄС;
- охарактеризувати основні міжнародні моделі організації туристичної діяльності в країнах ЄС;
- визначити поняття та види туристичних послуг, розробити власну класифікацію туристичних послуг;
- сформулювати основні ознаки суб'єктів надання туристичних послуг, навести власні пропозиції до підвищення рівня осіб, які займаються наданням туристичних послуг;
- охарактеризувати співробітництво країн ЄС у сфері надання туристичних послуг;
- з'ясувати особливості правового регулювання надання туристичних послуг;
- дослідити зміст відносин, пов'язаних із захистом прав споживачів туристичних послуг.

Об'єктом дослідження є суспільні відносини, що виникають у процесі надання туристичних послуг за законодавством ЄС.

Предмет дослідження – правове регулювання надання туристичних послуг в країнах ЄС.

Методи дослідження. Методологічну основу становить загальнонауковий діалектичний метод пізнання явищ і процесів, що дав змогу всебічно проаналізувати предмет дослідження, та окремі спеціально-наукові методи, вибір яких пояснюється особливостями об'єкта, предмета, мети й завдань

дослідження. Системно-структурний метод був використаний при вивченні сутності, кваліфікаційних ознак, структурно-елементного складу відносин в сфері туризму тощо (підрозділ 1.1). Порівняльно-правовий метод широко застосовувався при встановленні відмінностей тих чи інших видів туристичних послуг, при дослідженні та співвіднесенні законодавства ЄС, що регулює туризм та туристичну діяльність, надання туристичних послуг (підрозділ 2.1, 2.2). Логіко-юридичний метод використано при формулюванні дефініцій основних правових понять і категорій, класифікацій, висновків (розділи 1-3).

Науково-теоретичною базою дослідження стали праці відомих науковців у галузі права, зокрема, Ю. В. Алексєєвої, О.А. Беляєвич, Є. М. Білоусова, А. Г. Бобкової, А.О. М. Вінник, О. П. Вихрова, Я. В. Вольвач, С. В. Глібка, С. М. Грудницької, О. В. Дзери, О. С. Йоффе; Д. В. Задихайла, Г. Л. Знаменського, Т. М. Кравцової, М. В. Кузьміної, В. К. Мамутова, В. С. Мілаш, Є. Л. Писаревського, В. В. Резнікової, Д. Г. Решетникова, Н. О. Саніахметової, В. С. Шербини, В. М. Янішена. Проблематика розвитку туризму в країнах Європейського Союзу розкрита у наукових працях Бейдика О.О., Волкова С.К., Ємця М., Кости К., Панійк Е. та Бухаліса Д., Краєвської О., Смаль В.В., Юрченко О.В. та ін. Цінними інформаційними джерелами для розкриття теми є офіційні публікації Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), Європейської комісії, статистичної служби ЄС (Євростат), Всесвітнього економічного форуму. Важливу інформаційно-комунікаційну функцію виконують дослідницькі мережі на зразок Європейської мережі з доступного туризму (ENAT), спеціалізовані наукові журнали «European journal of tourism, hospitality and recreation» (Португалія), «The European Journal of Tourism Research» (Болгарія), «Географія та туризм» (Україна) тощо.

Наукова новизна дослідження полягає у спробі комплексного аналізу правового регулювання надання туристичних послуг в країнах ЄС, визначенні основних елементів механізму державного регулювання туристичної сфери, наведенні власної класифікації видів туристичних послуг. Наукову новизну

дослідження характеризує низка наукових положень та висновків, уперше сформульованих особисто магістрантом.

Практичне значення роботи: результати дослідження можуть бути використані для викладання навчальних курсів з правового регулювання туристичної діяльності в країнах ЄС.

Проблематика розвитку туризму в країнах Європейського Союзу розкрита у наукових працях Бейдика О.О., Волкова С.К., Ємця М., Кости К., Панійк Е. та Бухаліса Д., Краєвської О., Смаль В.В., Юрченко О.В. та ін. Цінними інформаційними джерелами для розкриття теми є офіційні публікації Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), Європейської комісії, статистичної служби ЄС (Євростат), Всесвітнього економічного форуму. Важливу інформаційно-комунікаційну функцію виконують дослідницькі мережі на зразок Європейської мережі з доступного туризму (ENAT), спеціалізовані наукові журнали «European journal of tourism, hospitality and recreation» (Португалія), «The European Journal of Tourism Research» (Болгарія), «Географія та туризм» (Україна) тощо. Водночас реформування територіальної організації влади в Україні, надання ширших повноважень регіонам і місцевим громадам обумовлюють необхідність подальших різномасштабних досліджень розвитку європейського туризму.

Структура роботи: робота складається із вступу, трьох розділів, семи підрозділів, висновків та пропозицій та списку використаних джерел.

## РОЗДІЛ 1

### МІЖНАРОДНО-ПРАВОВІ ОСНОВИ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КРАЇНАХ ЄС

#### 1.1 Правовий механізм регулювання туристичної діяльності в країнах ЄС

XXI століття - це століття науково-філософського прогресу, етнічного ренесансу та відкритих суспільств, що розвиває інтерес етносів до пізнання надбань народів світу. Найкраще це можна зробити через розвиток і використання туризму.

Підвищення рівня культури, науки, освіти, зростання обсягів міжнародної торгівлі, засобів транспорту, зв'язку, платежів сприяє збільшенню кількості та розмаїтості контактів, поїздок громадян, викликаних не тільки професійно-діловими, але й пізнавальними, оздоровчими та іншими цілями.

Оскільки можливості саморегуляції системи туризму практично вичерпані, держава повинна передбачити заходи, спрямовані на стримування стихійного розвитку туризму. При цьому уряд повинен забезпечити базову інфраструктуру для розвитку туризму й вжити спеціальних заходів з підтримки індустрії туризму [29]. Необхідність державної підтримки та регулювання туризму як синтетичної, складної сфери діяльності й багатогранної економічної системи з розгалуженою мережею зв'язків, в орбіту якої входить понад 40 суміжних галузей національної економіки (транспорт, зв'язок, харчування), є очевидною [1]. Необхідність впливу органів державної влади на розвиток туризму доведена світовою практикою. Так, в Гаазькій декларації по туризму зазначено, що туризм має плануватися державною владою на комплексній і послідовній основі з урахуванням усіх аспектів цього феномена [45].

Що ж собою являє «державне регулювання розвитку туризму»? Науковці витлумачують це поняття як:

- сукупність форм і методів цілеспрямованого впливу органів державної влади на діяльність суб'єктів господарювання та ри-нкову кон'юнктуру з метою

забезпечення нормальних умов функціонування ринкового механізму, реалізації державних соціально-економічних пріоритетів, вироблення єдиної концепції розвитку туристичної сфери [64];

- система заходів задля здійснення підтримувальної, компенсаційної і регулювальної діяльності держави, спрямованої на створення нормальних умов ефективного функціонування ринку туризму й вирішення складних соціально-економічних проблем розвитку національної економіки й усього суспільства [72];

- здійснення уповноваженими органами державної влади та органами місцевого самоврядування соціально-політичних, фінансово-економічних, правових, організаційних, інформаційних заходів, спрямованих на використання інноваційних підходів до розвитку вітчизняного туризму із застосуванням принципів державного маркетингу [13];

- вид діяльності держави, що передбачає цілеспрямований вплив на систему відносин на ринку туристичних послуг з метою його збалансованого розвитку через дієвий механізм державного управління [3].

Зрештою варто погодитись, що під державним регулюванням розвитку індустрії туризму слід розуміти сукупність форм і методів цілеспрямованого впливу органів державної влади на діяльність суб'єктів господарювання і ринкову кон'юнктуру з метою забезпечення нормальних умов функціонування ринкового механізму, реалізації державних соціально-економічних пріоритетів і вироблення єдиної концепції розвитку індустрії туризму [34].

Державне регулювання економіки й туризму зокрема - це, перш за все, суб'єктивна форма її регулювання. Тому його ефективність зумовлена тим, якою мірою держава в процесі виконання своїх регулювальних функцій враховує об'єктивні економічні закони, передусім закони ринку, згідно з якими функціонує ринковий механізм. У цьому розумінні закони ринкового механізму створюють об'єктивну межу для втручання держави в економіку. Інакше кажучи, ринковий механізм - державного невтручання. Більше того, держава повинна сприяти розвитку ринкового механізму, усувати штучні перешкоди, які можуть

створювати для нього монополні підприємства. Вона може втручатися в ринковий механізм тільки в одному випадку, коли цей механізм ще не досягнув необхідного потенціалу й тому не здатний виконувати свою позитивну роль в економіці. Знайти межу такого втручання - актуальне завдання органів публічного управління [67].

Основними функціями державного регулювання розвитку індустрії туризму є:

- загальна організація та правова регламентація туристичної діяльності, планування розвитку туризму, контроль і нагляд за туристичною діяльністю;
- регулювання окремих видів туристичної діяльності;
- створення сприятливого іміджу країни або регіону;
- забезпечення охорони навколишнього середовища та істотних пам'яток;
- підтримка зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств;
- кадрове забезпечення туризму [34];
- забезпечення діяльності органів держави з інформаційної точки зору, тобто пошук, отримання, обробка, аналіз інформації, яка є необхідною для здійснення управлінської діяльності з боку держави (інформаційне забезпечення державного управління);
- прогнозування та моделювання тенденцій, що характеризують розвиток системи державного управління, державних органів, стандартів державного управління;
- планування - пов'язане з визначенням темпів, напрямків, пропорцій, показників кількісного та якісного типів, які характеризують особливості розвитку різнохарактерних процесів у системі державного управління, зокрема, реалізації функцій держави (економічного, соціально-культурного, військового, оборонного характеру тощо);
- організація - функція, що покликана формувати систему державного управління на базі визначених принципів і методів, окреслювати структуру керуючої та керованої підсистем у державному управлінні;

- розпорядництво - функція, що стосується оперативного регулювання поточних відносин, які традиційно виникають як результат реалізації повноважень державних органів і посадових обов'язків, забезпечення потрібного режиму державної діяльності у формі прийняття правових управлінських актів: наказів, розпоряджень, правил, інструкцій тощо;
- керівництво - функція, що пов'язана зі встановленням визначеного переліку нормативів і правил як діяльності в цілому, так і окремих дій державних органів (зокрема, державних службовців, посадових осіб);
- координація - функція, що повинна узгоджувати діяльність різних органів держави для сумісного досягнення поставлених цілей і завдань державного управління;
- контроль - це виявлення, чи відповідають стан і структура системи державного управління визначеним рівням і стандартам;
- аналіз і оцінка загальних результатів діяльності, а також окремих дій державних органів; співставлення відповідності планових і фактичних заходів в системі державного управління;
- виявлення проблемних аспектів державного управління, а також встановлення ступеня відповідності управлінських дій і нормативно-правової бази принципам доцільності й законності;
- регулювання - функція, покликана ефективно застосовувати методи і способи управління на державному рівні [2].

Механізм правового регулювання складають елементи, обов'язкові на окремих його стадіях:

- 1) принципи права, норми права, нетипові правові розпорядження (спеціалізовані норми права), об'єктивовані в нормативно-правових актах;
- 2) правовідносини, суб'єктивні юридичні права і обов'язки в їх індивідуалізації (конкретизації);
- 3) акти безпосередньої реалізації прав і обов'язків;
- 4) акти застосування норм права [68].

Згідно з дослідженнями Всесвітньої туристської організації, можна виділити такі економічні механізми держави щодо туристичного сектора. По-перше, виділення державних субсидій для реалізації окремих туристичних проектів. По-друге, надання пільгових позик за пільговими відсотками туристичним фірмам. Контроль за реалізацією проекту, під який вилається позика, здійснюється протягом усього строку його реалізації [44]. По-третє, державне поручительство щодо позик і субсидій, наданих комерційними банками на розвиток туризму. Окремим економічним механізмом є виділення податкових пільг для фінансового стимулювання національних та іноземних інвесторів [68].

Розглядаючи механізм державного регулювання туристичної сфери можна згрупувати елементи механізму та віднести до організаційних: програми розвитку туризму, створення єдиної інформаційної системи, нарощування туристичного потенціалу держави, формування позитивного туристичного іміджу держави, а до економічних: ліцензування, стандартизація, сертифікація, кредитування, митні та податкові пільги. Такий перелік має міститися в спеціальному за призначенням законі. До правових механізмів відносять законодавчі та нормативні акти, розроблення правил та регулювання діяльності турагентств і туроператорів.

Серед адміністративних механізмів можна виділити: послуги державних органів (видача ліцензій, дозволів, стандартизація та сертифікація туристичних підприємств), засоби переконання, інформаційно-рекламну підтримку, сприяння у міжнародній діяльності тощо [44].

Отже, правове регулювання у галузі туризму потрібно визначати з урахуванням сукупності методів, форм, засобів впливу органів державної влади, органів місцевого самоврядування, а також інших недержавних організацій в межах їхньої компетенції на туристичну діяльність, з метою забезпечення рівного підпорядкування усіх учасників господарських відносин у сфері туризму правовому господарському порядку та однакового захисту державою всіх суб'єктів туристичної діяльності і споживачів туристичних послуг.

Міжнародно-правові засоби правового регулювання туристичної діяльності поділяються на засоби загального та спеціального характеру. Серед засобів загального характеру адміністративними є прогнозування та планування розвитку туризму та туристичної діяльності; державне замовлення з обов'язковим відображенням в бюджетному плануванні; ліцензування; технічне регулювання; застосування нормативів та лімітів; регулювання цін і тарифів; контроль за діяльністю в галузі туризму; митний та прикордонний контроль, встановлення відповідальності та застосування засобів впливу за порушення законодавства. Економічними засобами є: надання інвестиційних, податкових та інших пільг; надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій та субсидій.

## 1.2. Міжнародні моделі організації туристичної діяльності в країнах ЄС

Аналізуючи роль держави в організації й розвитку туристичної діяльності в різних країнах світу, можна виділити три типи моделей державної участі в регулюванні цієї важливої складової національної економіки.

Перша модель припускає відсутність центральної державної туристичної адміністрації, всі питання вирішуються на місцях на засадах та принципах ринкової "самоорганізації". Урядові органи використовують таку модель у тих випадках, коли туризм національній економіці взагалі не дуже потрібний, або коли суб'єкти туристичного ринку займають сильні позиції, тобто здатні вирішувати свої проблеми без державної участі. Подібна модель управління індустрією туризму прийнята в США після того, як в 1997 р. була ліквідована державна структура U.S. Travel and Tourism Administration (USTTA), що відповідає за розвиток туризму в країні [33].

Друга модель передбачає наявність сильного й авторитетного центрального органу - міністерства, що контролює діяльність усіх підприємств туристичної галузі в країні. Для її реалізації потрібні відповідні умови, а саме: значні фінансові вкладення в туристичну індустрію: зокрема у рекламну й маркетингову діяльність, інвестування в туристичну інфраструктуру тощо.

Подібна модель організації управління туристичною індустрією діє в Єгипті, Мексиці, Тунісі, Туреччині та інших країнах, для яких туризм є одним з основних джерел валютних надходжень у бюджет [33].

Третя модель переважає в розвинених європейських державах. У країнах, де використовується така модель, питання розвитку туристичної діяльності в країні вирішуються в “надрах” певного багатогалузевого міністерства на рівні відповідного галузевого підрозділу. При цьому підрозділ даного міністерства, що відповідає за розвиток туризму в країні, здійснює свою діяльність у двох напрямках: вирішує або регламентує загальні питання державного регулювання (розробка нормативно-правової бази, координація діяльності регіональної представницької й виконавчої влади, міжнародне співробітництво на міждержавному рівні, збирання й обробка статистичної інформації тощо) та спрямовує й координує маркетингову діяльність (участь у виставках і міжнародних об’єднаннях у туристичній сфері, управління туристичними представництвами своєї країни за кордоном тощо) [25, с. 95].

Така модель участі держави в розвитку індустрії туризму отримала умовну назву “європейської”. Доцільно розглянути європейську модель докладніше, оскільки вона уявляється найбільш прийнятною для України. Особливої актуальності дослідженню даної моделі надає не лише ситуація глобальних трансформацій у сучасному світі, але й вибір Україною європейського вектора розвитку, необхідність побудови в ній демократичного, відкритого громадянського суспільства.

Слід зауважити, що центральна державна туристична адміністрація в розвинених європейських країнах працює в тісній взаємодії з місцевою владою й приватним бізнесом. Така схема роботи виявилася досить продуктивною з погляду знаходження форм конструктивного співробітництва й взаємодії адміністративних органів різних рівнів державного та регіонального управління, а також для залучення фінансових коштів приватного сектора з метою виконання відповідних державних завдань. Наслідком такої політики стала поява змішаних

за формою власності (державно-приватних) інститутів у сфері регулювання туристичної діяльності [25, с. 95].

Варіанти реалізації третьої моделі управління туристичним сектором розглянемо на прикладі чотирьох європейських країн: Франції, Іспанії, Великобританії та Італії, на частку яких, за даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО) припадає близько 1/3 світових туристичних прибутків [83, с. 5].

У Франції питання регулювання туризму стосуються компетенції Міністерства транспорту та суспільних робіт, у структурі якого функціонують Державний секретаріат з питань туризму та Управління туризму. Дані органи відповідають за управління та регулювання галузі, інвестування й міжнародні відносини у сфері туризму. Крім того, існує ще ціла низка органів, що беруть участь в управлінні туризмом “із правом дорадчого голосу”: Рада з туризму при Міністерстві транспорту та суспільних робіт, Французьке агентство туристичного інжинірингу, Національна наглядацька рада з туризму (маркетингові дослідження й статистика в туризмі), Національне агентство з питань відпускних подорожей (соціальний туризм), Національний комітет з процвітання Франції (питання екології й озеленення міст).

На регіональному рівні діють представники центральної виконавчої влади, що вирішують питання розвитку туристичної сфери та підпорядковані безпосередньо префектам. Діяльність цих представників спрямована на координацію регіональних ініціатив, оскільки повноваження місцевої влади в галузі туризму досить вагомі.

Просуванням образу Франції як туристичного центру на міжнародному ринку займається асоціація “Maison de la France”, що виникла в 1987 р. у результаті угоди про партнерство між місцевими адміністраціями, туристичними фірмами, готелями, адміністраціями об’єктів екскурсійного показу. На даний час асоціація нараховує близько 800 членів. У штаті асоціації “Maison de la France” більше 200 співробітників, 31 його представництво працює в 26 країнах світу.

Керівний орган асоціації - рада директорів складається з 27 осіб (1/3 - чиновники з держапарату, а 2/3 - представники приватного бізнесу) [77].

Діяльність асоціації на 60% фінансується з держбюджету. В 2004 р. субвенція, що передбачена в Законі про державний бюджет Франції для “Maison de la France”, становить 29,3 млн євро. На 2005 р. ця сума повинна досягти 30,3 млн євро [76].

В 90-ті роки ХХ-го ст. просування французького туристичного продукту на закордонні ринки відбувалося дуже успішно. Фахівці підраховали, що кожен вкладений у просування франк приносив 100 франків надходжень. Пріоритетними ринками для Франції за обсягом і потенціалом були Японія, США, Німеччина та Великобританія, надходження від яких становили половину всіх надходжень країни від міжнародного туризму. Приклад “Maison de la France” яскраво засвідчує, як багаторазово можна збільшувати ефект від державних інвестицій, якщо їх уміло доповнювати інвестиціями приватного сектора.

В Іспанії питання туризму координує Державний секретаріат з питань торгівлі, туризму та малого бізнесу, підлеглий Міністерству економіки. Крім Держсекретаріату Міністерству підпорядковуються: Центральна дирекція з туризму (адміністративні питання, розробка загальних напрямів державної політики у сфері туризму); готельна мережа “Paradores” (83 готелі, розміщені в будинках, що становлять історичну цінність); два виставково-конгресних центри (в Мадриді й Малазі) та Іспанський інститут туризму - “Turespasa” [80].

Повноваження самого Міністерства економіки невеликі. Такі важливі функції, як ліцензування, сертифікація послуг, розробка стратегії розвитку туріндустрії є прерогативою місцевої влади. З метою координації їх діяльності в країні створена Рада з розвитку туризму, до складу якої входять представники державних органів влади всіх рівнів та представники приватного бізнесу.

На нашу думку, Україні слід перейняти в майбутньому досвід співробітництва Ради з розвитку туризму із представниками приватного сектора, що здійснюється через впровадження в організацію й облік висунутих останніми

ініціатив, особливо з питань просування специфічних та екологічних туристичних продуктів.

Іспанський інститут туризму “Turespasa” займається залученням іноземних туристів, здійснюючи рекламну діяльність та промоцію іспанських курортів за кордоном. Дана організація має широку мережу інформаційних офісів в Іспанії та 29 представництв у 21 країні світу. Інститут повністю фінансується з держбюджету [80].

Як результат, Іспанія посідає перше місце у світі за обсягом річного бюджету для проведення політики просування національного туристичного продукту за кордоном, 70% якого надається урядом країни.

У Великобританії очолює сферу туризму Міністерство культури, засобів масової інформації та спорту, якому підпорядковується орган, що безпосередньо координує діяльність у галузі туризму - “VisitBritain”. Він займається залученням іноземних туристів у Великобританію, розвитком внутрішнього туризму, а також консультує уряд й інші державні установи з питань туризму. “VisitBritain” - поряд із традиційною діяльністю на іноземних ринках (поширення інформації туристичного змісту, реклама, участь у виставках) надає платні консалтингові послуги, організовує виставки та семінари, здійснює різні проекти за участю іноземного капіталу, видає та реалізовує путівники, відеофільми та іншу рекламно-інформаційну продукцію.

Правління “VisitBritain” призначається Міністерством культури, засобами масової інформації та спорту й складається з голови та 5 членів, а також голів “Wales Tourist Board”, “VisitScotland” та “England Marketing Advisory Board”, регіональних структур, схожих за своїми функціями з “VisitBritain”. На фінансування діяльності організації в 2004-2005 рр. державою має бути асигновано 35,5 млн фунтів, неурядове фінансування становитиме приблизно 17 млн фунтів [82].

Важливим чинником у процесі реалізації державної туристичної політики є запозичення Україною досвіду “VisitBritain” з ефективного застосування сучасних інформаційних технологій та маркетингових компаній. Успіх проектів

“VisitBritain” реалізованих в 2004 р. (“The City Breaks”, “Touring and Good Living”) позначився на зростанні прибутку від в’їзного туризму (12,3 млрд фунтів). Розробивши власний оновлений сайт [www.visitbritain.com](http://www.visitbritain.com) на 19 мовах для 36 країн світу, “VisitBritain” продовжує адаптувати його для нових туристичних ринків світу. В 2005 р. в Чехії, Угорщині, Таїланді, Малайзії та Греції відкриваються локальні версії сайту на мовах даних країн [19].

В Італії Департамент з туризму входить до складу Міністерства виробничої діяльності. Основні його функції зводяться до координації діяльності регіональних турадміністрацій, розробки нормативно-правових документів загальнонаціонального характеру, досліджень та обробки статистичних даних, а також міжнародної діяльності (міжурядові угоди, взаємовідносини з міжнародними організаціями та ЄС) [78].

Повноваження місцевих туристичних адміністрацій в Італії на даний час також значно розширені. Вони відають всіма питаннями ліцензування туристичної діяльності на своїй території, здійснюють класифікацію готелів, мають право просувати й рекламувати свої регіони всередині країни та за кордоном (рекламні заходи, участь у виставках тощо).

Однак провідна роль у представленні Італії на міжнародному туристичному ринку належить Національному управлінню з туризму (Ente Nazionale Italiano per il Turismo - ENIT), основними функціями якого є рекламно-інформаційна робота, маркетингові дослідження, координація міжнародної діяльності місцевих турадміністрацій. ENIT підпорядковується Департаменту з туризму й повністю фінансується з держбюджету. У штаті ENIT 200 осіб, у тому числі співробітники 20 представництв у 16 країнах. Відповідно до заяви голови ENIT Амедео Оттавіані в 2005 р. ENIT повинна отримати з державного бюджету Італії для виконання своїх функцій близько 50 млн євро [79].

Україна зацікавлена в знайомстві з досвідом роботи ENIT щодо розвитку ділового туризму в окремих провінціях Італії, презентації турпродуктів найбільших провінцій країни на міжнародних туристичних салонах і

встановленню співробітництва між державними органами та приватними туристичними підприємствами.

Ми вважаємо, що за масштабами міжнародного туризму та формою організації туристичної галузі для України найбільш прийнятна саме третя модель управління. Однак для ефективного функціонування даної моделі доцільно отримати необхідне державне фінансування (щонайменше, часткове) для участі країни у формуванні й просуванні національного турпродукту, здійснення маркетингових досліджень, рекламно-інформаційної діяльності, організації та проведення міжнародних туристичних виставок, конференцій, семінарів, формування базового пакету інвестиційних проектів у галузі розвитку туристичної інфраструктури тощо.

На нашу думку, поряд з внутрішніми програмами регіонального розвитку важливу роль відіграє політика територіального регулювання на наднаціональному (глобальному) рівні, що є особливо актуальним для країн Європейського Союзу. Основними структурами, що координують дану політику, є Комітет з регіональної політики при Раді міністрів ЄС та Європейський фонд регіонального розвитку, що діє в межах бюджету ЄС.

Однак ЄС, активно координуючи туристичну діяльність, не втручається в політику кожної з країн-учасниць, адаптовану до відповідних специфічних умов, що важливо для України, яка мусить віднайти саме своє місце в європейській спільноті. Особливістю європейської регіональної політики є орієнтація на пріоритетну роль у вирішенні питань економічного розвитку окремих регіонів (виділених за спеціальною методикою) перед національними державами. Тим самим передбачається поступова трансформація “Європи національних держав” в “Європу регіонів” [5, с. 85].

У даному контексті для України варто використовувати досвід європейських країн, де діють правила розвитку міст і районів, відповідно до яких змінюються та розвиваються методи використання землі. Державний контроль спрямований на захист ландшафтів та унікальних куточків природи, запобіганню спекуляції землею. Контроль за використанням землі супроводжується

регулюванням будівництва та полягає в архітектурному нагляді. У більшості країн прийняті закони, що захищають історико-архітектурні пам'ятники.

Зауважимо, що державні дотації для суб'єктів туристичної діяльності в країнах ЄС проявляються в різних формах. Серед основних видів державних інвестицій можна виділити: зниження ціни інвестиції в туристичні проекти, що включає позики за вигідними процентними ставками (уряд відшкодовує різницю між фіксованою процентною ставкою й ринкової), продаж, оренду землі або інфраструктури за ціною нижче ринкової, податкові пільги, захист від подвійного оподаткування за допомогою укладання угод з іншими країнами, зниження мита, прямі субсидії або надання гарантій на інвестиції з метою залучення іноземних інвесторів [33].

Для цього (ми вважаємо, такий досвід Україні слід обов'язково запозичити) уряд гарантує надання позики або репатріацію капіталу та прибутку, стежить за тим, щоб вищезгадані види заохочень були використані за призначенням та проекти відповідали цілям, на які були виділені гроші.

Європейський Союз інвестує туризм за допомогою Європейського фонду регіонального розвитку (EFRD), що був заснований в 1975 р. та надає фінансову допомогу слаборозвиненим регіонам ЄС. Перевагу при присудженні грантів EFRD віддає проектам, що сприяють розвитку сільського (зеленого) туризму та активно пропагують історичну й культурну спадщину регіону.

З інших організацій, що фінансують розвиток туризму в Європі, можна виділити Європейський інвестиційний банк (ЕІВ), що субсидіює різницю процентних ставок за рахунок ресурсів, одержуваних на міжнародних кредитних ринках по преференційних ставках, виконуючи, таким чином, посередницькі послуги.

Наприклад, ЕІВ фінансував будівництво тунелю під Ла-Маншем, спорудження Діснейленда в Парижі, розширення аеропортів Франкфурта, Мюнхена та Гамбургу в Німеччині та аеропорту "Стансед" у Великобританії.

Іноземні інвестиції в туристичний сектор забезпечуються як з боку приватного бізнесу, так і з боку міжнародних організацій. Основним

закордонним кредитором є Світовий банк (Міжнародний банк реконструкції й розвитку - МБРР). Його діяльність спрямована на забезпечення нормального життєвого рівня в країнах, що розвиваються, за допомогою довгострокового фінансування розвитку інфраструктури даних країн та окремих туристичних проєктів.

Як правило, з підвищенням значення туризму в економіці країни збільшується й участь держави в регулюванні туристичної галузі через міністерство з відповідними повноваженнями або за допомогою участі різних міжнародних організацій [34].

Флагманом міжнародного туризму є Всесвітня туристична організація (ВТО). ВТО – провідна міжнародна організація у сфері туризму, діє як глобальний форум для обговорення питань туристичної політики та є найважливішим джерелом практичної інформації з проблематики туризму. У ВТО в 2004 р. входили 144 країни, 7 територій, а також понад 350 асоційованих членів, які представляють місцеві органи влади, туристичні асоціації й приватні компанії, зокрема авіакомпанії, готельні мережі та туроператори. Організація в основному фінансується із внесків своїх членів [73].

У 1997 р. Україна стала дійсним членом ВТО, а з 1999-го - членом Виконавчої ради ВТО. У 2001 р. статус члена Ділової ради ВТО отримав Київ; раніше його мали лише такі туристичні центри, як Париж, Мадрид і Москва [11].

Підсумовуючи, зазначимо, що саморегуляція ринку туризму є необхідною умовою для його функціонування. У взаємодії “державне регулювання - ринок” первинною ланкою є ринок, а державне регулювання виступає як інструмент, що забезпечує загальні умови його існування, вирівнює стартові умови його суб’єктів та усуває, по можливості, негативні прояви ринкової стихії.

Розмір державних інвестицій у туризм залежить від важливості даного сектора для економіки країни, а вкладення міжнародних фінансових інститутів - від гарантій, що надаються урядом конкретних країн по кредитах, від репутації

самої країни на міжнародному туристичному ринку та від грамотності бізнес-планів, складених урядом країни для одержання фінансових ресурсів.

## РОЗДІЛ 2 ПРАВОВА ХАРАКТЕРИСТИКА НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В ЄС

### 2.1. Поняття та види туристичних послуг в країнах ЄС

Проблеми й особливості класифікації туризму відображені в правових та економічних наукових дослідженнях таких вітчизняних і зарубіжних учених, як: Я. В. Вольвач, О. П. Анисимов, С. В. Злобін, А. Я. Риженков, Я. А. Дубенюк, О. Ю. Гусякова та ін. Актуальною та такою, що потребує додаткового наукового дослідження в сучасних умовах, є необхідність визначення класифікації відносин, які виникають при наданні туристичних послуг, правового обґрунтування реалізації послуг як туристичних продуктів та встановлення перспективного впливу засобів державного регулювання таких категорій у туризмі [63, с. 206].

По-перше, поширеним є сприйняття туризму як соціальної діяльності особи – подорожуючого. Згідно з п. 1.1 розд. А гл. 1 «Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа» [10] туризм – це подорожі та перебування у місцях, що знаходяться поза межами звичайного середовища подорожуючого, на строк не більше 12 місяців, з будь-якою метою, крім зайняття оплачуваною там діяльністю. В цьому разі ознаками туризму виступають місця поза межами звичайного середовища з метою, яка не передбачає зайняття оплачуваною діяльністю. Разом з тим у Гаазькій декларації Міжпарламентської конференції з туризму (Гаага, 1989 р.) відповідно до мети її діяльності акцентується на особисте, соціальне та міждержавне значення туризму та розуміння туризму як виду діяльності. Риси туризму як явища є всілякі вільні переміщення людей від місця їх постійного проживання та роботи.

По-друге, відповідно до ст. 1 Гаазької декларації Міжпарламентської конференції з туризму туризм є сферою послуг та діяльністю, що має найважливіше значення для життя людей і сучасних суспільств, що

перетворилася на важливу форму використання вільного часу окремих осіб і є основним засобом міжособистісних зв'язків і політичних, економічних і культурних контактів, що стали необхідними в результаті інтернаціоналізації всіх секторів життя націй [12]. Тобто основний акцент ставиться на переміщення людей від місця їх постійного проживання та роботи, і в основу поділу економічних відносин також покладається певна послуга або діяльність, пов'язана з туризмом та побудовою соціальних відносин.

По-третє, якщо звернутися до міжнародних статистичних документів з туризму, які найбільше впливають на групування певної соціальної діяльності і мають певний відбиток у правових документах, то відповідно до п. 1.9 «Международных рекомендаций по статистике туризма, 2008 год» (далі – IRTS 2008) [41] основний наголос зроблено на види діяльності, що здійснюються відвідувачами, і на їх вимірюванні за допомогою як грошових, так і не грошових показників. У зв'язку з цим акцент робиться на економічних аспектах, і з цієї точки зору туризм визначається як діяльність осіб, що класифікуються як відвідувачі, які подорожують на певних умовах, а саме в цілях проведення відпустки, дозвілля і відпочинку, в ділових цілях, для лікування, навчання або в інших цілях.

У працях науковців, нормативних актах, їх проектах поширеною є класифікація туризму на підставі мети туристської подорожі. Разом з тим у пунктах 3.12, 3.18 IRTS 2008 відмічено, що інформація про таку мету корисна для визначення поведінкових моделей туристських витрат, для планування, маркетингу та збуту, а розбивка між діловими та особистими, лікувальними та освітніми допомагає для узагальнення статистичної інформації. Цим може бути обґрунтований і зміст вживаного в праві маркетингового за походженням терміна «туристичний продукт». Як пояснено в пунктах 3.22, 3.23 IRTS 2008, з поняттям «продукту» з економічної статистики не пов'язане поняття «туристського продукту», оскільки в останньому крім певної основної діяльності комбінуються характеристики місць, що відвідуються, види транспорту, види розміщення, конкретні види діяльності в місцях призначення, наприклад,

екскурсії в заповідники, мешкання на фермах, відвідування конкретного міста, заняття конкретним видом спорту, пляжний туризм, що використовується професійними учасниками туристичного бізнесу задля реклами та просування на ринок певних пакетів або напрямів послуг, тому і, наприклад, гастрономічний, міський, оздоровчий, зимовий туризм, екотуризм, агротуризм є класифікацією як інструмент маркетингу [63, с.207].

По-четверте, існує і галузевий поділ видів туристичної діяльності, більш звичний для господарсько-правового галузевого поділу економіки. У гл. 5 «Классификация продуктов и производительной деятельности в сфере туризма» IRTS 2008 основний акцент зроблено на товари і послуги, придбані безпосередньо відвідувачами в рамках індивідуальних споживчих витрат домогосподарств і на основні види продуктивної діяльності з обслуговування відвідувачів у прямому контакті з ними. Як наслідок, відповідно до пп. 5.2, 6.2 IRTS 2008 група всіх закладів, які мають один і той самий основний вид діяльності, який полягає у прямому обслуговуванні відвідувачів і є одним із характерних для туризму видів діяльності, складає галузь туризму, та гл. 6 IRTS 2008 відносить до галузей туризму: розміщення відвідувачів, діяльність у сфері громадського харчування, пасажирські перевезення, діяльність бюро подорожей та інших служб бронювання. Більш деталізовано наведені види діяльності відображено в «Международной стандартной отраслевой классификации всех видов экономической деятельности, четвертый пересмотренный вариант» (МСОК Rev.4) [40].

Розглянуті ознаки та галузевий зміст туризму в сучасних умовах потребують коригування у зв'язку з актуальністю класифікації видів туризму та її впливу на механізм правового регулювання туризму.

Розвиток туристичної галузі характеризується позитивною динамікою змін кількісних та якісних показників туристичної галузі: збільшенням туристичних потоків, відрахувань у державний та місцевий бюджети, підвищенням рівня зайнятості в туристичній галузі. Трансформація політичної карти світу в останньому десятилітті ХХ століття стала новим стимулом у

розвитку міжнародного туризму. Вступ багатьох країн Європи до Європейського Союзу дозволив залучити іноземні інвестиції в туристичну галузь. Тому були вдосконалені інформаційні технології, розширилася можливість користування міжнародною системою резервації готельних номерів, що дозволило країнам Центральної та Східної Європи швидше інтегруватися в європейський ринок туристичних послуг. Цікавим та актуальним об'єктом досліджень є державна політика Польщі у сфері туризму [31].

Польща має зручне географічне розташування, наявність широкого спектру природних та історико-культурних ресурсів, позитивну динаміку зростання життєвого рівня населення, низький, у порівнянні з розвиненими країнами, рівень цін, а також приналежність до європейської спільноти [87]. Як результат, за допомогою відповідного інституційного та законодавчого забезпечення Польща здійснює активну, а головне, ефективну політику у сфері туризму. Система органів державного регулювання туристичної сфери має суттєві відмінності залежно від країни та ролі туризму в її економіці. Різноманітні підходи до державного регулювання розвитку туристичної діяльності обумовлюються багатьма факторами: політичною та економічною стабільністю країн, роллю туризму у формуванні державного бюджету країни, потенціалу національного туристичного ринку, доступності туристичних ресурсів для власних та іноземних туристів, ролі країни на міжнародному туристичному ринку, масштабів інвестицій в туристичну сферу, рівня туристичної привабливості для туристів (наявність та стан історико-культурних пам'яток, унікальних природних ресурсів) [31].

У країнах світу існують різноманітні підходи до створення та функціонування органів регулювання розвитку індустрії туризму. Це пояснюється специфікою соціально-економічних і політичних умов розвитку окремих держав, рівнем значущості та масштабами туризму в національній економіці, рівнем розвинутої ринкових відносин. Аналізуючи роль держави в розвитку туристичної галузі, можна виділити чотири моделі розвитку індустрії туризму.

Перша (ринкова) модель передбачає відсутність центральної державної туристичної адміністрації, органу державного управління на рівні центральної влади. Всі питання, пов'язані з розвитком туризму, вирішуються на рівні регіонів або самостійно суб'єктами господарювання на основі оперативного регулювання та принципів ринкової економіки. Основна умова для можливості використання цієї моделі полягає в тому, що країна має бути привабливою для іноземних туристів з усіх поглядів і не мати потребу в особливій рекламі національного туристичного продукту на світовому ринку [85]. Подібна модель розвитку індустрії туризму сформувалася в США. Однак прийняття першої моделі можливе лише у випадках, коли туризм національній економіці взагалі не потрібний або коли суб'єкти туристичного ринку настільки сильні та свідомі, що здатні вирішувати всі свої проблеми без участі держави. Такий підхід ефективний у країнах з розвинутою ринковою економікою, де переважають приватні компанії різної величини і спеціалізації. Важливе значення при цьому мають розвинута інфраструктура, система забезпечення безпеки туристів, високий рівень надання банківських, страхових послуг і медичного обслуговування. Друга модель розвитку туризму передбачає наявність спеціального, потужного, авторитетного і самостійного державного центрального органу (міністерства, управління), що займається розвитком та контролює діяльність усієї туристичної галузі. Міністерство має значні повноваження у сфері інвестицій, маркетингових досліджень, підготовки кадрів, реклами тощо. Спеціалізовані органи займаються майже виключно питаннями функціонування туристичної галузі. Така модель управління туристичною індустрією властива багатьом країнам, що розвиваються, країнам з перехідною економікою, для яких туризм є одним з основних джерел валютних надходжень у бюджет, а також деяким високорозвинутим з туристичного погляду державам з багатою туристичною історією, які мають намір постійно підтримувати на належному рівні туристичний імідж. У цих країнах туризму надається важливого значення в державній туристичній політиці. Друга модель розвитку індустрії туризму характерна для таких країн: Ізраїль, Єгипет, Індія, Куба, Мальта,

Марокко, Мексика, Нова Зеландія, Малайзія, Кенія, Оман, Камбоджа, ПАР, Домініканська Республіка, Хорватія [28].

Третя (європейська) модель участі держави в розвитку індустрії туризму переважає в розвинутих європейських державах. Вона передбачає, що питання розвитку туристичної діяльності вирішуються на рівні спеціалізованого галузевого підрозділу (централізована структура, державний орган), який функціонує в рамках багатогалузевих, багатofункціональних міністерств (найчастіше економічної спрямованості) або напряму підпорядковується урядові країни, однак має статус відносно самостійного адміністративного органу [43;85]. Характерними рисами цього типу розвитку туризму є: погодження інтересів держави, місцевої влади та приватного бізнесу; взаємовигідні форми співробітництва між органами управління макроекономічного та мезоекономічного рівнів; у країнах діють багато інших організацій, що займаються питаннями розвитку туризму (перебувають в адміністративному підпорядкуванні у вищезгаданих структур або функціонують автономно). Така схема роботи виявилася досить продуктивною для залучення фінансових засобів приватного сектору до вирішення актуальних завдань розвитку національної економіки. До цієї моделі відносять такі країни: Швейцарію, Німеччину, Францію, Австрію, Польщу, Великобританію, Італію, Іспанію, Швецію, Сінгапур, Чехію, Угорщину, Грузію, Китай. Четверта (комбінована) модель розвитку туристичної галузі передбачає створення комбінованого міністерства, яке, крім туризму, охоплює інші, суміжні з ним або взаємодоповнюючі напрями соціально-економічної політики. Для країн, які дотримуються цього типу державного регулювання, характерне визначення туризму як пріоритетного напряму розвитку економіки, що досягається за допомогою чіткого розподілу повноважень між центральною та регіональними туристичними адміністраціями. Основними цілями державної туристичної політики подібних спільних міністерств є забезпечення збалансованості в розвитку туризму та інших галузей економіки, а також просування національного туристичного продукту за кордоном. Ця модель поєднує риси другої та третьої моделей

розвитку туристичної галузі і є характерною для таких країн: Туреччина, Греція, Туніс, Індонезія, Болгарія, Йорданія, Росія. Варто зазначити, що Польща відноситься до третьої моделі розвитку індустрії туризму [14;85].

У 1989 році розпочався сучасний етап розвитку туристичної індустрії в Польщі. Після руйнування старої системи пришвидшилися темпи її розвитку. У 1990 році засновано Польську туристичну палату (Polska Izba Turystyczna – PIT), що представляє інтереси своїх членів, які працюють у галузі туризму. Великий вплив на процес розвитку туріндустрії в Польщі мало скасування віз до багатьох європейських держав для громадян Польщі. У 1997 році за допомогою експертів ЄС розпочато перший етап реалізації Програми розвитку національного турпродукту в 5 напрямках: бізнес-туризм, міський культурний туризм, сільський туризм, спеціалізований туризм, прикордонно-транзитний туризм. У цей самий період розпочато реформу системи управління туріндустрією. У вересні 1997 році сейм ухвалив закон «Про туристичні послуги», що повністю відповідає нормам європейського права. У 1999 році було створено Польську туристичну організацію. Визначальною подією для подальшого розвитку Польщі та її туристичної галузі став її вступ до ЄС [46].

Він зробив Польщу доступнішою для іноземних туристів, усунувши митні та прикордонні бар'єри. Окрім того, поживав співпрацю між відповідними структурами ЄС та Республіки Польща, що безперечно посприяло пришвидшенню процесів розвитку туристичної інфраструктури та індустрії загалом, а також посприяло залученню інвестицій ЄС у туристичну сферу Польщі. З 1997 року туризм належить до сфери відповідальності міністерства спорту і туризму Польщі, до складу якого входить департамент туризму, який займається питаннями розвитку та регулювання туристичної індустрії. Згідно із Законом «Про діяльність урядової адміністрації», основними завданнями Міністерства у сфері туризму є: розвиток туристичної інфраструктури держави; створення і забезпечення ефективності механізмів регулювання туристичного ринку. Зважаючи на те що туризм є міжгалузевим диверсифікаційним комплексом, реалізація багатьох завдань, що впливають на розвиток туристичної

індустрії Польщі, належить до компетенції інших міністерств та відомств. Завдання міністерств, що стосуються туристичної індустрії детально наведені в «Стратегії розвитку туризму на 2007–2013 рр.» міністерства економіки Польщі, до компетенцій якого раніше входило управління галуззю[84]. Окрім того, варто відзначити, що багато завдань, вирішення яких має безпосередній вплив на стан туріндустрії, належить до компетенції органів місцевого самоврядування різних рівнів: воєводств, повітів та гмін.

Таким чином, державне регулювання туризму в Польщі здійснюється Міністерством спорту і туризму, до складу якого входить департамент туризму, головною метою діяльності якого є розвиток та регулювання туристичної індустрії. Стратегія розвитку туризму в Польщі у 2007-2013 роках зазначалося, що для гармонійного розвитку туризму в Польщі необхідне багатостороннє співробітництво уряду, місцевих органів влади, приватного сектору, а також неурядових організацій. Органом, що займається просуванням туристичних можливостей Польщі в країні та за кордоном, є Польська Туристична Організація (ПТО). ПТО є державною установою і головними завданням цього органу є просування Польщі як країни, привабливої для туристів, забезпечення функціонування та розвитку польської туристичної інформаційної системи та підтримка планів розвитку і модернізації туристичної інфраструктури. ПТО має філії в 14 країнах по всьому світу та планує рекламні кампанії, які включають в себе потреби окремих ринків. Також, Польська туристична організація займається підготовкою та друком рекламно-інформаційних матеріалів про Польщу. Такі матеріали видаються 12 мовами і забезпечують потенційних туристів необхідною інформацією. Завдяки характерному дизайну і змістовному наповненню такі друковані матеріали є легко впізнаваними і визнані одними з найкращих у світі. Не рідко організація бере участь у фінансуванні видань регіональних туристичних організацій. ПТО підтримує тісні контакти з 20 іншими національними туристичними організаціями і активно співпрацює з органами самоврядування, науковими та навчальними закладами, представниками туристичної індустрії, а також регіональними та локальними

туристичними організаціями. Багаторічна присутність на ринку, знання реалій, культури і традицій конкретної країни дає можливість працівникам закордонних представництв ПТО точно прогнозувати, вчасно виявляти тенденції та потреби відповідного ринку і адекватно реагувати на них. Це сприяє підвищенню ефективності просування польського туристичного продукту в Європі та світі [86].

Ще одним важливим державним органом регулювання туризму і реалізації туристичної політики країни є Польська палата туризму. Основні напрями її діяльності є: 1) представлення господарських інтересів членів; 2) впровадження новітніх технологій; 3) співпраця з державними інституціями, які пов'язані з туризмом – міністерствами економіки, фінансів, закордонних справ, регіонального розвитку, спорту та туризму, Прикордонною службою, Польською туристичною організацією, Польською агенцією розвитку туризму, Інститутом туризму, Державною радою туристичних, готельних організацій та організацій громадського харчування; 4) впровадження в польське законодавство стандартів якості туристичних послуг та основних засад туристичної політики ЄС; 5) охорона та захист прав вітчизняних туристичних підприємств від надмірної конкуренції іноземних туристичних підприємств і корпорацій на польському ринку; 6) участь в розробці та виконанні державних і регіональних стратегій та програм розвитку туризму; 7) співробітництво з міжнародними та європейськими туристичними організаціями; 8) участь та представлення польського туризму на всесвітніх і національних туристичних виставково-ярмаркових заходах. Агенція розвитку туризму Польщі ще один з державних органів регулювання і впровадження туристичної політики в Польщі. До основних напрямів діяльності можна віднести: 1) туристичний аудит; 2) створення туристичних продуктів; 3) розробка туристичної марки; 4) маркетингова комунікація; 5) розробка туристичних бізнес-планів. Регіональні туристичні організації і Локальні туристичні організації становлять форум співпраці місцевого самоврядування, галузевих організацій та підприємств. Їх завдання полягає в координації промоційної діяльності у воєводствах, гмінах та

повітах, створенні привабливого туристичного іміджу регіону, а також у стимулюванні створення і розвитку туристичних продуктів. Усі воєводства мають свої Регіональні і Локальні туристичні організації від кількох до кільканадцяти. Співпраця на різних рівнях дозволяє гармонізувати і узгоджувати інвестиції та зусилля на місцевому рівні з планами розвитку і фондами Польської туристичної організації [87; 89].

Науковий супровід розвитку туризму здійснює Інститут туризму, який досліджує туристичні ринки, розроблює заходи стимулювання в'їзного туризму для певних туристичних напрямів, формує стратегії маркетингу національного туризму, визначає перспективні ринки збуту туристичного продукту, а також здійснює оцінку економічного ефекту від туристичної діяльності для країни та окремих регіонів. Варто відзначити, що багато завдань, вирішення яких має безпосередній вплив на стан туріндустрії, належить до компетенції органів місцевого самоврядування різних рівнів: воєводств, повітів та гмін. Основними завданнями у сфері туризму, вирішення яких покладається на виконавчі органи воєводств, є:

- реєстрація туристичних підприємств і контроль за їх діяльністю;
- видача дозвільної документації на надання послуг гідів та екскурсіводів;
- сертифікація та категоризація закладів розміщення і контроль за їх діяльністю;
- створення планів розбудови туристичної інфраструктури на місцевому рівні.

До компетенції повітів відносяться: створення на своїй території і забезпечення функціонування інституцій у сфері фізичної культури, туризму та відпочинку, облік, нагляд за діяльністю і часткове фінансування спортивних і туристичних об'єднань на території повіту, сприяння розвитку окремих видів туризму на території повітів. До компетенції гмін у сфері індустрії туризму належить:

- збереження, модернізація і розбудова туристичних і спортивних об'єктів на території гміни;
- реалізація спеціальних програм з туризму в рамках шкільного навчання;
- охорона навколишнього середовища, а також пам'яток культури та архітектури [89].

Отже, польські туристичні організації і державні органи регулювання туристичної галузі мають чіткий розподіл функцій, діяльність цих органів взаємопов'язана та взаємоузгоджена, фінансування діяльності цих організацій здійснюється відповідно до розроблених стратегій, на достатньому рівні та на постійній основі, діяльність польських організацій не обмежена головним офісом, а має розгалужену мережу як в країні, так і за кордоном. У Польщі з метою гармонійного розвитку туристичної індустрії співпрацює велика кількість інституцій та організацій: уряд, зокрема відповідне міністерство, основними завданнями якого є розвиток туристичної інфраструктури держави та створення і забезпечення ефективності механізмів регулювання туристичного ринку. Польська туристична організація з регіональними та локальними туристичними організаціями. Польська агенція розвитку туризму, що розробляє стратегії розвитку для різних міст і регіонів, залучає інвестиції, а також органи місцевого самоврядування різних рівнів, Польська туристична палата, Польське об'єднання готелів і туризму, Польська асоціація готелів, Консультаційна рада туристичних установ, Об'єднання «Конференції і конгреси в Польщі», Об'єднання курортних гмін Республіки Польща. Навчальні заклади та установи, що займаються освітньою діяльністю у сфері туризму, вчені, професіонали галузі. Неурядові організації, в тому числі Польське туристично-краєзнавче товариство, Польська федерація кемпінгу і караванінгу, Польська федерація сільського туризму «Гостинні господарства», локальні туристичні об'єднання, інформаційні центри «ІТ» (інформації туристичної) та інші інформаційні пункти, робота яких є сезонною. Таким чином, Польща проводить ефективну політику у сфері туризму, має дієві механізми її реалізації, в основі яких лежить належне нормативно-правове та інституційне забезпечення. Така активна політика

Польщі є цілком виправданою і згідно з даними Всесвітньої туристичної організації сприяє позитивній динаміці туристичних прибуттів і надходжень, тому вона могла б стати позитивним прикладом для наслідування іншим країнам.

На підставі проведеного дослідження можна провести класифікацію туристичних послуг в країнах ЄС. Зокрема, найбільш розповсюдженим є поділ туристичних послуг на основні та супутні, в тому числі цей поділ є характерним і для України. Крім того, можна виокремити ще додаткові туристичні послуги. На нашу думку, відмінність між цими видами послуг полягає в їхньому співвідношенні із першочергово придбаним туристичним пакетом: основні туристичні послуги – це цільові послуги, які пропонують в комплексі, що гарантує їхнє обов'язкове використання в місці відпочинку; додаткові послуги – це цільові й інфраструктурні послуги, які можна одержати за додаткову плату, але специфічні для даного туристського центра; супутні послуги – це послуги інфраструктурного комплексу, якими користуються і місцеві жителі, і туристи. Ми вважаємо, що основні послуги теж можна класифікувати в залежності від територіального розміщення країни – надавача туристичних послуг, в тому числі кліматичного поясу розміщення.

Отже, на нашу думку, поняття «туристична послуга» можна виразити через таку дефініцію: специфічні види туристської діяльності з обслуговування клієнтів, а саме: поселення до готелів, харчування, трансфер, екскурсійні послуги, послуги осіб з надання перекладу або супроводу по місту, інші послуги залежно від цілей подорожі.

## 2.2. Суб'єкти надання туристичних послуг в країнах ЄС та їх класифікація

Ринок туристичних послуг у літературі визначається як сфера реалізації туристичного продукту та економічних відносин, які виникають між його покупцями та продавцями [16, с. 29]. Тобто формуються взаємовідносини між суб'єктами туристичної діяльності (виробники туристичних продуктів, посередники) та покупцями. В загальному законодавство країн ЄС визначає

туристичних операторів та туристичних агентів як основних суб'єктів туристичної діяльності.

М.Б. Біржов твердить, що туроператори та турагенти по суті не надають туристичних послуг, а лише здійснюють посередницькі функції між споживачами і безпосередньо виробниками послуг [38, с. 32, 33].

Поділ на туроператорів та турагентів туристичних підприємств у [37] відбувається за обсягами та характером діяльності, організацією виробничого процесу цих підприємств. Туроператором є потужне туристичне підприємство, метою функціонування якого є розроблення власного турпродукту та його реалізація на внутрішньому та міжнародному ринках, а діяльність має переважно комплексний, аритмічний характер. Турагенти є невеликими, переважно спеціалізованими підприємствами, підвладними сезонним коливанням попиту.

Спеціалізація турпідприємств залежить: а) від участі в зовнішньоекономічній діяльності (міжнародний та внутрішній туризм) і характеру експортно-імпортних зв'язків – в міжнародному туризмі з відповідним підрозділом на зарубіжний (виїзд вітчизняних туристів за кордон) та іноземний (в'їзд іноземних громадян в країну і забезпечення їх обслуговування під час подорожі); – у внутрішньому туризмі зі спеціалізацією за видами, напрямками екскурсійної діяльності; від сегмента ринку споживача (за видом – лікувальний, рекреаційний, релігійний; напрямком – Середземномор'я, Європа, Південно-Східна Азія; сезоном – літній чи зимовий; демографічними ознаками – молодіжний, сімейний тощо); в) від розвитку видових субринків – ринок транспортних послуг і його окремих видів; ринок екскурсійних послуг [37].

Зоріним І.В. [26] для характеристики туристичного підприємства, метою діяльності якого є формування туристичного продукту та просування його споживачам, використано термін “туроперейтинг”.

Туристичні агентства визначено як організації-посередники з продажу сформованих туроператором туристичних продуктів, туристичні магазини. Поділ організацій, які займаються створенням і продажем турів, поділено на

туроператорів та турагентів за класифікаційною ознакою “вид підприємництва на туристичному ринку” [26].

У праці Кифяк В.Ф. [32, с. 111, 112] даються наступні визначення суб’єктів ринку туристичних послуг:

1) туроператор – юридична або фізична особа (мається на увазі підприємець), яка здійснює на основі ліцензії діяльність по формуванню, просуванню та реалізації туристичного продукту;

2) турагент – це юридична або фізична особа (підприємець), яка здійснює на основі ліцензії діяльність із просування і реалізації сформованого туроператором туру (туристичного продукту).

Туроператорами називають:

– туристичні організації (підприємства), які мають власні або орендовані засоби туристичного обслуговування і пропонують своїм клієнтам комплекс послуг;

– оптових посередників між турагентами і підприємствами туристичної індустрії, до яких належать фірми і організації, зайняті обслуговуванням туристів, але не відносяться напряму до туризму, а є представниками інших галузей економіки. Це транспортні компанії, підприємства громадського харчування, страхові фірми, спортивні, культурні заклади та ін.

Туроператор і турагент є основними традиційними різновидами туристичних підприємств, статус яких визначається договором (агентським, комісії чи доручення) або встановлюється залежно від виконуваних ними функцій на ринку турпослуг стосовно споживачів, а не видами туристичної діяльності, що потребує законодавчого врегулювання.

Наведемо визначення, які подані у праці російського вченого В.А. Квартальнова [31, с. 70–73]:

– туроператор – туристичне підприємство (організація), яке займається розробкою туристичних продуктів і комплектацією турів; забезпечує їх функціонування, організовує рекламу; встановлює у відповідності з діючими

нормативами у встановленому порядку ціни на тури по цих маршрутах; продає тури турагентам для випуску і реалізації путівок за своїми ліцензіями.

– турагент – це організація-посередник, реалізатор туристичного продукту туроператора, який працює безпосередньо на туристичному ринку. Турагент отримує за свою діяльність комісійну винагороду у розмірі 7–15 % від вартості туру. На відміну від туроператора не несе відповідальності за якість туру.

Туристичне підприємство може бути одночасно і туроператором, і турагентом. Наприклад, бюро розробляє маршрути як туроператор і частково самостійно продає їх безпосередньо споживачу, а більшу частину продає турагенту, одночасно як турагент купує тури в іншого бюро (туроператора) і продає їх своїм туристам [32, с. 112, 113].

У [42] наводяться класифікації туроператорів за специфікою функціонування на ринку туристичних послуг:

1) оператор масового ринку – найбільш відомий тип операторів. Сутність діяльності для даного типу полягає у формуванні, купівлі і продажу турпакетів у добре відомі туристичні центри і курорти, перевезення клієнтів до яких здійснюється приватними авіакомпаніями або чартерними рейсами;

2) туроператори, які спеціалізуються на певному сегменті (напрямі) ринку туристичних послуг. Можуть бути поділені на декілька категорій:

а) туроператори, які пропонують пакети для певної категорії споживачів (наприклад, для молоді, вчених, бізнесменів, сімейних пар тощо);

б) туроператори, які пропонують пакети на певні напрямки (наприклад, в Англію, Францію, Угорщину, Швейцарію, Австрію і т.д.);

в) туроператори, які пропонують пакет турпослуг у певних туристичних центрах (наприклад, Майорка, курорт Коста Дель-Соль, Анталья тощо);

г) туроператори, які пропонують турпродукт, пов'язаний з перевезеннями клієнтури на певному виді транспорту (наприклад, пароплави, потяги, літаки);

д) туроператори, які пропонують специфічні тури (сафари, рафтинг, дайвінг тощо);

3) туроператори внутрішнього ринку (domestic), які продають турпакети в межах країни проживання, тобто турпродукт реалізується на національному рівні;

4) туроператори зовнішнього ринку (international) створюють пакети і продають їх в різні країни.

Як і з попереднім типом, тут вирізняють декілька категорій. Деякі організовують для зарубіжних туристів різноманітні послуги і виступають в ролі менеджерів сервісного забезпечення турпродукту. Інші спеціалізуються винятково на зустрічі і перевезенні (трансфері) туристів у готелі, а також пропонують послуги ескорту. Окремі туроператори пропонують різноманітний набір послуг, який включає переговори з партнерами, які мають автобуси і готелі, організацію освітніх турів, організацію харчування і розваг з метою мінімізації цін, що закріплені в контрактах.

Ряд туроператорів спеціалізується на обслуговуванні окремих етнічних груп тощо.

За місцем діяльності туроператори бувають [32, с. 111]:

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

У загальнішому сенсі туроперейтингу туроператорів прийнято поділяти на ініціативних і рецептивних [32, с. 111, 112].

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

Рецептивні – це туроператори на прийомі, тобто ті, які комплектують тури і програми обслуговування в місцях прийому і обслуговування туристів, використовуючи прямі угоди з постачальниками послуг.

З точки зору спеціалізації, турагенти можуть бути багатопрофільними, тобто здійснювати комплексне обслуговування різних за запитами клієнтів, і спеціалізованими, які спеціалізуються на певних видах обслуговування (організація ділових, спортивних та інших поїздок) [32, с. 112].

Таким чином, ми з'ясували, що існує дві категорії суб'єктів надання туристичних послуг – туроператори та турагенти. Туроператором є потужне туристичне підприємство, метою функціонування якого є розроблення власного турпродукту та його реалізація на внутрішньому та міжнародному ринках, а діяльність має переважно комплексний, аритмічний характер. Турагенти є невеликими, переважно спеціалізованими підприємствами, підвладними сезонним коливанням попиту. Турагент, на відміну від туроператора, самостійно не формує турпродукт, а лише рекламує сформований туроператором та реалізує його безпосередньо туристам.

### 2.3. Співробітництво країн ЄС у сфері надання туристичних послуг

Перші спроби щодо розвитку організованого туризму у країнах ЄС беруть початок у ХІХ ст. Сьогодні традиційними лідерами за кількістю відвідувань туристів у Європі є західні країни, а саме Франція, Іспанія, Італія, Велика Британія. Що ж стосується досвіду організації туризму в Європейському Союзі (ЄС), то необхідно відзначити, що ЄС є найбільшим у світі економічним і політичним інтеграційним об'єднанням і займає позиції одного з лідерів міжнародного туризму. Він створює та впроваджує програми щодо розвитку туристичної галузі і цим збагачуючи себе у сфері економіки [30, с.62].

Зокрема, на нашу думку, важливими напрямками діяльності у країнах ЄС є поліпшення соціальних умов та зайнятості населення, підвищення якості наданих турпослуг, захист прав споживачів. Окремо приділяється увага якості туристського продукту, який повинен не лише відповідати високій якості, але й бути екологічно безпечним.

Однак слід зазначити: незважаючи на всю важливість індустрії туризму для європейської економіки, у межах Європейського Союзу не існує офіційного інституту, що займається окремо питаннями розвитку туризму в країнах-учасниках. Це завдання виконує вищий орган виконавчої влади Європейського Союзу – Європейська комісія. Вона через діяльність структурних фондів здійснює заходи щодо розвитку туризму в країнах ЄС. Структурні фонди є джерелом інвестування в індустрію туризму найменш розвинених європейських регіонів, до яких належить група країн Центральної та Східної Європи. До основних структурних фондів Європейського Союзу, що надають активну допомогу у розвитку туризму слід зарахувати наступні: Європейський фонд регіонального розвитку; Європейський соціальний фонд; Європейський фонд управління сільським господарством; Європейська комісія подорожей; Європейський інвестиційний банк та ін. [24, с.21].

Європейський фонд регіонального розвитку фінансує проекти з розвитку інфраструктури, вкладає інвестиції у створення нових робочих місць та реалізацію проектів розвитку окремих територій, надає фінансову допомогу малим підприємствам. Його діяльність охоплює багато сфер: транспорт, комунікаційні технології, дослідження та інновації, соціальну інфраструктуру, професійну підготовку, структурне перепрофілювання економіки міст і сільської місцевості та ін. [30, с.63]

У реалізації політики зайнятості населення в туристській сфері важливу роль відіграє Європейський соціальний фонд. Він фінансує проекти, спрямовані на підвищення кваліфікації і перепідготовку кадрів, з метою зростання продуктивності праці. У рамках діяльності цього фонду здійснюється також стимулювання діяльності малих туристичних підприємств в країнах Європейського Союзу. Ці дії, сприятливо позначаються на підвищенні економічної активності та збільшення рівня зайнятості населення [14, с.39; 24, с.21].

Європейський фонд управління сільським господарством фінансує заходи з розвитку сільської місцевості та здійснює допомогу населенню,

зайнятого в натуральному виробництві, у тому числі сприяє розвитку агро- та екотуризму. Окремо потрібно згадати таку некомерційну організацію, як Європейська комісія подорожей, членами якої є 39 національних туристських організацій країн Європи. Основна роль Європейської комісії подорожей полягає у розвитку туризму як в окремих регіонах континенту, так і у всій Європі [30, с.63].

Основними законодавчими актами, що регулюють питання європейської політики в області туризму, є:

- резолюція конференції «Майбутнє європейського туризму», прийнята у травні 2002 р. в Брюсселі;
- Лісабонська стратегія в області розвитку туризму і збільшення зайнятості (лютий 2005 р.);
- прикінцеві положення Конференції зі сталого розвитку європейського туризму та оновлення туристської політики (квітень 2005 р., Брюссель);
- доповідь Групи сталого розвитку туризму (2006 р., Брюссель);
- прикінцеві положення Конференції міністрів туризму, що проводилася в Потсдамі в травні 2007 р.;
- Повістка з питань сталого розвитку та конкурентоспроможності європейського туризму, прийнята Європейською комісією у жовтні 2007 р. на Європейському туристичному форумі у Алгарве, Португалія [24, с.34–67; 14, с. 41].

Перераховані вище документи відіграють координуючу роль у процесі розвитку туризму у країнах ЄС. Таким чином, це означає, що ЄС активно координуючи туристську діяльність, не втручається у національну політику кожної з країн-учасниць, залишаючи останнім повну свободу дій у процесі створення і просування своїх національних туристських продуктів на міжнародний ринок туристських товарів і послуг [30, с.63].

ЄС визначає основні принципи вирішення проблем для забезпечення рівня росту туризму в цих країнах:

- захист туристів і їхнього вільного пересування, що включає спрощення поліцейського і митного контролю на границях, підвищення безпеки туристів і захист їх від несумлінної реклами, гармонізацію політики страхування туристів, інформування про їхні соціальні права;
- гармонізація правил діяльності в індустрії туризму: гармонізації податкової політики в різних країнах ЄС, взаємного визнання рівня кваліфікації і дипломів професійної підготовки;
- регіональний розвиток туризму з метою його просування у менш розвинені регіони Союзу, що мають туристський потенціал [8, с.8–16].

Загалом туристський успіх країн-учасниць ЄС на міжнародному туристському ринку можна пояснити не скільки успішною політикою на загальноєвропейському рівні, скільки грамотною політикою країн-учасниць у галузі розвитку і просування національних турпродуктів на місцевому рівні. У більшості країн-учасниць ЄС, за рідкісним винятком, сформувалася практика створення Національних туристських адміністрацій (НТА), які займаються розробкою національних програм розвитку туризму. Дані туристські адміністрації можуть по-різному називатися (Turespana – в Іспанії, British Tourist Authority – у Великобританії, ENIT – в Італії, Maison de la France – у Франції тощо), але характер і сутність функціонування даних національних інститутів досить схожа. Саме НТА займаються розробкою і просуванням нових туристських продуктів на міжнародний туристський ринок [30, с.64].

Для прикладу, діяльність у сфері туризму для країн ЄС можна охарактеризувати детальніше через законодавчі акти. Зокрема у лютому 2005 р. Європейська комісія розпочала реалізацію так званої «Лісабонської стратегії», яка зосереджена на вирішенні двох найважливіших завдань: забезпечення стійких темпів зростання туризму та підвищення рівня зайнятості у туристичній сфері [30].

Також ця стратегія означала те, що створюються нові умови для подальшої інтеграції ЄС, спрощуються механізми прийняття рішень всередині ЄС, вперше в історії створюється повноцінна єдина європейська (в рамках ЄС)

дипломатична служба, розширюються повноваження Європейського парламенту [35].

Лісабонський договір вніс зміни у діючі угоди про ЄС (Римський договір 1957 р.; Маастрихтська угода 1992 р.; Договір про заснування Європейського співтовариства з атомної енергії 1957 р.) з метою реформування системи управління ЄС, спрощує систему колективних органів управління ЄС, принципи і порядок їх роботи, робить їхню діяльність більш прозорою. Важливим елементом Лісабонського договору є те, що набула юридичної сили Хартія прав європейських громадян [35].

Стратегією були визначені основні цілі, згідно з якими повинна розвиватися туристська індустрія європейського співтовариства: забезпечення стійкості туризму; громадська освіта; забезпечення зайнятості населення; соціальна орієнтація туризму.

Під стійким туризмом Європейський економічний і соціальний комітет передбачає безпечний туризм, який забезпечує довгостроковий економічний розвиток приймаючих країн [35].

Однак вже у 2005 р. Рада Європи розглянула результати «Лісабонської стратегії» за 5 років і констатувала невиконання намічених цілей. Тому «Лісабонську стратегію» згодом замінила нова програма розвитку «Європа – 2020», що мала б забезпечити високий рівень зростання та зайнятості в ЄС. Як зазначили українські аналітики, основними складовими «Європи – 2020» є такі засади: створення так званого «інноваційного союзу», що відчинить двері науці та новим технологіям; покращення системи освіти; розвиток цифрового ринку та інтернету; перехід на ресурси відновлюваної енергії; покращення підприємницького середовища Євросоюзу [33].

Програма розвитку «Європа – 2020» має на меті забезпечити стабільність європейської економічної моделі у трьох вимірах. По-перше, в економічній площині: програма закладає у підвалини майбутньої економічної стратегії Європи принципи конкурентоздатності, інноваційності та економіки знань. По-друге, «Європа – 2020» спрямована на соціальну стабільність. Її мета –

забезпечити європейців робочими місцями, для чого будуть розроблені спеціальні навчальні програми, а також досягнуто повної трудової рівності між жінками і чоловіками. По-третє, програма «Європа – 2020» має на меті забезпечити екологічну стабільність. Для цього слід здійснити перехід до нової екологічної економічної моделі, що матиме низький рівень викидів вуглекислого газу [10].

Співпраця країн ЄС з Україною характеризується тим, що за рік з початку введення безвізового режиму, тобто з 11 червня 2017 року по 11 червня 2018 року, до країн Європейського Союзу поїхали майже 20,3 мільйона громадян, з яких майже 4,8 мільйона осіб за біометричними паспортами та понад 555 тисяч громадян України скористалися всіма перевагами безвізу. Такі дані сьогодні оприлюднили у Державній прикордонній службі України. Це позитивно вплине на розширення можливості обміну досвідом із надання туристичних послуг, розширення видів туристичної діяльності тощо.

На жаль, внаслідок ускладнення політичної ситуації на Сході України та проведення на зазначеній території антитерористичної операції (АТО) говорити про зростання туристичних потоків у зворотному напрямку до нашого регіону наразі неможливо. Зрозуміло, що військові загрози на регіональному рівні не сумісні із створенням успішних туристичних брендів та унеможливають на цей час розвиток туризму на території Сходу України. Водночас, вибудовуючи позитивну перспективу – стабілізацію ситуації на Сході України, розвиток Донецької та Луганської областей, вже сьогодні слід говорити про перспективи розвитку туристичної сфери регіону, у тому числі про перспективи розвитку промислового туризму та його інфраструктури. Що стосується ситуації на півдні України, то туристичні оператори ЄС більше не можуть запропонувати туристичні послуги у Криму або Севастополі.

На даний час Європейський Союз надає допомогу будь-якій країні в сфері розвитку туризму, фінансову в тому числі. Проте політика ЄС у галузі розвитку будується на принципі повної самостійності самих країн-учасниць з питання вибору напрямку розвитку національної сфери туризму. На нашу думку, варто

запровадити програму з підвищення кваліфікації туристських кадрів, проходження стажування на навчальних туристичних фірмах в країнах ЄС, на законодавчому рівні ввести як обов'язкову ліцензійну умову наявність вищої освіти (освітнього рівня магістра) для керівника туристичної організації.

### РОЗДІЛ 3

## МІЖНАРОДНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОКРЕМИХ ВИДІВ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

### 3.1 Правове регулювання надання туристичних послуг в країнах ЄС

Розвиток туристичної галузі виступає одним із пріоритетів економічного поступу сучасних країн, оскільки дозволяє повною мірою реалізувати весь потенціал економічного, соціального, культурного та етнографічного розвитку, географії, історії, підвищити рівень інвестиційної привабливості країни та активізувати процеси її інтеграції у світову економічну систему. Сьогодні міжнародний туризм займає в системі господарських зв'язків світового масштабу та загальнолюдських цінностей особливе місце з огляду на свій універсальний вплив на розвиток світової спільноти.

Постійне розширення міжнародного туристичного обміну зумовлює необхідність його міжнародно-правової регламентації: створення спеціалізованих міжнародних туристичних організацій, вироблення нових та вдосконалення існуючих правових інститутів [67, с.156].

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

- 1963 року в Римі конвенцією ООН було прийнято «Загальну резолюцію з розвитку туризму». Ця резолюція сприяла спрощенню установлених формальностей щодо міжнародного туризму;
- 1969 року в Софії відбулася міжнародна конференція ООН, на якій було прийнято резолюцію про виникнення Всесвітньої туристської організації (ВТО);
-

- 1985 року на УІ сесії Генеральної Ассамблеї ВТО в Софії була схвалена «Хартія туризму», частину якої склав «Кодекс туриста». У цьому документі закріплено основні завдання держав у сфері туризму, а також основні права й обов'язки туристів;
- 1989 року на Міжнародній конференції з туризму, яка проходила в ВТО і Міжпарламентською спілкою в Гаазі було прийнято «Гаазьку декларацію з туризму», в якій було заявлено місце туризму в соціально-економічному житті усіх країн та народів;
- 1995 року в Швеції пройшла Перша Міжнародна конференція з безпеки туризму та зменшенню ризиків при здійсненні подорожей;
- 1995 року в Іспанії відбувся міжнародний форум з метою привернути увагу парламентів і місцевих органів влади до основних проблем туризму;
- 2000 року в Мадриді в рамках міжнародної туристської виставки ВТО пройшов міжнародний семінар з проблем підготовки кадрів в галузі туризму. Було прийнято декілька рекомендацій щодо розвитку кадрових ресурсів [44, с.82].

Відповідно до положень міждержавних стандартів у галузі туризму під туристичною послугою розуміють результат діяльності туристичного підприємства із задоволення відповідних потреб туристів [7, с.544]. До складу туристичних послуг входять: бронювання, оформлення документів, всі види перевезень, розміщення, харчування, екскурсії й атракції, медичний супровід і страхування, послуги гідів-перекладачів та інше забезпечення. Перелік послуг кожного туру визначається програмою перебування.

Доцільно відзначити, що договір про надання туристичних послуг не має загальноприйнятого найменування як в національній, так і європейській практиці. Комітетом ЄС з питань захисту прав споживачів Ради Міністрів 13.06.1990 р. була прийнята Директива № 90/314/ЄЕС про продаж турів із задалегідь запланованим маршрутом та комплексом послуг [3], а пізніше – Директива № 93/13/ЄЕС про несумлінні умови в договорах зі споживачами [2].

Необхідно відзначити, що у Директиві Євросоюзу № 90/314 ЕЕС про комплексні тури від 13.06.1990 р. не іменується договір, а лише вказується на контракт, що пов'язує споживача з організатором мандрівки та/або продавцем.

У цей час по суті і почався процес гармонізації законодавств держав-членів ЄС в туристичній галузі в рамках захисту прав туристів, як споживачів. При чому створення спеціального туристичного законодавства відбувалося шляхом встановлення нижньої межі вимог для суб'єктів туристичного бізнесу, при порушенні яких для захисту туристів застосовувались норми права про захист їх прав як споживачів.

У Німеччині під договором про туристичне обслуговування слід розуміти договір, відповідно до положень якого на основі відшкодування надаються комбіновані послуги з перевезення та розміщення [67, с.147].

Всі тур-фірми в Німеччині розглядаються в якості тур-операторів з покладанням відповідної відповідальності та гарантуванням відповідних результатів подорожі [48, с. 151]. Такі країни, як Франція, Данія, Швеція та інші не визначають поняття таких договорів, звертаючи увагу у своєму законодавстві увагу тільки на несумлінні умови в договорах зі споживачами [48, с. 154]. Слід зазначити, що практично всі розвинені країни зіткнулися з проблемою несумлінних умов у договорах із споживачами, що містяться звичайно в стандартних, типових договорах набагато раніше, ніж було розроблено спеціальне туристичне законодавство.

Правова система Європейського Союзу включає в себе акти законодавства Європейського Союзу (але не обмежується ними), прийняті в рамках Європейського співтовариства, спільної зовнішньої політики та політики безпеки і співпраці у сфері юстиції та внутрішніх справ. Джерела *acquis communautaire* систематизовано на первинне і вторинне законодавство. Первинне законодавство включає: 1) Договір про заснування Європейського економічного співтовариства 1957 року (з 1993 року – Договір про заснування Європейського співтовариства), Договір про заснування Європейського співтовариства з атомної енергії 1957 року з наступними змінами, внесеними

Маастрихтським договором (Договір про утворення Європейського Союзу 1992 року), Амстердамським договором 1997 року та Ніщьким договором 2001 року, а також актами про приєднання; 2) Договір про Європейський Союз 1992 року, із змінами, внесеними Амстердамським договором 1997 року та Ніщьким договором 2001 року, а також договорами про приєднання; 3) Договір про злиття 1965 року; 4) акти про приєднання нових держав-членів [67, с.147].

Вторинне законодавство: 1) директива; 2) регламент; 3) рішення; 4) рекомендація або висновок; 5) джерело права у формі міжнародної угоди; 6) загальний принцип права Європейського співтовариства; 7) рішення Європейського суду; 8) спільна стратегія у сфері спільної зовнішньої політики та політики безпеки, як це визначено статтею 13 Договору про Європейський Союз; 9) спільні дії в рамках спільної зовнішньої політики та політики безпеки; 10) спільна позиція у сфері спільної зовнішньої політики та політики безпеки; 11) рамкове рішення щодо гармонізації законодавства, спільна позиція, рішення в контексті положень Договору про Європейський Союз про співробітництво правоохоронних та судових органів у кримінальних справах (стаття 34 Договору про Європейський Союз); 12) загальне положення або принцип у сфері спільної зовнішньої політики та політики безпеки.

Ст. 2 Договору про заснування Європейської Спільноти визначає, що завданням Спільноти є, запроваджуючи спільний ринок, економічний та валютний союз, а також виконуючи спільні політики та діяльність, поширювати в межах усієї Спільноти гармонійний, збалансований і стабільний розвиток економічної діяльності, високий рівень зайнятості й соціального захисту, рівність жінок і чоловіків, стабільне та безінфляційне зростання, високий рівень конкурентоспроможності й конвергенції економічних показників, високий рівень захисту й поліпшення стану довкілля, підвищення рівня та якості життя, економічну й соціальну згуртованість та солідарність держав-членів. На виконання цих завдань діяльність Спільноти охоплює також заходи у сферах туризму (п. (у) ст. 3 Договору про заснування Європейської Спільноти) [21].

До вторинного законодавства *acquis communautaire* у туристичній сфері відноситься прийнята Комітетом ЄС з питань захисту прав споживачів Ради Міністрів 13 червня 1990 р. Директива Ради ЄС 90/314/ЄЕС про організовані туристичні подорожі, відпочинок з повним комплексом послуг та комплексні турне [18; 58]. Метою цієї Директиви Ради ЄС є наблизити до єдиного стандарту закони, підзаконні акти та адміністративні положення держав-членів, що стосуються проданих або запропонованих для продажу на території Співтовариства пакетів. У ній визначено, що: - пакет означає заплановану комбінацію з не менше двох нижче вказаних складових (транспорт, житло, інші туристичні послуги, не додаткові до транспорту або житла, та які є значною частиною пакету) при продажу за ціною з урахуванням всіх послуг та якщо послуга охоплює період, більший ніж двадцять чотири години або включає житло на одну ніч; - організатор означає особу, яка не випадково організовує пакети та продає або пропонує їхній продаж безпосередньо або через роздрібного продавця; - роздрібний продавець означає особу, яка продає або пропонує продаж пакету, складеного організатором; - споживач означає особу, яка приймає або погоджується прийняти пакет (головний підрядчик), або будь-яку особу, в імені якої головний підрядчик погоджується купити пакет (інший бенефіціарій), або будь-яку особу, якій пакет був переданий головним підрядчиком або будь-яким іншим бенефіціарієм (одержувач); - контракт означає угоду, що поєднує споживача та організатора та/або роздрібного продавця [67, с.148].

Директива Ради ЄС 90/314/ЄЕС встановлює, що контракт між туроператором (турагентом) і споживачем щодо продажу окремого пакету повинен обов'язково включати такі елементи: (а) напрямки поїздки (поїздок), місця перебування з датами відповідних періодів перебування; (б) засоби, характеристики та категорії транспорту, який використовується; дати, час та місця відправлення та повернення; (с) якщо до складу пакету входить житло, потрібно вказати його місцезнаходження, туристську категорію або рівень комфорту, його основні характеристики, його відповідність правилам причетної

приймаючої держави-члена та забезпечення їжею; (d) чи є вимога мінімальної кількості людей для того, щоб відбулася групова поїздка, і якщо так, то кінцевий термін інформування споживача у разі анулювання; (e) маршрут; (f) відвідування, екскурсії або інші послуги, що входять до сумарної узгодженої вартості пакету; (g) ім'я та адреса організатора, роздрібного продавця та, де потрібно, страхової компанії; (h) ціна пакету; ствердження можливості перегляду ціни; (i) графік та спосіб оплати; (и) окремі вимоги, які споживач повідомив організатору або роздрібному продавцю під час бронювання/замовлення та які обидва погодились прийняти; (j) періоди, протягом яких споживач може зробити будь-яку скаргу щодо невиконання або неналежного виконання контракту [18].

Відповідно до цієї Директиви Ради ЄС держави-члени мають вжити необхідних кроків, щоб гарантувати, що сторона-організатор та/або роздрібний продавець будуть відповідальні перед споживачем за належне виконання зобов'язань, викладених у контракті, незалежно від того, чи ці зобов'язання має виконувати організатор та/або роздрібний продавець або інші постачальники послуг без шкоди для права організатора та/або роздрібного продавця пред'являти позов на інших постачальників послуг. Відносно шкоди, нанесеної споживачу невиконанням або неналежним виконанням контракту, держави-члени мають вжити необхідних кроків, щоб гарантувати відповідальність організатора та/або роздрібного продавця. Ще одним нормативним актом Європейського Союзу, пов'язаним з укладенням договорів у сфері послуг, є Директива Ради ЄС 93/13/ЄЕС від 14 квітня 1993 року щодо несправедливих умов споживчих договорів, метою якої є наближення законів, підзаконних та адміністративних положень держав-членів щодо несправедливих умов у договорах, укладених між продавцем або постачальником та споживачем [17].

Відповідно до цієї Директиви Ради ЄС умова договору, що не обговорювалась індивідуально, має розглядатись у якості несправедливої, якщо за порушення вимоги сумлінності вона викликає значні невідповідності в правах та обов'язках сторін, що впливають з договору, на шкоду споживачу. Умова має

завжди розглядатись як така, що не була обговорена індивідуально, якщо вона була складена заздалегідь, і тому споживач не мав можливості вплинути на склад умови, особливо у зв'язку із заздалегідь сформульованим стандартним договором. Той факт, що деякі елементи умови або одна конкретна умова були обговорені індивідуально, не виключає визнання несправедливості до іншої частини договору, навіть якщо загальна оцінка договору вказує на те, що він, проте, є заздалегідь сформульованим стандартним договором. Якщо будь-який продавець або постачальник стверджує, що стандартну умову було обговорено індивідуально, тягар доведення у зв'язку з цим має бути покладений на нього.

Директива Ради ЄС 93/13/ЄЕС встановлює, що держави-члени мають забезпечити в інтересах споживачів та учасників ринку існування адекватних та ефективних заходів для попередження застосування несправедливих умов в договорах, укладених продавцями та постачальниками із споживачами. При наданні туристичних послуг здійснюється збирання і обробка персональних даних споживачів туристичних послуг. З метою зобов'язати держави захищати основні права і свободи фізичних осіб і, особливо, їхнє право на невтручання в особисте життя при обробці персональних даних, Європейський парламент і Рада ЄС прийняли Директиву 95/46/ЄС від 24 жовтня 1995 року про захист фізичних осіб при обробці персональних даних і про вільне переміщення таких даних. Дана Директива застосовується до обробки персональних даних за допомогою повного чи часткового використання автоматизованих засобів, а також до обробки неавтоматичними засобами персональних даних, що є частиною картотеки чи призначені для внесення в картотеку [53]. Персональні дані можуть оброблятися тільки за умови, якщо: (а) суб'єкт даних недвозначно дав свою згоду; чи (б) обробка необхідна для виконання контракту, стороною якого є суб'єкт даних, чи для вживання заходів на прохання суб'єкта даних до підписання контракту; чи (с) обробка необхідна для дотримання правового зобов'язання, яким зв'язаний контролер; чи (d) обробка необхідна для захисту життєво важливих інтересів суб'єкта даних; чи (е) обробка необхідна для виконання завдання, здійснюваного в суспільних інтересах, чи при виконанні

офіційних повноважень, якими наділений контролер або третя сторона, якій надаються дані; чи (f) обробка необхідна в цілях законних інтересів, переслідуваних контролером чи третьою стороною або сторонами, для яких надаються дані, крім випадків, коли над такими інтересами переважають інтереси основних прав і свобод суб'єкта даних.

З метою належного функціонування внутрішнього ринку шляхом забезпечення вільного переміщення інформаційних послуг між державами-членами ЄС Європейський парламент і Рада ЄС схвалили Директиву 2000/31/ЄС від 8 червня 2000 року про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема електронної комерції, на внутрішньому ринку (Директива про електронну комерцію) [47]. Директива 2008/122/ЄС Європейського парламенту і Ради від 14 січня 2009 року про захист споживачів стосовно певних аспектів контрактів з таймшер (право володіння майном протягом відведеного часу) [9], довгостроковими продуктами, пов'язаними із відпусткою, повторного продажу та обміну сприяє належному функціонуванню внутрішнього ринку та досягненню високого рівня захисту споживача за допомогою зближення законодавств, підзаконних та адміністративних актів держав-членів щодо певних аспектів збуту, продажу та повторного продажу контрактів з таймшер та довгострокових продуктів пов'язаних із відпусткою, а також контрактів із обміну. Даній Директиві передувала Директива 94/47/ЄС Європейського парламенту і Ради від 26 жовтня 1994 року щодо захисту прав покупців за деякими положеннями договору про покупку права на короткострокове використання нерухомого майна, яка охоплювала положення щодо контрактних угод, які стосувалися інформації про основні положення договорів та форми передачі цієї інформації, а також процедури та методи розірвання договорів. Проте існуючі регуляторні прогалини створили помітні спотворення конкуренції та спричинили серйозні проблеми для споживачів, тому Директива 94/47/ЄС була скасована Директивою 2008/122/ЄС. Директивою 2008/122/ЄС Європейського парламенту і Ради відмічено, що туризм відіграє зростаючу роль у економіці держав-членів, тому продуктивність в індустрії контрактів з таймшер

та з довгострокових продуктів пов'язаних з відпусткою мають заохочуватися шляхом ухвалення певних спільних правил. Ця Директива не впливає на положення Директиви Ради 90/314/ЄЕС від 13 червня 1990 р. про пакетну мандрівку (із передплаченими витратами), комплексний відпочинок та комплексні тури [56].

Відповідно до Директиви 2008/122/ЄС контракт з таймшер означає контракт, що триває понад один рік, згідно з яким споживач за винагороду набуває право використовувати одне або більше житлових приміщень на один або більше періодів поселення. Контракт з довгострокових продуктів пов'язаних з відпусткою розглядається як контракт, що триває понад рік, згідно з яким споживач за винагороду отримує, в першу чергу, право на знижки або інші переваги щодо житла окремо або разом із подорожжю або іншими послугами. Під контрактом з повторного продажу розуміється контракт, згідно з яким продавець за винагороду допомагає споживачеві продати або купити таймшер або довгостроковий продукт пов'язаний із відпусткою. А контрактом з обміну є контракт, згідно з яким споживач за винагороду користується системою обміну, що дозволяє йому звертатися до подобового розміщення або інших послуг взамін на забезпечення іншим особам тимчасового доступу до переваг прав, що впливають із контракту з таймшер такого споживача.

Наведемо приклади правового регулювання туризму в Іспанії. На сучасному етапі інституціональне забезпечення розвитку туристичної галузі Іспанії має досить розгалужену структуру. Для Іспанії характерна європейська модель державного регулювання туристичної діяльності, головними рисами якої є вирішення питань розвитку туризму в межах певного багатогалузевого міністерства на рівні відповідного галузевого підрозділу.

Беручи до уваги низький рівень популяризації туристичного продукту України на зовнішніх ринках, особливу увагу привертає діяльність Інституту туризму Іспанії (TURESPANA), який є адміністративною одиницею центрального уряду, відповідальною за популяризацію Іспанії як туристичної дестинації. Для реалізації своїх функцій, Turespana здійснює діяльність у таких

напрямах: – планування, розвиток і здійснення дій, спрямованих на просування іспанського туризму на міжнародних ринках; – забезпечення маркетингової підтримки турпродукту Іспанії за кордоном; – взаємодія з автономними регіонами, місцевими органами влади і приватним сектором; – управління та просування потенційних індивідуальних туристичних місць проведення заходів, особливо Мадридського конгрес-центру; – розробка стратегії дій та маркетингового плану для державної готельної мережі Paradores de Turismo de España. Ця організація має широку мережу інформаційних офісів в Іспанії та 33 представництва у різних країні світу. Інститут повністю фінансується з держбюджету. Завдяки цьому Іспанія посідає перше місце у світі за обсягом річного бюджету, що витрачається на просування національного туристичного продукту за кордоном. Бюджет TurEspaña на 2013 рік за попередніми оцінками склав 83, 04 млн євро [91].

Туристична діяльність на загальнодержавному рівні в Іспанії визначається Законом № 48/1963 «Про компетенцію у галузі туризму» та Декретом «Про діяльність приватних підприємств» від 14 січня 1965 р. Крім загальнодержавного, кожна з 17 автономій має власне законодавство з туризму, загальні положення якого відповідають вищевказаному Закону. Іспанське законодавство з туризму регулює відносини між туристом та продавцем туристичного продукту, умови, за яких фізичним та юридичним особам дозволяється займатися туристичною діяльністю, порядок надання туристичних послуг, заходи контролю з боку держави та санкції до порушників [90]. У квітні 1996 р. Парламент Іспанії затвердив Закон «Про комбіновані подорожі», яким було чітко визначено права та обов'язки як споживача, так і туристичного агентства. Окрім того, на державному рівні прийнято низку програм з підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій Іспанії на основі положень стійкого розвитку: Комплексний план підвищення якості туризму Іспанії (Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PICTE)) Національний план розвитку туризму на 2012–2015 роки (Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT)) та ін. Необхідно відзначити, що в 2011 р. чотирнадцять найбільших

туроператорів і організацій у сфері туризму Іспанії приєдналися до Глобального етичного кодексу туризму на першому міжнародному Конгресі з питань етики туризму, який пройшов в Мадриді. До Кодексу приєдналися: Association of Hotel Chains of the Balearic Islands, Amadeus ITGroup, ASHOTEL: Spanish Federation of Tour Agents' Associations (Federaciyn Espacola de Asociaciones de Agencias de Viajes); Hotel Federation of Mallorca, Grupo Barcelly, Grupo Iberostar, Grupo LOPESAN; Iberia; LORO PARQUE; Melia Hotels International; National ATESA; NH Hotels; ORIZONIA. Більшість компаній також підписали Кодекс поведінки щодо захисту дітей від сексуальної експлуатації у сфері подорожей і туризму, зобов'язавшись узяти на себе проведення конкретних заходів [66].

Отже, на нашу думку, законодавство країн ЄС є тим еталоном, до якого слід адаптувати українське законодавство, в тому числі досягнення відповідності правової системи України *acquis communautaire* з урахуванням критеріїв, що висуваються Європейським Союзом до держав-членів ЄС. Зокрема, підвищення якості надання туристичних послуг потребує вдосконалення підходів до формування комплексу таких послуг. Приведення національних стандартів, зокрема, у сферах транспортного обслуговування, туристичного розміщення, умов організації туристичних послуг та їх інформування, послуг для осіб з обмеженими фізичними можливостями у відповідність до європейських та міжнародних, сприятиме створенню конкурентоспроможного туристичного продукту в Україні.

### 3.2 Нормативно-правове регулювання захисту прав споживачів туристичних послуг в ЄС

Визначальним фактором стимулювання розвитку туристичних відносин, від появи сфери туризму в світі й до її розквіту, була та залишається проблема, пов'язана з недостатньою уніфікованістю вимог законодавств країн світу щодо переміщення туристів, надання туристичних й пов'язаних з ними послуг та захисту прав туристів. Тому, особливо актуального значення в сучасній

туристичній діяльності набуває консюмерський рух та нормативно-правове регулювання у цьому напрямку.

Закони і стандарти, спрямовані на захист споживачів у країнах ЄС, існують уже багато років. Паралельні інтереси виробників і споживачів залишаються важливим пріоритетом захисту прав споживачів у сучасній Європі. У Європейському Союзі існують загальноєвропейські закони (Директиви) та національні закони країн-членів. Директиви визначають загальні вимоги, які повинні виконувати окремі країни, а не те, яким чином повинні бути організовані національні закони. Через це досі існують значні відмінності у структурі споживчого законодавства та інститутів, які забезпечують його виконання. В Україні Цивільний кодекс України, Закони України «Про захист прав споживачів», «Про туризм» наділяють споживача арсеналом прав та обов'язків для забезпечення немайнових та майнових інтересів осіб у сфері туризму, разом із тим залишаються невирішеними питання щодо можливості придбання туру юридичною особою і визнання її туристом, порядку та форми укладення договорів про надання туристичних послуг, а також підстав притягнення до цивільно-правової відповідальності надавача туристичних послуг.

На відміну від вітчизняного законодавства у цій сфері, законодавство ЄС у сфері надання туристичних послуг є в центрі уваги з моменту застосування ЄС. Поряд із цим розвивається і законодавство окремих європейських країн. Особливий інтерес у цьому аспекті становить питання змісту та порядку укладення договору про надання туристичних послуг.

У 1984 р. Радою Міністрів ЄС було підготовлено резолюцію про політику Співтовариств в галузі туризму та запропоновано розробити юридичний механізм захисту прав споживачів при придбанні турів з заздалегідь запланованим маршрутом та комплексом послуг. Так, Комітетом ЄС з питань захисту прав споживачів Ради Міністрів 13.06.1990 р. була прийнята Директива № 90/314/ЄЕС про продаж турів із заздалегідь запланованим маршрутом та комплексом послуг, а пізніше - Директива № 93/13/ЄЕС про несумлінні умови в договорах зі споживачами. З цього моменту, власне, і почався процес

гармонізації законодавств держав-членів ЄС в туристичній галузі в рамках захисту прав туристів, як споживачів [18]. Створення спеціального туристичного законодавства відбувалося шляхом встановлення «мінімального стандарту» для суб'єктів туристичного бізнесу, при порушенні яких для захисту туристів застосовувались норми права про захист їх прав як споживачів.

Директиву щодо організованих туристичних мандрівок, турів і комплексних турне було розроблено з метою захисту інтересів споживачів, які укладають контракти стосовно організованих туристичних мандрівок у межах ЄС. Її дія поширюється на продажі заздалегідь обумовлених комбінацій. Директива містить певні правила щодо зобов'язань організаторів комплексних турів і роздрібних продавців, які повинні брати на себе відповідальність за надання пропонованих послуг [7]. Існують певні винятки, наприклад, на випадок форс-мажорних або інших обставин, які неможливо було ні передбачити, ані перебороти. З іншого боку, навіть у таких випадках організатори повинні використовувати всі наявні засоби для надання допомоги споживачам. Розмір компенсації, що підлягає виплаті, підпадає під певні обмеження, але не до невинуватого ступеня. Обмеження насправді повинні застосовуватися у відповідності до міжнародних конвенцій. Ця директива також встановлює правила щодо інформації, яку повинні надавати споживачам. Вона містить конкретні вимоги стосовно змісту рекламних буклетів, якщо такі видаються. Директива містить положення щодо заходів безпеки, які повинні здійснювати оператори, а також заходи з повернення сплачених коштів і повернення споживачів до своєї країни у разі неплатоспроможності оператора [74].

Директива щодо електронної комерції підтверджує заходи, спрямовані на захист прав споживачів, які містяться в інших директивах, зокрема:

- про недобросовісні умови у споживчих контрактах;
- про оманливу та порівняльну рекламу;
- про організовані туристичні мандрівки, тури та комплексні турне;
- про позначення ціни;
- про діяльність в мережі Інтернет.

В першу чергу слід зазначити, що практично всі розвинені країни зіткнулися з проблемою несумлінних умов у договорах із споживачами, що з'явилися в стандартних, типових договорах набагато раніше, ніж було розроблено спеціальне туристичне законодавство. Є різні шляхи вирішення даної проблеми, тому було важливо визначити максимально оптимальний варіант.

Провідний спеціаліст у цій галузі - голландський учений Евоуд Г. Гондіус - вважає, що розв'язання проблеми недопущення включення несумлінних умов у договори зі споживачами можна вирішити шляхом залученням до розробки нормативних документів усіх зацікавлених сторін (розробника, виробника, споживача) чи об'єднань і організацій споживачів (суспільних, приватних організацій) і спеціально створених адміністративних органів по захисту прав споживачів. З іншого боку, більшість вчених та юристів - практиків дійшли одностайного висновку про те, що стан правового регулювання туристичних відносин та захисту прав туристів, як споживачів у Європі, на даному етапі є взірцем регіонального вирішення існуючих в цій сфері проблем [7].

Крім того, формула «мінімального стандарту», закладена, наприклад, у ст. 8 Директиви про продаж турів з заздалегідь запланованим маршрутом та комплексом послуг, ст. 8 Директиви про недобросовісні умови в договорах із споживачами, ст. 11 Директиви про міжнародний timesharing, ст. 8 Директиви про договори укладені поза звичайних місць ведення торгівлі, ст. 4 Директиви про недоброякісну рекламу тощо, дозволяє країнам встановлювати жорсткіші правила, для досягнення більш високого рівня захисту відповідно до ч. 5 ст. 129А Угоди про створення ЄС.

Ще складнішою була ситуація з визначенням, ключового для застосування у туристичному законодавстві терміну «споживач». Аналіз національних законодавств країн-учасниць ЄС свідчить про низку протилежних визначень, навіть в рамках законодавства однієї держави. Не додає чіткості в цьому питанні і Директива про продаж турів з заздалегідь запланованим маршрутом та комплексом послуг. У ч. 4 ст. 2 зазначається, що споживачем є

«особа, яка купує або погоджується купити тур з заздалегідь запланованим маршрутом та комплексом послуг» [27].

Тобто, будь-яка особа, яка придбає тур з заздалегідь запланованим маршрутом та комплексом послуг, має визнаватись «слабкою стороною», споживачем, навіть у випадку коли робить це з бізнесових міркувань. Тому при імплементації положень Директиви країни ЄС замінили термін «споживач» на «мандрівник». Хоча і при такому підході питання правової кваліфікації взаємин між сторонами, укладання договору надання туристичних послуг для яких є справою бізнесу, залишається відкритим.

Таким чином, порівнявши особливості імплементації Директив ЄС, необхідно наголосити на тому, що гармонізація національних законодавств держав-членів, яка досягається шляхом прийняття Директив в ЄС, не є уніфікацією. Для успішного функціонування туристичної політики ЄС необхідне залучення механізмів і координації дій багатьох політик і сфер діяльності ЄС. Відділ туризму Генерального управління з питань підприємництва Європейської Комісії розробляє заходи з реалізації цієї політики з урахуванням інших політик і співпрацює з іншими відділами та управліннями щодо конкретних дій та положень у сфері туризму [74].

Пріоритетними напрямками розвитку туристичної політики ЄС стали захист прав туристів, задоволення потреб осіб з обмеженими фізичними можливостями; сприяння високоякісній освіті та професійному навчанню працівників сфери туризму; надання інформаційної та фінансової підтримки туристичним підприємствам, особливо малому та середньому бізнесу; інформаційне забезпечення сфери туризму та використання новітніх технологій [7].

У 2006 році було затверджено «Стратегію розвитку політики ЄС у сфері прав споживачів на 2007-2013 роки». Для реалізації стратегії було виділено 156.8 млн. євро. Стратегія сприяла посилення ролі споживачів у політиці ЄС через створення спільного ринку та покращення інформування споживачів. Особливу увагу було приділено розвитку сфери туризму. Протягом декількох років

споживчу політику в межах ЄС переглядали, щоб краще реагувати на зростання конкуренції в глобальній економіці, а також на потреби громадян у поліпшенні захисту їхніх споживчих інтересів, особливо у транскордонній торгівлі [75].

Директива Ради № 90/314/ЄЕС «Про організовані туристичні подорожі, відпочинок з повним комплексом послуг та комплексні турне» буде чинною до 30 червня 2018 року, після чого буде повністю скасована та замінена новою Директивою № 2015/2302 про пакетні тури і пов'язані з ними туристські послуги, зміни до Регламенту (ЄС) № 2006/2004 і Директиви № 2011/83/ЄС і про скасування Директиви № 90/314/ЄЕС [18].

Мета Директиви 90/314/ЄЕС – наблизити до єдиного стандарту закони, підзаконні акти та адміністративні положення держав-членів, що стосуються проданих або запропонованих для продажу на території Співтовариства туристичних пакетів. Будь-який описовий матеріал пакету, наданий організатором або роздрібним продавцем покупцю, ціна пакету та будь-які інші умови, що застосовуються до контракту, не мають містити будь-якої оманливої інформації. Директива деталізує, щодо яких саме аспектів пакету у брошурі, що надається споживачу, мають вказуватись ціни та адекватна інформація, а також за яких умов деталі, що містяться в брошурі, мають обов'язкову силу для організатора або роздрібного продавця, яку інформацію організатор та/або роздрібний продавець має надати споживачу до моменту підписання договору та завчасно до початку подорожі.

Також встановлюється, що держави-члени мають гарантувати, що до договору застосовується ряд визначених принципів. Ціни, встановлені договором, не мають підлягати перегляду, крім випадку, коли контракт чітко передбачає можливість перегляду цін у менший або більший бік та чітко викладає принципи підрахунку переглянutoї ціни. Ціна, затверджена в контракті, не може бути змінена пізніше 20 днів до узгодженої дати відправлення. Якщо організатор вирішить, що до відправлення він змушений значно змінити будь-які з важливих умов, такі як ціна, він має повідомити споживача якомога швидше з метою надання йому можливості вжити належних

рішень, зокрема відмовитись від договору без штрафу, або прийняти поправку до договору, яка вказує на внесені зміни та їх вплив на ціну. Директива регламентує права та обов'язки, в тому числі фінансового характеру продавця та покупця, якщо покупець відмовляється від контракту згідно з пунктом 5, або якщо за будь-якої причини, крім провини споживача, організатор анулює пакет [18]. Директива зобов'язує Україна та Угода про асоціацію держави-члени вжити необхідних кроків, щоб гарантувати, що сторона-організатор та/або роздрібний продавець будуть відповідальні перед споживачем за належне виконання зобов'язань, викладених у договорі, а також за шкоду, нанесену споживачу через невиконання або неналежне виконання договору, з урахуванням випадків, коли сторона-організатор та/або роздрібний продавець звільняються від відповідальності за таку шкоду. Держави-члени мають право встановити обмеження компенсації шкоди. Споживач має повідомити причетного постачальника послуг та організатора та/або роздрібного продавця письмово або в будь-якій іншій належній формі якомога раніше про будь-яке виявлене ним невиконання контракту. У випадку скарг, організатор та/або роздрібний продавець або його місцевий представник, якщо такий є, повинні зробити негайні спроби винайти рішення проблеми.

Важливим положенням Директиви є те, що організатор та/або роздрібний продавець, як сторони контракту, мають надати значні докази надійності.

- Нові інформаційні вимоги для туристів: туристи повинні отримувати зрозумілу інформацію про пакет та захист, яким вони користуються, згідно з правилами пакетної туристичної подорожі, причому друкована туристична брошура вже не є єдиним джерелом інформації, дозволяються інші носії інформації;
- Більш передбачувані ціни: встановлення обмеження на 8% для можливого підняття ціни продавцем, а при перевищенні обмеження споживач має право скасувати свою подорож;

- Деталізуються положення щодо альтернативних заходів з боку організатора, коли після відправлення значна частина послуг, зазначених у контракті, не надається споживачу;
- Права споживача на скасування розширюються: запроваджується безкоштовне анулювання перед від'їздом у випадку стихійних лих, війни чи інших серйозних ситуацій у пункті призначення. Туристи з пакетними подорожами також можуть скасувати свою подорож незалежно від зазначених обставин форс-мажору, сплатити обґрунтовану плату за скасування (на додаток до права передачі пакету іншому споживачу);
- Чітка ідентифікація відповідальної сторони: організатор пакета повинен відповідати за вирішення можливих проблем під час подорожі у всіх державах-членах ЄС. Крім того, держави-члени можуть вирішити, що також повну відповідальність несе туристичний агент;
- Чітка відповідальність за помилки бронювання: продавці нестимуть чітку відповідальність за помилки бронювання щодо пакетів та пов'язаних подорожей;
- Роз'яснення щодо основних прав споживачів: організатор повинен надавати споживачу допомогу під час подорожі у складних ситуаціях, наприклад, якщо потрібна медична допомога;
- Деталізуються умови гарантій повернення грошей та репатріації: якщо організатор пакета банкрутує, турист має гарантії повернення грошей та репатріації;
- Рівні умови: однакові правила застосовуватимуться до компаній, які продають конкуруючі туристичні продукти в ЄС, що дозволить полегшити трансграничні трансакції;
- Взаємне визнання захисту споживача у випадку банкрутства організатора: схеми захисту на випадок банкрутства взаємно визнаються всіма державами-членами ЄС. З цією метою буде введено механізм структурованого співробітництва між державами-членами [18].

Механізми захисту споживача, під час організації та здійснення туристичних подорожей, у національному законодавстві встановлений у Законі

України № 324/95 ВР від 15 вересня 1995 року «Про туризм». Цей Закон значною мірою враховує вимоги Директиви № 90/314/ЄЕС щодо Україна та Угода про асоціацію організованих туристичних подорожей, відпочинку з повним комплексом послуг та комплексних турне. Проект Закону № 7300 від 16 листопада 2017 року «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» щодо визначення поняття «альтернативні заходи надання туристичного продукту» та конкретизації переліку істотних умов та форми договору на туристичне обслуговування» також сприяє наближенню до вимог Директиви. Зокрема, законопроектом пропонується внести наступні зміни до Закону України «Про туризм», а саме:

- доповнити статтю 1 визначенням поняття «альтернативні заходи надання туристичного продукту»;
- виключити положення п. 7 ч. 1 ст. 24 про те, що затвердження типового (публічного) договору на туристичне обслуговування є правом суб'єкта туристичної діяльності та одночасно доповнити статтю 20 положенням про те, що типова форма договору на туристичне обслуговування затверджується Кабінетом Міністрів України та підлягає опублікуванню на офіційному веб-сайті в мережі інтернет останнього;
- конкретизувати перелік істотних умов договору на туристичне обслуговування у статті 20;
- встановити критерії, за допомогою яких можна буде відмежувати правомірну поведінку туроператора при застосуванні альтернативних заходів від випадків зловживання відповідним правом [44].

За ініціативою Мінекономрозвитку та пропозицією Технічного комітету зі стандартизації ТК-118 Національний орган стандартизації ДП «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості» наказами від 11.08.2016 № 236 «Про прийняття нормативних документів України, гармонізованих з міжнародними та європейськими нормативними документами, та скасування нормативних документів України» та від 22.08.2016 № 243 «Про прийняття нормативних документів України, гармонізованих з

міжнародними та європейськими нормативними документами» затвердив 11 національних стандартів України в галузі туризму, гармонізованих з міжнародними та європейськими нормативними документами. Продовжується підготовка комплексних змін до Закону України «Про туризм», в яких планується остаточно врахувати положення Директиви Ради 90/314/ЄС в частині встановлення значних доказів надійності для повернення сплачених грошей або для репатріації споживача у разі банкрутства, а також передбачено обов'язкове страхування цивільної відповідальності туроператорів щодо відшкодування витрат на повернення туристів до місця постійного проживання. Однак, беручи до уваги те, що Директива № 90/314/ЄС втрачає чинність 30 червня 2018 року та замість неї вступає в дію Директива № 2015/2302/ЄС про пакетні тури і пов'язані з ними туристські послуги, яка суттєво розширює права споживачів, було б доцільно здійснювати процес імплементації саме її положень. Слід відзначити зусилля та роботу, зроблені урядом для наближення законодавства до рівня вимог захисту споживачів у галузі туризму, особливо враховуючи, що зі старту був обраний хибний шлях розробки технічного регламенту щодо туристичних послуг (але технічні регламенти не можуть регулювати надання послуг споживачу). Втрачений час був частково надолужений розробкою ряду змін до Закону України «Про туризм».

З метою захисту прав споживачів туристичних послуг, надання споживачам необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про туристичний продукт, що забезпечить можливість їх свідомого і компетентного вибору слід дотримуватись Директиви Ради ЄС від 13 червня 1990 р. № 90/314/ЄС про комплексний туризм, відпочинок та тури. Вказаними нормами вирішилось чимало питань, пов'язаних із наданням достовірної інформації для споживача туристичних послуг, відповідальності за несправедливі умови договорів. Разом із тим, раніше на практиці досить складно було визначити ступінь відповідальності туроператора і турагента за шкоду, спричинену туристу [55].

Перераховані вище документи відіграють координуючу роль у процесі розвитку туризму у країнах ЄС. Таким чином, це означає, що ЄС активно координуючи туристську діяльність, не втручається у національну політику кожної з країн-учасниць, залишаючи останнім повну свободу дій у процесі створення і просування своїх національних туристських продуктів на міжнародний ринок туристських товарів і послуг [30, с.63].

ЄС визначає основні принципи вирішення проблем для забезпечення рівня росту туризму в цих країнах:

- захист туристів і їхнього вільного пересування, що включає спрощення поліцейського і митного контролю на границях, підвищення безпеки туристів і захист їх від несумлінної реклами, гармонізацію політики страхування туристів, інформування про їхні соціальні права;
- гармонізація правил діяльності в індустрії туризму: гармонізації податкової політики в різних країнах ЄС, взаємного визнання рівня кваліфікації і дипломів професійної підготовки;
- регіональний розвиток туризму з метою його просування у менш розвинені регіони Союзу, що мають туристський потенціал [8, с.8–16].

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. Розглядаючи механізм державного регулювання туристичної сфери можна згрупувати елементи механізму та віднести до організаційних: програми розвитку туризму, створення єдиної інформаційної системи, нарощування туристичного потенціалу держави, формування позитивного туристичного іміджу держави, а до економічних: ліцензування, стандартизація, сертифікація, кредитування, митні та податкові пільги. Такий перелік має міститися в спеціальному за призначенням законі. До правових механізмів відносять законодавчі та нормативні акти, розроблення правил та регулювання діяльності турагентств і туроператорів.

2. В світі існують три моделі втручання держави в діяльність туристської організації. Перша модель припускає відсутність центральної державної туристичної адміністрації, всі питання вирішуються на місцях на засадах та принципах ринкової “самоорганізації”. Урядові органи використовують таку модель у тих випадках, коли туризм національній економіці взагалі не дуже потрібний, або коли суб’єкти туристичного ринку займають сильні позиції, тобто здатні вирішувати свої проблеми без державної участі. Друга модель передбачає наявність сильного й авторитетного центрального органу - міністерства, що контролює діяльність усіх підприємств туристичної галузі в країні. Третя модель переважає в розвинених європейських державах. У країнах, де використовується така модель, питання розвитку туристичної діяльності в країні вирішуються в “надрах” певного багатогалузевого міністерства на рівні відповідного галузевого підрозділу.

Ми вважаємо, що за масштабами міжнародного туризму та формою організації туристичної галузі для України найбільш прийнятна саме третя модель управління. Однак для ефективного функціонування даної моделі доцільно отримати необхідне державне фінансування (щонайменше, часткове) для участі країни у формуванні й просуванні національного турпродукту, здійснення маркетингових досліджень, рекламно-інформаційної діяльності,

організації та проведення міжнародних туристичних виставок, конференцій, семінарів, формування базового пакету інвестиційних проєктів у галузі розвитку туристичної інфраструктури тощо.

3. На підставі дослідження проведено класифікацію туристичних послуг в країнах ЄС. Зокрема, найбільш розповсюдженим є поділ туристичних послуг на основні та супутні, в тому числі цей поділ є характерним і для України. Крім того, можна виокремити ще додаткові туристичні послуги. На нашу думку, відмінність між цими видами послуг полягає в їхньому співвідношенні із першочергово придбаним туристичним пакетом: основні туристичні послуги – це цільові послуги, які пропонують в комплексі, що гарантує їхнє обов'язкове використання в місці відпочинку; додаткові послуги – це цільові й інфраструктурні послуги, які можна одержати за додаткову плату, але специфічні для даного туристського центра; супутні послуги – це послуги інфраструктурного комплексу, якими користуються і місцеві жителі, і туристи. Ми вважаємо, що основні послуги теж можна класифікувати в залежності від територіального розміщення країни – надавача туристичних послуг, в тому числі кліматичного поясу розміщення. На нашу думку, поняття «туристична послуга» можна виразити через таку дефініцію: специфічні види туристської діяльності з обслуговування клієнтів, а саме: поселення до готелів, харчування, трансфер, екскурсійні послуги, послуги осіб з надання перекладу або супроводу по місту, інші послуги залежно від цілей подорожі.

4. Існує значна кількість видів суб'єктів туроператорської та турагентської діяльності, яких класифіковано у даному дослідженні за основними класифікаційними ознаками. Існує дві категорії суб'єктів надання туристичних послуг – туроператори та турагенти. Туроператором є потужне туристичне підприємство, метою функціонування якого є розроблення власного турпродукту та його реалізація на внутрішньому та міжнародному ринках, а діяльність має переважно комплексний, аритмічний характер. Турагенти є невеликими, переважно спеціалізованими підприємствами, підвладними сезонним коливанням попиту. Турагент, на відміну від туроператора,

самостійно не формує турпродукт, а лише рекламує сформований туроператором та реалізує його безпосередньо туристам.

5. На даний час Європейський Союз надає допомогу будь-якій країні в сфері розвитку туризму, фінансову в тому числі. Проте політика ЄС у галузі розвитку будується на принципі повної самостійності самих країн-учасниць з питання вибору напрямку розвитку національної сфери туризму. На нашу думку, варто запровадити програму з підвищення кваліфікації туристських кадрів, проходження стажування на навчальних туристичних фірмах в країнах ЄС, на законодавчому рівні ввести як обов'язкову ліцензійну умову наявність вищої освіти (освітнього рівня магістра) для керівника туристичної організації.

6. ЄС активно координуючи туристську діяльність, не втручається у національну політику кожної з країн-учасниць, залишаючи останнім повну свободу дій у процесі створення і просування своїх національних туристських продуктів на міжнародний ринок туристських товарів і послуг. ЄС визначає основні принципи вирішення проблем для забезпечення рівня росту туризму в цих країнах: – захист туристів і їхнього вільного пересування, що включає спрощення поліцейського і митного контролю на границях, підвищення безпеки туристів і захист їх від несумлінної реклами, гармонізацію політики страхування туристів, інформування про їхні соціальні права; – гармонізація правил діяльності в індустрії туризму: гармонізації податкової політики в різних країнах ЄС, взаємного визнання рівня кваліфікації і дипломів професійної підготовки; – регіональний розвиток туризму з метою його просування у менш розвинені регіони Союзу, що мають туристський потенціал.

7. ЄС визначає основні принципи вирішення проблем для забезпечення рівня росту туризму та відповідно захисту прав споживача туристичного продукту в цих країнах:

– захист туристів і їхнього вільного пересування, що включає спрощення поліцейського і митного контролю на границях, підвищення безпеки туристів і захист їх від несумлінної реклами, гармонізацію політики страхування туристів, інформування про їхні соціальні права;

- гармонізація правил діяльності в індустрії туризму: гармонізації податкової політики в різних країнах ЄС, взаємного визнання рівня кваліфікації і дипломів професійної підготовки;
- регіональний розвиток туризму з метою його просування у менш розвинені регіони Союзу, що мають туристський потенціал.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева Ю.В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції: автореф. дис... к.держ.у.: 25.00.02. - Одеса, 2005. - 20 с.
2. Білотіл О.М. Механізми державного управління в туристичній індустрії на прикладі Причорноморського регіону України: дис... к.держ.упр.: 25.00.02. - Харків, 2016. - 236 с.
3. Біль М.М. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіональний аспект): автореф. дис... к.держ.упр.: 25.00.02. - Львів, 2010. - 23 с.
4. Василюха Н. В. Розвиток ринку туристичних послуг у контексті розвитку транскордонного співробітництва / Н. В. Василюха // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2010. – Вип. 3 – С. 160–165.
5. Венгеров В.Ю. Основные направления совершенствования государственного регулирования въездного туризма в России: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05, 08.00.14. - М., 2003. - 152 с.
6. Вербальна нота (щодо часткового застосування на тимчасовій основі положень Угоди про асоціацію) від 30.09.2014 № SGS14/12029 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/994\\_b50](http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/994_b50).
7. Вишняков О.К. Право Європейського Союзу: підручн. / за ред. О.К. Вишнякова. - Одеса: Фенікс, 2013. - 883 с.
8. Волков С. К. Єдина політика Європейського Союзу в галузі туризму / С. К. Волков, О. Г. Попкова // Сучасна економіка : проблеми та рішення. – 2010. – №9 (9). – С. 8–16.
9. Воскресенський В. Ю. Міжнародний туризм : Навчальний посібник / В. Ю. Воскресенський. – М. : ЮНИТИ – ДАНА, 2006. – 255 с.
10. Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа (2000) (Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework (2000)) [Електронний ресурс]. – Издание Организации Объединенных

- Націй. – Люксембург, Мадрид, Нью-Йорк, Париж, 2002 год. –109 с. –  
Режим доступу: [http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF\\_80R.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF_80R.pdf).
11. В Україні створюються умови для прийому європейських гостей.  
Всеукраїнська громадська місія “Україна- відома” // <http://www.ukrcognita.com.ua/ukr/tourism/57/>
12. Гаазька декларація Міжпарламентської конференції з туризму  
[Електронний ресурс]. – Режим доступу: Інформац.-прав. система  
ЛІГА:ЗАКОН.
13. Гаврилюк А.М. Державне регулювання комунікаційного забезпечення  
туристичної індустрії в Україні: автореф. дис... к. держ. упр.: 25.00.02. -  
Київ, 2011. - 23 с.
14. Гайдукевич Л. Туристська політика в розширеному Європейському Союзі  
/ Л. Гайдукевич // Журнал міжнародного права і міжнародних відносин. –  
2008. – №4. – С. 39–40.
15. Ган Н. А. Правовое регулирование деятельности по оказанию туристских  
услуг в Российской Федерации [Електронний ресурс] : дис. ... канд. юрид.  
наук : 12.00.03 / Н. А. Ган. – Рос. ун-т дружбы народов. – М., 2008. – 199 с.  
– Режим доступу: <http://dlib.rsl.ru/01004077135>.
16. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні / Л. І.  
Гонтаржевська. – Д. : Східний Видавничий дім, 2008. – 180с.
17. Директива Ради ЄС 93/13/ЄЕС від 14 квітня 1993 року щодо  
несправедливих умов споживчих договорів Офіційний журнал L 095,  
21/04/1993, стр. 29–34. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<http://www.znay.ru/law/eec/eec93-13.shtml>.
18. Директива Ради ЄС від 13 червня 1990 року про організовані туристичні  
подорожі, відпочинок з повним комплексом послуг та комплексні турне  
(90/314/ЄЕС) [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
[derzhreestr.gov.ua>file/31071](http://derzhreestr.gov.ua/file/31071).

- 19.Для Великобритани 2004 год был успешным.  
[http://www.tourua.com/ru/pft\\_login/tourbusiness\\_news/archive-2005-01-01.html](http://www.tourua.com/ru/pft_login/tourbusiness_news/archive-2005-01-01.html)
- 20.Дмитрієвський Ю. Д. Туристські райони світу : Навчальний посібник / Ю. Д. Дмитрієвський. – Смоленськ : СГУ, 2000. – 224 с.
- 21.Договір про заснування Європейської Спільноти від 25.03.1957 в редакції від 01.01.2005 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994\\_017](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_017).
- 22.Дубовик Б. Досвід міжнародної співпраці в рамках євро регіонів. Перспективи України / Б. Дубовик. – [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://www.uspishnaukraina.com.ua/uk/analytics/4/31.html>. – Дата звернення: 05.08.2018.
- 23.Гайдукевич Л.М. Міжнародний туризм у системі взаємодії країн Центральної та Східної Європи наприкінці ХХ - початку ХХІ ст. - Мінськ: Чотири чверті, 2007.
- 24.Європейський Союз: політика, економіка, право : навч. посіб. [за ред. Н.В.Антонюк, М.М.Микієвича]. – Львів, 2005. – 532 с.
- 25.Жукова М.А. Управление индустрией туризма в современных условиях: Дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05. - М, 2003. - 354 с.
- 26.Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://tourlib.net/books\\_tourism/zorin08.htm](http://tourlib.net/books_tourism/zorin08.htm).
- 27.Ісічко А. Правове регулювання сфери захисту прав споживачів у Європейському Союзі та в Україні (комплексне порівняльно-правове дослідження) / Кол. авт.: Ісічко А., Мінін. О. та ін.; За заг. ред. І. А. Грицяка. - К.: ТОВ "АТЖА-Н", 2005. - 656 с.
- 28.Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма : учеб. пособие / Н. И. Кабушкин. – Минск : Изд-во БГЭУ, 1999. – 644 с.
- 29.Камушков О.С. Управління розвитком туристичної сфери України: автореф. дис... к.е.н.: 08.00.03. - Запоріжжя, 2010. - 25 с.

30. Корсак Р. Інституційна організація туризму у ЄС: практика застосування в Україні // Східноєвропейський історичний вісник. 2017. - Вип. 2. – С.82-86
31. Коберник Л. Особливості державного регулювання туристичної галузі Польщі [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://naub.oa.edu.ua>
32. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Зелена Буковина, 2003. – 312 с.
33. Козловський Є.В. Іноземний досвід регулювання міжнародного туризму та його використання в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://academy.gov.ua/ej/ej1/txts/KOZLOVSKIY.htm>
34. Козловський Є.В. Державне регулювання в галузі туризму: становлення та розвиток в Україні: автореф. дис... к. держ. упр.: 25.00.02. - Київ, 2008. - 18 с.
35. «Лісабонську стратегію» має змінити нова програма розвитку «Європа 2020» [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://eu.prostir.ua/view/238694.html>. – Дата звернення: 18.01.2010.
36. Ліцензійні умови провадження туроператорської діяльності, затверджені наказом Мінінфраструктури від 10 липня 2013 р. № 465, зареєстрованим в Мін'юсті 30 липня 2013 р. за № 1275/23807 від 10.07.2013 № 465 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1275-13>.
37. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://tourlib.net/books\\_ukr/lubiceva\\_rtp13.htm](http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp13.htm).
38. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
39. Масляк П. О. Рекреаційна географія. Навчальний посібник / П. О. Масляк. – К. : Знання, 2008. – 343 с.
40. Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности, четвертый пересмотренный вариант (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities, Revision 4) [Електронний ресурс]. – Издание Организации Объединенных

- Наций. – Нью-Йорк. – 2008. – 291 с. – Режим доступу: [http://unstats.un.org/unsd/publication/seriesM/seriesm\\_4rev4e.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/seriesM/seriesm_4rev4e.pdf).
- 41.Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год (International Recommendations for Tourism Statistics 2008) [Электронный ресурс]. – Издание Организации Объединенных Наций. – Мадрид и Нью-Йорк. – 2010. – 167 с. – Режим доступу: [http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm\\_83rev1r.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1r.pdf).
- 42.Менеджмент туризму: поняття “туристична діяльність” [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://library.if.ua/book/38/2530.html>.
- 43.Мечковская О.А. Интенсивність розвитку міжнародного туризму в країнах Центральної та Східної Європи в період економічних реформ (1990-1998 рр.) // Вісник БГУ. - 2003. - №1. - С.77-82.
- 44.Омельчак К.О. Державне регулювання туристичної галузі на національному, регіональному та місцевому рівнях // Держава та регіони. Серія «Державне управління». - 2010. - №1. - С.80-85.
- 45.Организация туризма: учебное пособие / [кол. авт.]; под общ. ред. Н.И. Кабушкина и др. - Минск: Новое знание, 2003. - 632 с.
- 46.Пиріжнік І.І. Геополітичний вибір Білорусі в інтегрованій Європі // Вісник БГУ. - 2001. - №3. - С.103-107.
- 47.Писаревский Е. Л. Правовое регулирование туристской деятельности [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Е. Л. Писаревский. – Санкт-Петербург. ун-т МВД России. – СПб., 1999. – 337 с. – Режим доступу: <http://dlib.rsl.ru/01000319304>.
- 48.Правове регулювання сфери захисту прав споживачів у Європейському Союзі та в Україні (комплексне порівняльно-правове дослідження) / Кол. авт.: Ісічко А., Мінін. О. та ін.; За заг. ред. І. А. Грицяка. – К.: ТОВ «АТІКА-Н», 2005. – 656 с.
- 49.Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема, електронної комерції, на внутрішньому ринку» («Директива про електронну комерцію») Директива 2000/31/ЄС Європейського парламенту та Ради від

8 червня 2000 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994\\_224](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_224).

50.Про затвердження та скасування національних класифікаторів [Електронний ресурс] : Наказ Держспоживстандарту України від 11.10.2010 р. №457. – Режим доступу: Інформац.-прав. система ЛІГА:ЗАКОН.

51.Про захист прав споживачів Закон України від 12.05.1991 № 1023-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.

52.Про захист споживачів стосовно певних аспектів контрактів з таймшер (право володіння майном протягом відведеного часу) Директива 2008/122/ЄС Європейського парламенту і Ради від 14 січня 2009 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://instzak.rada.gov.ua/instzak/doccatalog/document?id=60404>.

53.Про захист фізичних осіб при обробці персональних даних і про вільне переміщення таких даних. Директива 95/46/ЄС Європейського Парламенту і Ради від 24 жовтня 1995 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994\\_242](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_242).

54.Про імплементацію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. Розпорядження Кабінету Міністрів України 17 вересня 2014 р. № 847-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/847-2014-%D1%80>.

55.Про організовані туристичні подорожі, відпочинок з повним комплексом послуг та комплексні турне (90/314/ЄЕС) Директива Ради ЄС від 13 червня 1990 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [derzhreestr.gov.ua>file/31071](http://derzhreestr.gov.ua/file/31071).

56.Про пакетну мандрівку (із передплаченими витратами), комплексний відпочинок та комплексні тури Директива Ради 90/314/ЄЕС від 13 червня

1990 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<http://old.minjust.gov.ua/file/31071.doc>.

57.Про схвалення розроблених Міністерством економічного розвитку і торгівлі планів імплементації деяких актів законодавства ЄС Розпорядження Кабінету Міністрів України від 4 березня 2015 р. № 164-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/164-2015-%D1%80>.

58.Про схвалення розробленого Міністерством інфраструктури плану імплементації Директиви Ради ЄС від 13 червня 1990 р. 90/314/ЄЕС про організовані туристичні подорожі, відпочинок з повним комплексом послуг та комплексні турне / Розпорядження Кабінету Міністрів України від 11 березня 2015 р. № 200-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/200-2015-%D1%80>.

59.Про туризм [Електронний ресурс] : Проект Закону України від 24.02.2014 р. №4224. – Режим доступу: Інформац.-прав. система ЛІГА:ЗАКОН.

60.Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95>.

61.Рішення Конституційного Суду України у справі за конституційним зверненням Київської міської ради професійних спілок щодо офіційного тлумачення частини третьої статті 21 Кодексу законів про працю України (справа про тлумачення терміну «законодавство») від 09.07.1998 № 12-рп/98 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/v012p710-98>.

62.Семенова М.В. Правовий зміст поняття «Турист» // Право та інновації. 2014. - № 4 (8). – С.207-214.

63.Розвиток туристичного бізнесу регіону: Навчальний посібник / [за ред. доктора економічних наук, професора Школи І. М.]. – Чернівці : Книги – XXI, 2007. – 292 с.

64. Сисоєва С.І. Механізми управління туристичним бізнесом в Україні // Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. пр. Харків: Вид-во ХарПІ НАДУ "Магістр", 2014. - №2. - С.75-80.
65. Соціально-економічні проблеми управління розвитком регіонів в умовах трансформації економіки: Зб. наук. праць НАН України / Ін-т регіональних досліджень. - Львів, 2007.- С.64-72.
66. Туроператоры Испании подписали Туристический Кодекс [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://travel.obozrevatel.com/family/turoperatoryi-ispanii-podpisali-turisticheskij-kodeks.htm>
67. Турчак І.О., Мельник П.В. Загальна характеристика законодавства Європейського Союзу та України у сфері туризму // Науково-інформаційний вісник «Прова». – 2016. - № 1(13). – С. 146-156
68. Туризм на порозі ХХІ століття: освіта, культура, екологія: матеріали міжнар. наук-практ. конф. (м. Київ, 18-20 жовтня 1999 р.). - Київ: Вид-во КУТЕП, 1999. - 268 с.
69. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони від 27.06.2014 в редакції від 30.11.2015 ратифіковано із заявою Законом № 1678-VII від 16.09.2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/984\\_011](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/984_011).
70. Угода про партнерство і співробітництво між Україною і Європейськими Співтовариствами та їх державами-членами від 14.06.1994 в редакції від 16.09.2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/998\\_012](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/998_012).
71. Шаптала О. Організація державного управління сферою рекреаційного обслуговування в Україні // Зб. наук. праць Нац. академії держ. управління при Президенті України. - 2007. - №2. – С.357.

- 72.Шупік Б.Б. Поняття й ефективні методи державного регулювання міжнародного туризму в Україні // Держава та регіони. Серія "Державне управління". - 2010. - №1. - С.130-135.
- 73.About the World Tourism Organization (WTO). Mission for the New Millennium // <http://www.world-tourism.org/aboutwto/eng/menu.html>
- 74.EUbusiness: Tourism in the European Union [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.eubusiness.com/topics/tourism>.
- 75.European Commission. ICT & Tourism Business Initiative [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/ict/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/ict/index_en.htm).
- 76.Le budget du tourisme 2004-2005. Le ministere delegue au Tourisme // [http://www.tourisme.gouv.fr/fr/z1/ministere\\_delegue/budg\\_tourisme/](http://www.tourisme.gouv.fr/fr/z1/ministere_delegue/budg_tourisme/)
- 77.Maison de la France. Le ministere delegue au Tourisme // [http://www.tourisme.gouv.fr/fr/z1/ministere\\_delegue/org\\_assoc/maison/](http://www.tourisme.gouv.fr/fr/z1/ministere_delegue/org_assoc/maison/)
- 78.Ministero delle Attivita Produttive. Direzione generale per il turismo (DGT) // [http://www.minindustria.it/organigramma/index.php?sezione=organigramma&tema\\_dir=tema2&nodo=179](http://www.minindustria.it/organigramma/index.php?sezione=organigramma&tema_dir=tema2&nodo=179)
- 79.Ottaviani: Foreign tourism better than forecast in 2004. Italian State Tourist Board // <http://press.enit.it/press/default.asp?lang=en&sel=news&cana=varie>
- 80.Secretaria de Estado de Turismo y Comercio // <http://www.mcx.es/turismo/default.htm>
- 81.[www.unwto.org](http://www.unwto.org).
- 82.What is Visit Britain's Role? // [http://www3.visitbritain.com/corporate/bta\\_role.htm](http://www3.visitbritain.com/corporate/bta_role.htm)
- 83.WTO World tourism barometer. - Madrid, 2004. - Volume 2, №1. - 23 s.
- 84.Cabrini L. Conclusions of the UNWTO Conference «Impact of the European Union Enlargement on tourism development in Europe» (Vilnius, Lithuania, 1-2 March 2006) [Electronic resource] //World Tourism Organization. On-line. - Mode of access: [www.unwto.org/regional/europe/PDF/2006/vilnius/conclusions.pdf](http://www.unwto.org/regional/europe/PDF/2006/vilnius/conclusions.pdf). Date of access: 11.03.2007.

85. Godin P. EU Cohesion Policy and Tourism: which Possible Contribution? [Electronic resource] // World Tourism Organization. - Mode of access: [http://www.world-tourism.org/regional/europe/PDF/2066/vilnius/patrick\\_brunet.pdf](http://www.world-tourism.org/regional/europe/PDF/2066/vilnius/patrick_brunet.pdf). Date of access: 11.03.2007.
86. Opinion of the European Economic and Social Committee on Tourism Policy in the Enlarged EU (2005/C 255/02) [Electronic resource] // Official Journal of the European Union. - 2005. - V.48. - C.255. - P.14-21.
87. Petrik I. Vnutroly Cestovny Ruch v Evropskej Unii // Revue Cestovneho ruho = Economic Review of Tourism. - 2008. - N3. - S.183-188.
88. Shlevkov A. Global Tourism Trends and Prospects for Central and Eastern European Countries: Presentation (Zakopane, Poland, 13 Dec. 2002) [Electronic resource] // World Tourism Organization. - Mode of access: [http://www.world-tourism.org/regional/europe/PDF/SPEECHSS/2002/Zakopane%20Poland\\_.pdf](http://www.world-tourism.org/regional/europe/PDF/SPEECHSS/2002/Zakopane%20Poland_.pdf). Date of access: 02.02.2007
89. The European Tourism Industry in the Enlarged Community. Gaps and Potential Opportunities: report by Enterprise and Industry Directorate-General of the European Commission (January 2007) [Electronic resource] // European Union. - Mode of access: [http://ec.europa.eu/enterprise/tourism/docs/studies/sectoral\\_analysis\\_2007/tourism\\_2007\\_sectoral\\_analysis\\_summary\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/tourism/docs/studies/sectoral_analysis_2007/tourism_2007_sectoral_analysis_summary_en.pdf). Date of access: 19.02.2008.
90. Офіційний сайт Міністерства промисловості, енергетики та туризму Іспанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.minetur.gob.es/es-es/Paginas/index.aspx](http://www.minetur.gob.es/es-es/Paginas/index.aspx)
91. Офіційний сайт Інституту туризму Іспанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.tourspain.es/es-es/Paginas/index.aspx](http://www.tourspain.es/es-es/Paginas/index.aspx)