



**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

Джинджоян В.В., Горожанкіна Н.А., Бойко З.В.

«ОСНОВИ ТУРИЗМОЗНАВСТВА»

Навчальний посібник

Київ 2022

УДК 379.8
Д 23

*Рекомендовано до друку вченою радою
Дніпровського гуманітарного університету
(протокол №9 від 26.05.2022 року)*

Рецензенти:

Сазонець Ігор Леонідович, д.е.н., проф., професор кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Дніпровського гуманітарного університету;

Корнєєв Максим Валерійович, д.е.н., проф., декан факультету інноваційних технологій Університету митної справи та фінансів (м. Дніпро);

Коротун Сергій Ігорович, к.геогр.н., доц., завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Національного університету водного господарства та природокористування (м. Рівне).

Джинджоян В.В., Горожанкіна Н.А., Бойко З.В. Основи туризмознавства : навчальний посібник. Київ: Видавець ФО-П Піча Ю.В., 2022. 246 с.

ISBN 978-966-9607-72-0

Розглянуто питання щодо різноманіття туризму як унікального соціального явища і соціального інституту, місця та ролі туризмознавства як концептуального розуміння цивілізаційної природи, ціннісної і смислової основи, культурного значення, а також економічного, правового, етико-психологічного, педагогічного та інших сутнісно-функціональних аспектів людського життя. Наведені матеріали ґрунтовно розкривають теоретичні основи та практичний інструментарій функціонування індустрії туризму з урахуванням національного та світового досвіду. Уміщені основні поняття дисципліни, питання для оцінювання поточного і підсумкового рівня засвоєння матеріалу, словник туристичних термінів, додатки та список рекомендованої літератури. Призначено для викладачів, молодих вчених, здобувачів вищої освіти, слухачів шкіл бізнесу та масового читача.

© Джинджоян В.В.,
Горожанкіна Н.А., Бойко З.В.,
2022
© Видавець ФО-П Піча Ю.В.,
2022

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	6
ТЕМА 1. СУТНІСТЬ ТУРИЗМУ ТА ЙОГО РІЗНОВИДИ	8
1.1. Етапи розвитку	8
1.2. Манільська декларація зі світового туризму	10
1.3. Виїзд за межі звичайного середовища	11
1.4. Тимчасовий характер пересування як характеристика туризму	13
1.5. Статистичне визначення туризму	14
1.6. Класифікація та види туризму	16
1.7. Види турів та їх характеристика	22
1.8. Класифікація та характеристика туристів	23
<i>Завдання для самостійного контролю</i>	25
ТЕМА 2. ОСНОВНІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ КАТЕГОРІЇ ТУРИЗМУ	26
2.1. Суб'єкт туризму	26
2.2. Туристський регіон, туристські підприємства	26
2.3. Зовнішні та внутрішні чинники, що впливають на туризм	28
2.4. Природно-географічні та культурно-історичні фактори	30
2.5. Функції туризму	36
<i>Завдання для самостійного контролю</i>	37
ТЕМА 3. ТУРИСТСЬКІ ПОСЛУГИ	38
3.1. Відмінність туристичного продукту від туристської послуги	38
3.2. Характеристики туристичного продукту	39
3.3. Туристський пакет	41
3.4. Туристський центр	41
3.5. Транспорт	42
3.6. Послуги розміщення	43
3.7. Трансфер	46
3.8. Структури турпродукту	48
3.9. Структури туру	52
3.10. Додаткові туристично-екскурсійні послуги	54
3.11. Валовий туристичний продукт	55
<i>Завдання для самостійного контролю</i>	57

ТЕМА 4. ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ	58
4.1. Первинні виробники туристських послуг	58
4.2. Транспортні підприємства, засоби розміщення, об'єкти громадського харчування та розваг	58
4.3. Основні функції турагентів	82
4.4. Система маршрутів	84
<i>Завдання для самостійного контролю</i>	86
ТЕМА 5. СВІТОВА І НАЦІОНАЛЬНА ТУРИСТИЧНА ПОЛІТИКА. МЕХАНІЗМИ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИЗМУ	87
5.1. Туристична політика: визначення та значення	87
5.2. Всесвітня туристична організація	88
5.3. Туристичні прибуття: їх структура	89
5.4. Інтеграційні та глобалізаційні процеси в туризмі	90
5.5. Структура управління туристичною сферою в Україні	91
5.6. Установи та організації управління туризмом в Україні	92
5.7. Програми розвитку туризму	98
5.8. Організаційно-правовий механізм регулювання туристичної діяльності	98
5.9. Соціальний механізм регулювання	99
5.10. Економічний механізм регулювання	100
5.11. Екологічний механізм регулювання	101
5.12. Міжнародне співробітництво	101
<i>Завдання для самостійного контролю</i>	103
ТЕМА 6. БЕЗПЕКА В ТУРИЗМІ	104
6.1. Забезпечення безпеки життя та здоров'я туристів	104
6.2. Напрями безпеки у туризмі	105
6.3. Загальна характеристика страхування	107
6.4. Відносини між страхувальником та страховиком	108
6.5. Класифікація факторів туристських ризиків	118
<i>Завдання для самостійного контролю</i>	125
ТЕМА 7. ТУРИЗМ ТА ІНШІ ГАЛУЗІ ЗНАНЬ	126
7.1. Психографія та її методи, маркетинг туризму	126
7.2. Туризм як суспільне явище	127
7.3. Дослідження потенційного туристичного ринку споживачів	129
<i>Завдання для самостійного контролю</i>	135
ТЕМА 8. ПОРЯДОК ЛІЦЕНЗУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА СЕРТИФІКАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	136
8.1. Ліцензування в туризмі	136
8.2. Сертифікація та стандартизація в туризмі	137

8.3. Порядок надання туристичних послуг	138
8.4. Ліцензування та сертифікація транспортних перевезень	142
8.5. Категорії закладів готельного та ресторанного господарства	142
8.6. Правила проведення екскурсійної діяльності	143
<i>Завдання для самостійного контролю</i>	144
ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ	145
ЗАКЛЮЧЕННЯ	147
СЛОВНИК ТУРИСТИЧНИХ ТЕРМІНІВ	148
ДОДАТКИ	163
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	241

ПЕРЕДМОВА

Посібник складається з восьми тем згідно із робочою програмою дисципліни «Основи туризмознавства» для здобувачів усіх форм навчання спеціальності 242 «Туризм». Кожна тема містить коротке викладення теоретичних питань, завдання для самостійної роботи, що включають питання для самостійного вивчення, ситуаційні завдання та задачі.

Основи туризмознавства припускають теоретичне вивчення сутності туризму, галузі соціокультурного та економіко-бізнесового знання. Наукове та прикладне призначення дисципліни «Основи туризмознавства» розкривається через функції туризму: світоглядну, етнічну, комунікаційну, етичну, екологічну та акумулюється в наукових багатовекторних напрямках: філософському, економічному, психологічному, культурологічному, країнознавчому, політологічному, соціологічному, правознавчому, педагогічному, історичному, географічному, демографічному, тощо.

Завдання курсу – ознайомити здобувачів вищої освіти з основними поняттями та дефініціями туризму, з його історією та сучасним станом розвитку туристичного господарства, умовами діяльності туристичних підприємств (фірм), сформулювати глибокі знання та практичні навички, необхідні для організації туристичної діяльності, створення та організації роботи туристичного підприємства (туроператора, турагентства).

В результаті вивчення дисципліни студенти

знатимуть: основні види туризму, турів, типи туристів та класів туристичного обслуговування; основи організації туристичного бізнесу, адміністративно-управлінського механізму регулювання господарської діяльності в сфері туризму; основи правового регулювання туристичної діяльності в Україні;

вмітимуть: застосовувати складники механізму управління туристичною сферою з максимальним результатом, нові форми та методи обслуговування в туризмі; розробляти та обґрунтовувати напрями підвищення ефективності

організації роботи суб'єктів туристичної індустрії; формувати концепцію створення та забезпечення роботи туристичного підприємства.

В результаті оволодіння цим курсом здобувачі повинні отримати уявлення про сутність туризму, його види, напрями туристичної політики світу та України, розвинути творчі здібності щодо вирішення практичних ситуацій в туризмі.

Автори висловлюють подяку рецензентам навчального посібника за прискіпливий аналіз і цінні рекомендації з теоретико-практичних та методичних питань: доктору економічних наук, професору, професору кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Дніпровського гуманітарного університету Сазонцю Ігорю Леонідовичу; доктору економічних наук, професору, декану факультету інноваційних технологій Університету митної справи та фінансів Корнєєву Максиму Валерійовичу; кандидату географічних наук, доценту, завідувачу кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Національного університету водного господарства та природокористування Коротуну Сергію Ігоровичу. Окрему подяку висловлюємо українським і зарубіжним вченим які своїми працями з туристичної тематики надихнули авторів навчального посібника на формування його змісту та часткового наповнення.

Сподіваємось, що навчальний посібник буде корисним для практиків, науковців та студентів, яких цікавлять сфера послуг, менеджмент, економіка, світове господарство.

ТЕМА 1. СУТНІСТЬ ТУРИЗМУ ТА ЙОГО РІЗНОВИДИ

1.1. Етапи розвитку

У ХХІ столітті крізь призму часу виникла необхідність розглянути яким чином відбувалися історичні процеси появи, формування, розвитку та становлення туризму. Всю відому історію розвитку туризму можна розділити на *чотири основні етапи*:

Перший – з найдавніших часів до 1841 року – це початковий етап розвитку туризму.

Другий – з 1841 року до 1914 року – етап становлення організованого туризму.

Третій – з 1914 року до 1945 року – формування індустрії туризму.

Четвертий – з 1945 року до наших днів – етап масового туризму та глобалізації туристичної індустрії.

Цілком очевидно, що попередницею сучасної туристичної, у нинішньому розумінні цього слова, подорожі була будь-яка *мандрівка*, яку здійснювали наші предки.

Основними чинниками, що спонукали наших предків мандрувати, були:

- потреба освоєння нових територій, зручних для проживання та різних видів діяльності;
- людська цікавість, бажання пізнати навколишній світ.

У стародавньому світі основними мотивами подорожей були:

- торгівля;
- загарбання нових територій;
- прочанство;
- пізнавальні потреби;
- лікування;
- розваги.

Таблиця 1.1 – Етапи розвитку світового туризму

Назва етапу	Термін етапу	Характерні риси етапу
Початковий етап туризму	З найдавніших часів до 1841 року	<ul style="list-style-type: none"> • Розвиток торгівлі • Розвиток різних релігій • Розвиток культури і мистецтва • Пізнання людиною природи • Збільшення частки вільного часу в суспільстві
Етап становлення організованого туризму	З 1841 до 1914 року	<ul style="list-style-type: none"> • Поява перших туристичних організацій • Розвиток науково-технічного прогресу • Туризм формується як окремий елітний вид відпочинку • Створюється туристична інфраструктура • З'являються перші туристичні кадри • Створюються нові туристичні центри, курорти, розвивались старі
Формування індустрії туризму	З 1914 до 1945 року	<ul style="list-style-type: none"> • Туризм як галузь економіки вже існує • Швидко формується туристична індустрія • З'являються державні та міжнародні туристичні організації; що свідчить про вихід туризму на державний та міжнародний рівні • Офіційно встановлюється відпустки для працюючих, що дозволяє здійснювати подорожі людям, зайнятим на виробництві • Розширюється географія туристичних подорожей
Етап масового туризму та глобалізації туристичної індустрії	З 1945 року до наших часів	<ul style="list-style-type: none"> • Значне зростання добробуту населення • Збільшення частки вільного часу • На державному рівні встановлені обов'язкові оплачувані відпустки для працюючих • Активно функціонує та розвивається туристична індустрія • Туризм стає головною галуззю економіки багатьох країн • Створені та функціонують

1.2. Манільська декларація зі світового туризму

Всесвітня конференція з туризму проходила за участю 107 делегацій країн та 91 делегацій спостерігачів скликана Всесвітньою туристською організацією з метою з'ясування реальної сутності туризму у всіх його аспектах і тієї ролі, яку туризм відіграє в динамічному і мінливому світі. Манільська декларація зі світового туризму прийнята Всесвітньою конференцією, з туризму, що проходила в Манілі (Філіпіни) з 27 вересня по 10 жовтня 1980 року. Манільська декларація містить 25 пунктів.

Документ визнає туризм як діяльність, що відіграє важливе значення в житті народів, одну з основних галузей світової економічної діяльності, позитивний та постійний фактор, що сприяє взаємному пізнанню і розумінню, одну з основ для досягнення більш високого рівня поваги і довіри між усіма народами світу. У зв'язку з цим у Декларації зазначено, що обов'язок суспільства – надавати своїм громадянам реальні, ефективні і недискримінаційні можливості доступу до туризму, а міжнародне співробітництво в області туризму повинно бути таким, при якому поважаються індивідуальні особливості народів та основні інтереси держав. Ці тези закладають принципи розвитку іноземного (в'їзного та виїзного) і внутрішнього туризму.

Мета: виявлення сучасної сутності туризму, визначення його ролі в динамічному світі, що змінюється, розгляду відповідальності держав за розвиток туризму. На конференції були розглянуті нові концепції туризму (насамперед як спосіб проведення відпусток і форма відпочинку, подорожей і переміщень осіб з будь-якими цілями, а не тільки як дохідна галузь економіки), нові принципи й основні напрями його розвитку.

Конференція прийняла Манільську декларацію зі світового туризму, в якій туризм розуміється як важлива діяльність, що впливає на соціальне, культурне, освітнє й економічне життя держав і має гуманітарний характер.

Особливе місце в Декларації приділяється розвитку внутрішнього, соціального й молодіжного туризму. Підкреслюється, що внутрішній туризм сприяє більш збалансованому стану національної економіки; соціальний туризм повинен бути суспільною метою в інтересах менш забезпечених громадян; молодіжний туризм потребує особливої уваги і надання цій категорії громадян найбільших можливостей і пільг.

У Декларації заявлено, що державам варто сприяти створенню поліпшених умов праці для туристичних кадрів, вивчати стримуючі фактори в розвитку туризму і вживати заходів щодо їх усунення. Визнано направляючу і координуючу роль ВТО в міжнародному туристичному співробітництві.

1.3. Виїзд за межі звичайного середовища

Основні підходи до визначення сутності туризму спираються на мобільний характер, рід занять або мету поїздки, термін пересування, організаційні засади. Звідси туризм розглядається як:

- вид тимчасових міграцій, що мають здебільшого сезонний характер;
- складова рекреації, її активна форма, з метою відпочинку, розваг, оздоровлення, пізнання природи, культури та побуту населення інших територій тощо;
- форма виховання фізичних і розумових здібностей людини через поширення знань із краєзнавства та країнознавства, історії, географії, культурології, що надаються в процесі подорожування; через формування системи фізичних навантажень, загальної фізичної підготовки, знань, умінь та навичок виживання в природних умовах, додання природних перешкод тощо;
- один із різновидів міжнародних відносин, «що здійснюються на підставі міжнародних угод з урахуванням діючих міжнародних звичаїв»;

- вид економічної діяльності, спрямований на задоволення потреб подорожуючої людини в безпечних і комфортних умовах проведення вільного часу за межами постійного проживання;
- галузь господарства, складова світового ринку послуг, розвиток якої ґрунтується на специфічному виді споживання

Туризм із стихійного явища перетворився на організований вид бізнесу та на один із престижних і раціональних видів відпочинку, доступний більшості населення розвинених країн світу. Зараз поняття туризм згідно існуючого законодавства доцільно представити наступним чином.

Туризм – це подорож у вільний час із метою відпочинку, оздоровлення, пізнання та іншими цілями, яка здійснюється поза межами основного місця проживання, терміном більше доби до одного року, без права займатися оплачуваною діяльністю та зобов'язанням повернутися до основного місця проживання у зазначений термін.

Розвиток поняття «туризм» відповідний розвитку суспільних функцій, виконаних туризмом. Звідси й численні тлумачення цього поняття, які здебільшого мають за мету визначити його:

- соціально-економічну сутність;
- статус у міжнародно-правових відносинах;
- статистичний облік на кожному з етапів соціально-економічного розвитку суспільства.

Туризм – соціально-економічне явище, сформоване історично та представлене самодіяльністю конкретної особи з метою проведення вільного часу й діяльністю підприємств індустрії туризму з організації подорожі та споживання туристичного продукту, що визначається масовістю й організованістю процесу узгодження попиту та пропозиції на ринку туристичних послуг.

Найбільш загальне визначення туризму запропоноване фахівцями Бернського університету (Швейцарія) В. Хунзикером та К. Крапфом:

«Туризм – це ряд явищ і взаємин у результаті подорожей людей, доти, доки не призводить до їхнього постійного перебування у визначеному місці і не пов’язане з одержанням ними якої-небудь вигоди (прибутку)».

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

У Законі України «Про туризм», 2003 р. зазначається, що «туризм – тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування», а «турист – особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з незабороненим законом країни перебуванням на термін від 24 год. до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов’язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін».

1.4. Тимчасовий характер пересування як характеристика туризму

Як результат можна виділити чотири концептуальні характеристики (критерії) туризму, закладених у визначенні даного феномену:

1) Тимчасова – переміщення, обмежене певними часовими рамками від 24 годин до півроку чи року;

2) Просторова – переміщення громадян у просторі з місця (або країни) постійного проживання в якесь інше місце (або країну), що контрастує з місцем проживання;

3) Цільова (мотиваційна) – туризм передбачає здійснення поїздок громадян із чітко визначеними цілями;

4) Діяльнісна – виключає можливість трудової діяльності на місці тимчасового перебування, оплачуваної з місцевого бюджету.

Ці критерії дозволяють не тільки визначити рамки туризму, а й провести межу між туризмом та іншими видами діяльності, такими як рекреація, подорож, відпочинок, міграція. Проте якщо проблему співвідношення подорожі та туризму можна вважати вирішеною, то проблема співвідношення рекреації та туризму ще потребує свого вирішення, застосування інноваційних підходів, виділення додаткових критеріїв.

1.5. Статистичне визначення туризму

У статистиці під туризмом розуміють одну з форм міграції населення, не пов'язану зі зміною місця проживання або роботи. Необхідність його дефініції виникла в першій половині ХХ ст. і була обумовлена повсюдним зростанням туристських потоків, зростаючим економічним значенням туризму і, як наслідок, спробами статистичного обліку подорожуючих осіб.

Запропонована дефініція дозволила більш чітко окреслити ту частину подорожуючих осіб, яка виступає об'єктом статистичних досліджень в туризмі. У підсумкових документах Оттавської конференції та технічних посібниках Всесвітньої туристичної організації турист визначається як відвідувач. Це поняття рекомендується використовувати в якості ключового у статистиці туризму. Воно поширюється поряд з туристами і на екскурсантів, яким притаманні загальні ознаки. Відмінності, наявні між ними, не торкаються істоти явища, тому екскурсійні поїздки все частіше розглядаються як приватний випадок туризму і відображаються в туристських статистичних довідниках.

Виділяються три головних ознаки, що дозволяють об'єднати туристів і екскурсантів у категорію відвідувачів і одночасно відрізнити від інших подорожуючих осіб: *переміщення за межі звичайного середовища, тривалість перебування в місці призначення і мету поїздки.*

Виїзд за межі звичайної середовища – перший критерій класифікації мандрівників. Термін «звичайне середовище» був введений в обіг на Оттавській конференції для того, щоб виключити з числа відвідувачів людей, які щодня

здійснюють поїздки з дому на роботу (навчання) та назад. Вони не залишають звичайного середовища і не вважаються туристами.

У рекомендаціях щодо статистики туризму Всесвітньої туристичної організації параметри звичайного середовища характеризуються двома показниками: частотою відвідування об'єкта та його віддаленістю.

Тривалість перебування – другий критерій виділення статистичної сукупності відвідувачів. Він вводиться в розвиток концепції звичайного середовища і дозволяє відрізнити туристів і екскурсантів від резидентів. Тривалість перебування обмежується 12 місяцями, після чого відвідувач переходить в категорію постійних жителів і не враховується у статистиці туризму. У разі повернення на колишнє місце проживання з короткостроковим візитом (наприклад, щоб провідати рідних і близьких) це особа реєструється як відвідувач даній території.

Мета (мотив) поїздки – третя ознака відвідувачів. На відміну від інших мандрівників ними рухають туристські мотиви, які в офіційних документах і науковій літературі трактуються дуже широко. Для зручності статистичного обліку відвідувачів за рекомендацією Всесвітньої туристичної організації туристські цілі були об'єднані в кілька блоків: дозвілля, рекреація, відпочинок; відвідування родичів і знайомих; ділові і професійні цілі (участь у ділових зустрічах, конференціях, конгресах тощо); лікування; поклоніння релігійним святиням (паломництво); інші туристські цілі.

1.6. Класифікація та види туризму

Класифікація туризму має важливе практичне значення. Вона дозволяє більш ефективно:

- визначати попит і формувати ринок туризму;
- вирішувати проблеми його територіальної організації;
- планувати розвиток матеріальної бази;
- розробляти та реалізовувати туристичний продукт.

Класифікація в туризмі передбачає визначення його окремих видів залежно від основного показника – критерію.

Усі види туризму, як правило, переплітаються між собою, і *виділити їх у чистому вигляді майже не можливо*. Завданням туристичних фірм є надання клієнту максимуму можливостей суміщати різні види туризму в одній подорожі, а отже, і задовольняти різні мотивації.

Критерій поділу туристичних подорожей згідно з основною метою має вирішальне значення, оскільки *мета подорожі* найбільше впливає на формування туру, вибір маршруту подорожі, а отже, організацію туристського обслуговування.

Турист, мандруючи, може ставити перед собою *декілька цілей*, але *одна з них буде основною й домінуючою*, саме за нею і визначається вид туризму. Дуже складно чітко і остаточно поділити всі туристичні подорожі на окремі види, тому в світі немає єдиної класифікації. Ті, що існують у спеціальній літературі, мають більші або менші розбіжності, але в цілому узгоджуються між собою.

Отже, залежно від мети подорожі визначено наступні види туризму:

- *пізнавальний (екскурсійний)*– це подорож: із метою ознайомлення з природними, історико-культурними визначними пам'ятками, музеями, театрами, життям і традиціями народів у країні відвідування;
- *рекреаційний*– подорож із метою відновлення життєвих сил людини, часто таку подорож; називають оздоровчою;
- *розважальний*– це мандрівка з метою розваг та відпочинку;
- *релігійний*– це подорож із метою ознайомлення з релігійними центрами та їх святинями (оскільки цей вид туризму пов'язаний з певними особливостями організації, то він є ще й спеціалізованим);
- *освітній*– це подорож із метою отримання освіти, *зараз його вважають одним із спеціалізованих видів туризму*;
- *етнічний*– це мандрівка з метою відвідання родичів, могил предків;

- *екзотичний* пов'язаний з відвіданням екзотичних природних місцевостей та місць проживання народностей з нетиповою для туриста культурою та побутом;
- *екстремальний*– це подорож із метою отримання гострих відчуттів.

Відповідно елементи екстремальності можуть включати такі види туризму, як *альпінізм, спортивний, пригодницький туризм, спелеотуризм, гірськолижний, сафарі* тощо;

- *івент-туризм*– подорож із метою відвідання певних заходів, як-то: *фестивалів, карнавалів, спортивних змагань або інших акцій*;
- *гірський*– це мандрівка гірською місцевістю, може вважатися *різновидом спортивного, екстремального*;
- *пригодницький* туризм пов'язаний не тільки з перебуванням у незвичній місцевості, але і заняттям незвичайним видом діяльності, як-то: *полюванням, долаттям перешкод, рибною ловлею, яхтингом*, тощо.

За терміном подорожі:

- *поїздки вихідного дня (вікенди)*, як правило, це подорожі, що здійснюються на вихідні та святкові дні і мають термін не більше 2-3-х днів;
- *середнього* терміну, які тривають від одного тижня до одного місяця, такі подорожі найбільш популярні серед туристів;
- *довготермінові*– до 6 місяців (як правило, це подорожі з метою освіти, паломництва або лікування).

Залежно від засобу пересування, та виду транспорту:

- *пішохідний*– вся мандрівка здійснюється туристом пішки;
- *лижний* – основним засобом пересування на маршруті є лижі;
- *кінний*– подорож; здійснюється за допомогою коней;
- *на санях*– туристи долають більшість маршруту на санях за допомогою коней, собак та оленів;

- *VELO-МОТОТУРИЗМ*– основними засобами пересування є велосипеди, мопеди та мотоцикли, ці транспортні засоби в багатьох країнах світу практикуються для поїздок у вихідні та святкові дні;
- *АВТОТУРИЗМ*– це подорож, яка здійснюється за допомогою автомобіля. Характерною рисою цього виду туризму є висока рухливість та відносна свобода пересування. Розвиток автотуризму вніс істотні зміни в формування підприємств розміщення туристів, покликавши до життя специфічні форми обслуговування –*мотелі, кемпінги, шляхові магазини і ресторани*;
- *АВІАТУРИЗМ* передбачає переміщення основної частини маршруту повітряними транспортними засобами. Основною перевагою використання авіації при організації туризму є *висока швидкість руху*, що дозволяє за короткий час долати великі відстані. Для *країн, віддалених від основних туристичних регіонів*, характерне абсолютне переважання авіації в перевезеннях пасажирів. Так, в Австралії частка авіаційних перевезень туристів складає 99,5 %, у Нової Зеландії–98,6 %, у Японії–97,5 %;
- подорожі *залізницею* почали активно *розвиватися ще в XIX ст.* і вважаються одними із *дешевих та безпечних*, ці переваги вони мають й тепер. Перспективи розвитку таких подорожей простежуються у формуванні туристських потягів більш спеціалізованим і комфортним рухомим складом;
- *морський (річковий) туризм* – це подорож, яка здійснюється за допомогою водних видів транспорту. Річковий і морський туризм мають різний потенціал. Якщо *морський круїзний туризм* (теж; відноситься до спеціалізованих видів) *активно розвивається* і для його подальшого розвитку створено потужну індустрію, то *річкові круїзи*–*малопоширений* у світовій практиці вид туризму. Популярність круїзів пояснюється тим, що під час однієї мандрівки турист може *реалізувати декілька цілей*, наприклад, поєднати відпочинок з екскурсіями, екстремальними

ситуаціями тощо. Як правило, *круїз здійснюється по кільцевому маршруту*, під час якого туристам крім транспортних послуг, надаються *послуги розміщення, харчування, перегляду музичних програм і фільмів, користування басейнами, спортзалами, катками, казино;*

- *подорожі на повітряних кулях(балунінг)здійснюються згідно з визначеним маршрутом і терміном, як правило, на недалекі відстані.*

Відповідно до сезону розрізняють:

- *зимовий туризм – це подорожі, що здійснюються зимою;*
- *літній туризм передбачає мандрівку в літній сезон;*
- *подорожі в міжсезоння (осінь, весна).*

У зв'язку із тенденцією рівномірного завантаження туристичної індустрії тепер у багатьох країнах світу спостерігається *стимулювання організації подорожей у міжсезоння*. Наприклад, *освітній, конгрес-туризм, корпоративний, пізнавальний, івент-туризм, етнічний* можуть бути організовані в міжсезоння, тим паче, що і ціни на туристські послуги в цей час знижені, отже, і загальна вартість буде більш привабливою для споживача.

За рівнем організованості:

- *самодіяльний туризм – мандрівка туристів, які не зв'язані ніякими взаємними зобов'язаннями з туристичною фірмою, самі розробляють маршрут і програму подорожі;*
- *організований (плановий)– це подорож окремого туриста або групи за попередньо розробленою туристичною фірмою програмою. Організовані туристи забезпечуються необхідним туристським сервісом, що обумовлюється в заздалегідь придбаних турах.*

Відповідно до демографічного та соціального складу учасників подорожі:

- *дитячий;*
- *шкільний;*
- *молодіжний;*
- *подорожі для людей похилого віку;*
- *подорожі для інвалідів;*

- сімейний.

За спрямованістю туристських потоків:

- в'їзний іноземний (активний);
- виїзний за кордон (пасивний);
- виїзний внутрішній.

Відповідно до принципу оплати розрізняють:

- комерційний туризм, що передбачає оплату подорожі самим туристом;
- соціальний туризм базується на частковій або повній оплаті туристичної подорож відповідними установами або організаціями, а мандрівник, як правило, сплачує певний відсоток від вартості туру. Яскравим прикладом соціального туризму була організація радянського туризму в структурі профспілок, коли ті сплачували за путівки 90%-70% від їх вартості;
- інсентив-туризм передбачає часткову оплату туру для свого співробітника туристичною фірмою, що водночас може розглядатись як засіб стимулювання праці співробітників туристичної фірми.

За спеціалізованою організацією:

- альпінізм;
- релігійний (паломництво);
- спортивний туризм;
- освітній;
- лікувальний;
- івент-туризм;
- спелеотуризм;
- екологічний;
- етнографічний;
- конгрес-туризм;
- круїзи;
- сафарі.

Пізнавально-діловий, або спеціалізований, туризм охоплює групи людей, об'єднаних єдиною метою або професійними інтересами. Це можуть бути

інженери, лікарі, педагоги, спеціалісти сільського господарства та інші особи, які здійснюють туристичні подорожі за спеціальними Програмами та маршрутами. До них можна віднести туристів, які налагоджують ділові контакти, вчених, спеціалістів, які беруть участь у роботі конференцій, конгресів, асамблей, симпозіумів, семінарів, а також осіб, які приїхали до рідних на відпочинок.

Але щоб більше конкретизувати поняття, варто сказати, що спеціалізовані види туризму відрізняються від традиційних *більшими вимогами до організації турів, потребою в наявності певних туристичних ресурсів.* Отже, враховуючи вище сказане, можна запропонувати наступне визначення поняття:

Спеціалізований туризм—система видів туризму, які визначені окремими сегментами, в основу виділення яких поставлена певна мета подорожі, а сама мандрівка вимагає спеціальної організації та відповідних туристичних ресурсів.

Усі відомі сьогодні спеціалізовані види туризму можна умовно поділити на *традиційні та новітні.*

До традиційних слід віднести: релігійний, спортивний, лікувальний, освітній туризм та альпінізм.

До новітніх: екологічний, екстремальний, етнографічний, конгрес-туризм, івент-туризм та спелеотуризм інші види, кількість яких збільшується з часом.

1.7. Види турів та їх характеристика

Тур – основний ринковий продукт турфірми. Це комплекс туристичних послуг, що складені у вигляді конкретної програми, метою якої є здійснення подорожі згідно з побажаннями клієнта. З погляду логістики туризму тур – організований турфірмою рух туристів (у складі групи чи індивідуально)

попередньо усталеним маршрутом, у певних місцях якого туристам надаються певні послуги відповідно до вартості путівки (подорожі).

Є загальноприйнята класифікація турів, тобто їх поділ на види за такими ознаками:

- мотивацією: курортно-лікувальні; рекреаційні; культурно-пізнавальні; спортивні; ділові; конгресні; релігійні; етнічні;
- організаційними засобами: пекідж-тур (комплексний); інклюзив-тур (індивідуальний);
- формою організації: організовані; самодіяльні подорожі;
- кількістю учасників: групові; індивідуальні;
- сезонністю: цілорічні; сезонні;
- тривалістю подорожі: уїкендові (1-2 доби); короткотермінові (тиждень); середньотермінові (2-3 тижні); довготермінові (круїзні – майже півроку, рік);
- 7) класом обслуговування: VIP-тури; люкс-апартамент; перший клас; туристичний; кемпінг;
- сукупністю послуг: ліжко-сніданок (B&B, Bed and Breakfast); напівпансіон; повний пансіон; усе включено (all inclusive); усе включено плюс;
- схемою маршруту: лінійні; кільцеві; радіальні; комбіновані;
- засобами пересування: транспортні; пішохідні;
- видами транспорту: наземні (автомобільні, автобусні, залізничні); водні (річкові, морські, океанські); повітряні (авіаційні, на повітряній кулі); космічні;
- масштабом: міжнародні; внутрішні.

До кожного туру в обов'язковому порядку належать такі складові: маршрут, програма, комплекс послуг.

1.8. Класифікація та характеристика туристів

Існують різні види класифікації туристів. Найчастіше зустрічається – класифікація за таких ознаках, як стать, вік, рівень доходу, рівень освіти, етнічна приналежність.

Класифікація туристів за віком. При складанні програм відпочинку тураніматорами повинні враховуватися вікові особливості груп відпочиваючих:

- 0-2 року – інфанти (грудні діти);
- 3-8 років – діти дошкільного віку;
- 9-18 років – підлітки-школярі;
- 18-25 років – молодь, студенти;
- 26-64 року – дорослі люди;
- 65 років і більше – люди похилого віку, пенсіонери.

В готелях відпочиває велика кількість молоді (школярі, студенти, спортивні команди). Це дуже активний народ, і головне для них – провести свій відпочинок максимально весело і цікаво. І анімаційна команда, проводячи свої заходи, у першу чергу звертає увагу саме на цю категорію туристів.

Молодих людей можна розділити на дві вікові категорії:

- від 18 до 24 років;
- від 25 до 34 років.

Ці категорії володіють значною динамічністю та енергійністю і тим, що найбільш чисельна категорія. Комплексні тенденції в даному сегменті наступні:

- відносно пізнє заміжжя,
- поява в родині першої дитини,
- невелике домашнє господарство,
- важливість кар'єри для обох дорослих членів родини.

При врахуванні всього цього можна правильно підібрати форми роботи. Найбільш продуктивним буде сполучення активного і пасивного відпочинку, зробити дозвілля цікавим і повноцінним.

У міжсезоння і зимовий період готель відвідують люди похилого віку, пенсіонери. Для них це самий сприятливий час, коли сонце вже не пече так сильно, як улітку. Для цієї категорії туристів анімаційна програма пропонує різного роду інтелектуальні ігри і нескладні спортивні змагання. Спостерігається тенденція росту груп людей літнього віку (60-65 років і більше). Ці групи називають люди зрілого віку, пенсійного віку, літнього чи «Третього віку». Цей сегмент ринку повинний бути вивчений менеджерами анімації, тому що він є поступово зростаючим і не менш важливим, від інших вікових груп сегменту туристського ринку.

З позиції відносин цих вікових груп до туризму і подорожей розрізняють чотири основні підгрупи:

- група людей у віці від 55 до 64 років;
- від 65 до 74 років;
- від 75 до 84 років
- від 85 років і більше.

Вікова група людей від 55 до 64 років характеризується наявністю великих вільних коштів, невеликих домогосподарств і свободою від матеріальних витрат на освіту, виховання і утримання дітей.

Люди від 65 до 74 років вважаються активними пенсіонерами. Це важливий сегмент туристського ринку.

Третю групу складають люди у віці від 75 до 84 років. У порівнянні з першою групою вони не так активні, найчастіше не схильні до подорожей.

Четверту групу складають люди від 85 років і більше.

Туркомплекси не бачать потенціалу даного сегмента ринку. Однак необхідно знати, якими анімаційними програмами можна зацікавити дану вікову групу.

Класифікація за етнічною належністю. При складанні анімаційних програм для представників різних націй і народностей треба враховувати етнічну приналежність і бути особливо уважними, знати національні традиції по проведенню дозвілля, щоб ненароком не скривдити гостей.

Класифікація за статевою ознакою. Різні програми можна пропонувати туристам. Можуть бути розроблені чисто жіночі і чоловічі дозвілєві програми.

Завдання для самостійного контролю

1. Охарактеризувати основні етапи розвитку світового туризму.
2. Ознайомитися з Манільською декларацією зі світового туризму та виділити її основні принципи.
3. Назвати концептуальні характеристики (критерії) туризму.
4. Перерахувати види туризму залежно від мети подорожі.
5. Розглянути основні терміни, що характеризують туристичну діяльність.
6. Дослідити динаміку світових туристичних потоків за останні 5 років.

ТЕМА 2. ОСНОВНІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ КАТЕГОРІЇ ТУРИЗМУ

2.1. Суб'єкт туризму

Суб'єкти туристичної діяльності – підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, фізичні особи, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством України порядку і мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг. До них належать як власне туристичні агентства, бюро подорожей, туристичні оператори, туристичні комплекси, так і готелі, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства громадського харчування, транспорту, заклади культури, спорту та інші, які забезпечують приймання, обслуговування і перевезення туристів.

2.2. Туристський регіон, туристські підприємства

Є кілька підходів до визначення туристського регіону, пов'язаних із відповіддю на такі питання: як визначити територію, яку турист вибрав для

подорожі та який розмір території сприймається різними ринковими сегментами як ціль подорожі?

Всесвітня туристська організація визначає туристський регіон як територію, яка має у своєму розпорядженні велику мережу спеціальних споруд та послуг, необхідних для організації відпочинку, навчального процесу або оздоровлення. З цього визначення випливає висновок у тому, що туристський регіон, щоб вважатися самостійним, повинен мати всі необхідні споруди для перебування в ньому туристів.

Як бачимо, СОТ визначає туристський регіон як місце, що має будь-які атракціони та пристосовані до них туристські споруди та послуги, які вибирає турист або група туристів і які продаються виробником послуг. Таким чином, туристський регіон – це мета подорожі та туристичний продукт. Таке узагальнююче визначення підходить всім видів подорожей. При цьому необхідно мати на увазі наступне:

1. Це визначення має виходити з інтересів споживача. При цьому вирішальним моментом є те, що географічна територія, обрана туристом, має приносити користь. Досить часто такі території порушують політичні кордони, що історично склалися.

2. Те, чим туристський регіон є для певного туриста, залежить від його потреб та його сприйняття. Для туриста-спортсмена-гравця в гольф – туристським регіоном швидше за все буде спортивний центр з майданчиком для гри в гольф. Для заморських туристів (наприклад, для американців), які за шість днів хочуть переглянути всю Європу, туристським регіоном буде весь європейський континент.

3. Регіон як «місце з набором атракціонів та пристосованими під них туристськими спорудами та послугами» представляє для туриста продукт, що складається з комплексу послуг. У такому вигляді туристський регіон є одиницею конкуренції в'їзного туризму.

Надалі під визначенням «туристський регіон» слід розуміти таке: це географічна територія (місце, регіон), яку гість чи туристський сегмент обирає з

метою подорожі. Така територія містить усі споруди, необхідні для перебування, розміщення, харчування та організації дозвілля туристів. Залежно від досвіду, мотиву поїздки та віддаленості від місця проживання відпочиваючий виділяє такі параметри: житло, місце, ландшафт та екскурсії.

Туристські підприємства є третім важливим компонентом, що створює туристичну пропозицію всередині підсистеми «об'єкт туризму». У туристській галузі функціонують різні туристські підприємства. Одні з них надають клієнтам виключно туристські послуги, а для інших туризм – це один із кількох напрямків їхньої комерційної діяльності. Підприємства, що існують лише за рахунок туризму, називаються туристськими підприємствами сфери первинних послуг, а підприємства, які отримують доходи не тільки від туристичної діяльності, – туристськими підприємствами сфери вторинних послуг. Таким чином, послуги перших підприємств служать виключно туризму і становлять основу його існування, а послуги другої групи підприємств задовольняють лише деяку частину туристського попиту, оскільки туризм для них – лише одне з багатьох джерел існування та їх послугами користуються не лише туристи.

В основі наведеної класифікації лежать такі ознаки, як спільність попиту клієнтів, функціональна роль підприємств у системі туризму, обсяг та питома вага пропонованих ними туристських послуг.

2.3. Зовнішні та внутрішні чинники, що впливають на туризм

Основні фактори, що впливають на розвиток туризму, поділяються на статичні й динамічні.

До статичних відносять сукупність природно-географічних факторів, які мають незмінне значення. Людина лише пристосовує їх до туристських потреб, робить більш доступними для використання.

До динамічних факторів відносять: демографічні, соціально-економічні, матеріально-технічні й політичні фактори, які можуть мати різну оцінку, значення, що змінюються в часі й просторі.

Крім вищевказаного розподілу, серед факторів, що впливають на розвиток туризму, розрізняють:

- зовнішні (екзогенні) фактори;
- внутрішні (ендогенні) фактори.

Зовнішні фактори впливають на туризм шляхом:

- демографічних та соціальних змін;
- економічного й фінансового розвитку;
- змін політичного та правового регулювання;
- технологічних змін;
- торгового розвитку;
- транспортної інфраструктури;
- безпеки подорожей.

Демографічні й соціальні фактори: вік населення; збільшення числа жінок, які працюють, і збільшення доходу на одну сім'ю; зростання числа бездітних пар у складі населення; тенденція до пізніх шлюбів; зменшення міграційних процесів; збільшення усвідомлення туристських можливостей.

Фактори економічні й фінансові: поліпшення (погіршення) економічної й фінансової ситуації; збільшення (зниження) індивідуального доходу; більш висока (нижка) туристська активність залежно від виділеної на відпочинок частини доходів; зростання або зниження частки суспільних коштів на покриття витрат, пов'язаних з розвитком туризму та подорожей.

Внутрішні фактори – це насамперед фактори ринку:

- процеси попиту, пропозиції;
- сегментація ринку, в якому розвивається туристський продукт;
- власне маркетинг;
- туристський приватний сектор;
- людський фактор.

Особливості сучасних ринкових факторів: попит стає постійним запитом, а не привілеями; більше уваги приділяється індивідуальному туризму; зростає частка канікул, особливо в закордонних подорожах.

Перераховані вище фактори, в свою чергу, підрозділяються на екстенсивні, інтенсивні й стримуючі (негативні).

До екстенсивних факторів відносять: зростання чисельності робітників, збільшення кількості залучених до обороту матеріальних ресурсів, будівництво нових об'єктів туризму з технічним рівнем існуючих.

Інтенсивні фактори: підвищення кваліфікації персоналу, розвиток професійно-кваліфікаційної структури; технічне удосконалення матеріальної бази за рахунок впровадження досягнень і результатів науково-технічного прогресу, включаючи реалізацію цільових програм покращення культури і якості обслуговування, індустріалізації, технологізації і комп'ютеризації туризму, раціональне використання наявних матеріальних ресурсів, об'єктів, маршрутів, тощо.

До стримуючих факторів, що впливають на розвиток туризму негативно, відносяться: кризи, мілітаризація економіки, зростання зовнішньої заборгованості, політична нестабільність, зростання цін на предмети споживання, безробіття, фінансова нестабільність, зменшення обсягів споживання, несприятливе екологічне становище, банкрутство туристських підприємств, невиконання турфірмами своїх зобов'язань та ін.

Особливе місце серед факторів, що впливають на розвиток туризму, має фактор сезонності. Залежно від сезону обсяг туристської діяльності може зазнавати значних коливань.

2.4. Природно-географічні та культурно-історичні фактори

Природно-географічні фактори та умови завжди мали й донині відіграють дуже велике значення в туризмі.

Природно-географічні фактори значною мірою визначаються природно-географічним положенням території (району, країни, регіону, тощо) – розташуванням на земній поверхні, що визначає природні умови та ресурси даної території зі сприятливими для туристичної діяльності якісними та

кількісними параметрами. Зазвичай такі природні ресурси називають туристично-рекреаційними. До їх числа входять усі об'єкти або явища природного походження, що використовуються для відпочинку, оздоровлення та лікування. Таким ресурсом є море й гори, ліс і річка, пейзаж чи природна пам'ятка, чисте повітря та мінеральні води, лікувальні грязі, тощо.

Саме завдяки сприятливому природно-географічному положенню деякі країни світу володіють таким важливим у туризмі ресурсом як *сприятливий для людини клімат*. Задля оздоровлення та відпочинку в такому кліматі туристи, що мешкають у суворіших кліматичних умовах, інколи долають тисячі кілометрів.

Так само природно-географічне положення визначає *ірізноманітність природних зон*. Наприклад, зона мішаних лісів помірного поясу привабливіша для відпочинку та оздоровлення, ніж зона пустель і напівпустель або зона вологих екваторіальних лісів. Водночас, для любителів екзотичних і екстремальних подорожей саме пустелі, африканські або південноамериканські тропічні ліси виявляються більш придатними.

Зазвичай, за будь-якого клімату і природної зони досить сприятливим для розвитку туризму природним фактором є наявність теплих водойм. Придатні для купання моря, річки, озера (особливо з лікувальною водою), водосховища та навіть ставки – усі ці водні об'єкти завжди привертали уваги відпочиваючих. Підвищеним попитом у туристів користуються природні мінеральні джерела, а також місця зосередження родовищ лікувальних грязей.

Не менш привабливим для туристів часто є *рельєф місцевості*. Так, саме наявність високих гір спричинює потоки любителів спортивного туризму до Гімалаїв, Кавказу, Альп, тощо. Водночас, рівнинний або пересічений рельєф приваблює досвідчених автотуристів.

Неабияку роль відіграють загалом мальовничі ландшафти («красиві пейзажі»), споглядання яких справляє велике психологічне враження на людину. Воно позитивно впливає на емоційний стан людини, яка в цей час відчуває своєрідне піднесення. Існує навіть термін «ландшафтотерапія», яким позначається вплив на людину навколишнього пейзажу та краси природи.

Найпривабливішим є не одноманітні, а мозаїчні ландшафти. Особливо приваблюють відпочиваючих такі ландшафти, де на обмежених територіях спостерігається поєднання різних місцевостей, чергування лісу та відкритого простору, гір і водойм, прибережних ділянок тощо.

Загалом для розвитку туризму має велике значення такий показник як привабливість (атрактивність) ландшафту або окремого природного об'єкту чи явища. Неабиякий інтерес у туристів викликають знаменитий Великий Каньйон р. Колорадо й Аризонський метеоритний кратер у США, скеля Айерс-Рок посеред австралійських пустель і сумчасті Австралії, дивовижні форми вивітрювання на схилах гори Демереджі у Кримських горах і карстові порожнини Альп та Кавказу, африканська пустеля Сахара, рухливі дюни в Центральній і Західній Азії, північне саяво на Крайній Півночі тощо. Навіть небезпечні для життя природні явища здатні викликати інтерес.

Оцінювати привабливість будь-якого природного ресурсу – окремого об'єкта, ландшафту або явища можна за кількістю осіб, яких даний фактор приваблює впродовж певного проміжку часу. Критеріями ж привабливості є екзотичність, унікальність, естетичність, комфортність тощо.

Екзотичність території визначається ступенем контрастності території, яку відвідує турист щодо території постійного місця його проживання. Слід наголосити, що значення при цьому має не країна проживання, а власне природне середовище помешкання потенційного туриста. Адже навіть у межах однієї країни природні умови нерідко помітно різняться. Тому оцінка екзотичності однієї й тієї самої території навіть співвітчизниками може дуже відрізнятися.

Для жителів Карпат певною мірою екзотично виглядають степові ландшафти, а для мешканців степової частини України (з Херсонщини або Миколаївщини тощо) певною екзотикою є, вкриті смереками, карпатські вершини. Так само, справжньою екзотикою для жителя Києва може бути купання восени у теплих водах Чорного моря.

Водночас для жителів тропічних островів у Тихому океані аж ніяк не є екзотикою білосніжні пляжі з кокосовими пальмами та блакитними хвилями океану. Ці пейзажі тут настільки типові, що навіть зображені на ряді грошових банкнот (Тонга, Західне Самоа та ін.). Зате екзотикою тут може бути, наприклад, білий ведмідь серед полярної криги. Не є екзотикою в Таїланді слон для місцевих жителів, де екзотично виглядав би верблюд, який, своєю чергою аж ніяк «не тягне» на екзотику в Туркменістані, де спеціально розводять цих тварин і т. д.

Отже, універсальної екзотичної природи, тобто такої що є водночас екзотичною для будь-якого туристу світу, немає. Але значення наявності природного фактору із забарвленням екзотики настільки велике, що його часто створюють штучно. Прикладом є численні зоопарки, дендрарії, тропікарії, аквапарки і т.ін.

З екзотичністю тісно пов'язаний критерій унікальності. Унікальність – ступінь неповторності або частоти, з якою зустрічається привабливий для туризму ландшафт, окремий природний об'єкт чи природне явище. На відміну від екзотичності, критерій унікальності може справді зробити привабливим той чи інший природний об'єкт і для будь-якого туриста. Тому в сучасному туризмі унікальні природні об'єкти дуже активно використовуються.

Наступним критерієм, який визначає атрактивність території є естетична цінність. Йдеться про те, що, зазвичай, називають «красивим пейзажем». І такий пейзаж – не лише фон, на якому здійснюється подорож. Сам по собі він має величезне значення, оскільки позитивно впливає на емоційний стан людини, яка в цей час відчуває своєрідне піднесення («естетика» від грецьк. «чуттєвий»).

Естетичній привабливості території можуть сприяти такі особливості, як різноманіття форм рельєфу й загалом пейзажів. Особливо велике враження при цьому справляє наявність підвищень, із яких можна спостерігати панораму. Так само посилює естетичну цінність ступінь і характер лісистості – зміна типів

лісів, чергування лісу і відкритого простору, лісу і водойм. До річі, мальовничі озера, річки, водоспади тощо самі по собі мають чималу естетичну цінність.

Культурно-історичні фактори. Культурні фактори та умови традиційно визначали й продовжують визначати привабливість будь-якого місця туристичного відвідування. Саме загальноприйняте визнання ролі культури в сучасному туризмі давно вже зумовило насичення культурологічною тематикою туристичних подорожей. Більше того, виділяють навіть окремий вид туризму, який так і називається – культурний.

У широкому розумінні культура – це сукупність створених людством цінностей, які характеризують певний рівень розвитку суспільства. Поряд із широким трактуванням культури, вона часто розглядається як відбиток конкретної історичної епохи. Звідси й такі поняття як антична культура, культура Середньовіччя, культура епохи Відродження тощо. Саме такі конкретні культурно-історичні чинники нерідко й зумовлюють популярність у туристів того чи іншого місця.

Традиційно культуру поділяють на матеріальну й духовну. До першої відносять усі ті цінності, які задовольняють переважно наші матеріальні потреби – житло, одяг, їжа, народні вироби та ін. Так, наприклад, типи народного традиційного житла викликають настільки великий інтерес, що подекуди навіть створюють спеціальні музеї просто неба, як-от Пирогове або Мамаєва Слобода (Київ). Не менш цікавими для туристів є оригінальні архітектурні споруди минулого та сучасності. Зважаючи на те, що вони нерідко розташовані на значній відстані один від одного і у різних державах, для привертання уваги туристів зразки найвідоміших архітектурних споруд подекуди відтворюють у менших за розмірами копіях. Прикладом може бути відомий парк мініатюр «Міні-Європа» з копіями найбільш знаменитих споруд Європи у масштабі 1:25, що в столиці Бельгії – Брюсселі.

Так само великий інтерес викликає серед туристів вбрання інших народів або/і одяг минулих часів. Більш ефектна демонстрація цього елемента культури досягається під час подорожей анімаційного туризму.

Серед різноманіття елементів культури, з якими із задоволенням ознайомлюються туристи – традиційна їжа народів світу. Причому відвідувачів цікавить не лише куштування кращих зразків кулінарного мистецтва, але й подекуди технологія приготування оригінальних страв. Саме таке бажання й спричинило появу подорожей так званого кулінарного туризму.

До об'єктів матеріальної культури, що є важливими факторами розвитку туризму, належать історичні міста в цілому й окремі культові споруди, архітектурні та скульптурні об'єкти, музеї і національні галереї мистецтв, найкращі зразки живопису, літератури і пам'ятники археології, театри і видатні технічні комплекси, промислові виробництва тощо.

Значення образотворчого мистецтва настільки важливе в туризмі, що на відомих курортах, подекуди в готелях, спеціально виставляються твори національного мистецтва для ознайомлення туристів з культурою певної країни або регіону.

Наскільки важливими чинниками розвитку туризму є зазначені елементи культури свідчить існування численних і популярних серед туристів різновидів пізнавального туризму – театральний, літературний, художній, культурно-історичний, етнічний, релігійний, індустриальний та ін.

До духовної культури відносять цінності, в яких на перший план виходять їхні *неречові якості* – міфи й легенди, прислів'я й приказки, побут і традиції тощо.

Для туристів їх представляють в різноманітних формах, зокрема шляхом організації шоу-програм з використанням спеціальних звукових і світлових ефектів. Так само величезним попитом користуються фестивалі (від франц. festival, з лат. festivus – святковий) – кіномистецькі, театральні, музичні, естрадні, циркові, молоді та студентів; фольклорні свята і карнавали, бали і маскаради, концерти видатних діячів мистецтва тощо.

2.5. Функції туризму

Туризм, з огляду на достатньо тривалий і складний процес формування, дуалістичний зміст, зростаючу комунікативну роль у міжнародних відносинах, виконує в сучасному суспільстві різнопланові функції. Але в першу чергу слід підкреслити, що роль туризму в сучасному суспільстві зростає, а його функції урізноманітнюються.

Туризм – явище поліфункціональне. Серед основних функцій туризму слід зазначити рекреаційну (відпочинок, відновлення сил, оздоровлення), лікувальну, соціальну, культурну, екологічну, економічну, просвітницьку, виховну, спортивну, релігійну та інші:

а) функція відпочинку, пов'язана із задоволенням потреб відновлення фізичних і психічних сил;

б) оздоровча функція, пов'язана з покращенням стану здоров'я в результаті туристичних виїздів, відвідування санаторіїв;

в) виховна функція, яка стосується сукупності впливів і діяльності, спрямованої на формування розвитку людини (туриста) в процесі туристичного виїзду;

г) економічна функція, яка виникає з факту, що туризм є, зокрема, чинником економічного розвитку територій туристичної рекреації;

д) навчальна функція (наприклад, пізнавальна, освітня), пов'язана з пізнаванням світу, набуванням досвіду;

е) функція охорони природи, яка виникає з охорони об'єктів природної спадщини для розвитку туризму (наприклад, національних парків) а також формування екологічної свідомості серед туристів;

є) політична функція, наприклад, через формування іміджу країни за кордоном;

ж) містоформуюча функція, що виникає з процесу туристичної урбанізації і розвитку міст;

з) етнічна функція, яка супроводжує приїзд осіб (емігрантів або їх нащадків) до країни предків.

Завдання для самостійного контролю

1. Розглянути класифікацію туристських регіонів та туристських підприємств.

2. Дати визначення основних функцій туризму.

3. Навести приклади зовнішніх та внутрішніх чинників, що впливають на туризм.

4. Перерахувати критерії привабливості території.

5. Зробити огляд періодичної літератури за темою «Природно-географічні та культурно-історичні фактори розвитку туризму в Україні».

ТЕМА 3. ТУРИСТСЬКІ ПОСЛУГИ

3.1. Відмінність туристичного продукту від туристської послуги

Згідно Закону України «Про туризм» *туристичний продукт(ТП)* – це заздалегідь розроблений комплекс туристичних послуг, що поєднує не менше двох таких послуг, що реалізуються або пропонуються для реалізації за певною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідин об'єктів культури, відпочинку і розваг, реалізації сувенірної продукції і тому подібне).

Розрізняють три рівні підготовки турпродукту:

1. Турпродукт за задумом розробляється до рівня задоволення мінімальних потреб туристів, пов'язаних з їх конкретним бажанням зробити тур. Можна сказати, що це турпродукт первинної стадії підготовки,

абонизького ступеню якості. Насправді продається не послуга, а можливість задовольнити потребу.

2. Турпродукт в реальному виконанні вже включає певний комплекс турпослуг на маршруті, а також припускає безпеку, економічність, комфорт, престижність туру, рівень якості подорожі, що дозволяє реалізувати задум продукту з урахуванням сучасних вимог до туристичної діяльності.

3. Турпродукт з підкріпленням. Він включає додаткові компоненти: максимальну швидкість обслуговування, велику інформацію і рекламу, консультацію клієнта, високу якість обслуговування.

Іноді туристичний продукт асоціюють з поняттям «турпакет» – основним (обов'язковим) комплексом послуг, що надаються в подорожі по індивідуальному або груповому плану, який має серійний характер.

Ще одним визначенням є «тур» – це подорож в конкретно певний термін, за певною програмою і з обумовленим комплексом послуг, що продаються в одному «пакеті».

Туристична послуга – це послуга з тимчасового розміщення туриста в готелі, motelі, кемпінгу, інших місцях тимчасового проживання, а також послуги з харчування, транспортного, екскурсійно-інформаційного та іншого туристичного обслуговування, включаючи послуги із страхування життя або здоров'я такого туриста чи його цивільної відповідальності перед третіми особами, які включаються до вартості послуги з тимчасового розміщення туриста або вартості туристичного ваучера (путівки).

Туристська послуга є не що інше, як корисна (доцільна) діяльність турфірми із задоволення потреб туриста. Оскільки турпослуги надаються, як правило, не в однині, правомірно говорити про турпродукт як про комплекс туристських послуг. І лише придбавши цей комплекс послуг, турист отримує право на здійснення туру.

3.2. Характеристики туристичного продукту

Туристський продукт, наділений споживчими властивостями та виступаючий на ринку як пропозиція, повинен:

- задовольняти певні рекреаційні потреби людей, бути корисним, мати певну цінність для максимально більшої кількості людей (масового споживача);
- відповідати потребам туристів, як у комплексі, так і за окремими складовими (послуги та товари повинні відображати специфіку маршруту та відповідати меті подорожі);
- бути надійним, тобто. мати достовірну інформацію та відповідати рекламі;
- забезпечувати найбільший ефект для туристів при найменших витратах з їхнього боку, викликати у туристів почуття задоволення від проведеної подорожі, надаючи рівень туристичного обслуговування вище за прийнятне або очікуване;
- бути цілісним, завершеним, повністю відповідним програмі обслуговування;
- бути гнучким, готовим до споживання різними категоріями туристів та не залежати від зміни обслуговуючого персоналу;
- бути ясним, прозорим, зрозумілим для клієнтів, простим в експлуатації, не мати збоїв у технології обслуговування.

Особливості тур продукту:

- у зв'язку з сезонними коливаннями попиту є так званий феномен насичення. Внаслідок цього можуть бути виділені досить чітко виражені туристські зони (наприклад, «сонце-море» – Кіпр, Греція; «відпочинок-лікування» – Карлові Вари, Кахул);
- турпродукт створюється зусиллями багатьох організацій, кожна з яких має власні методи роботи, специфічні потреби та різні комерційні цілі;

- покупець долає відстань, що відокремлює його від товару та місця споживання турпродукту;
- турпродукт залежить від таких змінних, як час та простір.

Велике значення має чинник сезонності (маркетингові заходи туристського підприємства відрізнятимуться у пік сезону та міжсезоння). У міжсезоння необхідні додаткові послуги та ін.

Значний вплив якості турпродукту надають зовнішні чинники, мають форс-мажорний характер, тобто. що не залежать від волі та дій покупця – погода, природні умови, політика, міжнародні події, тощо.

Фахівцями виділено кілька основних споживчих властивостей турпродукту:

- обґрунтованість-надання всіх послуг має відповідати меті подорожі туриста;
- надійність – відповідність фактично наданого туристу продукту реклами, достовірність інформації;
- ефективність – досягнення максимального ефекту туриста при мінімізації його витрат;
- цілісність-завершення турпродукту;
- ясність, простота експлуатації – споживання турпродукту, його спрямованість мають бути зрозумілі і туристу, і виробнику;
- гнучкість–турпродукт повинен передбачати можливість заміни тих чи інших послуг, щоб бути орієнтованим на різних споживачів;
- корисність – здатність служити досягненню будь-якої мети, задовольняти потреби певної цільової групи споживачів.

Як відомо, туристський продукт –це будь-яка послуга, що задовольняє потреби туристів під час подорожей і підлягає оплаті з їхнього боку.

Насправді діє поняття основних та додаткових послуг. Проте з погляду споживчих властивостей, якихось суттєвих відмінностей між ними немає.

Так, включені в комплексне обслуговування екскурсії вважаються основними послугами, але якщо їхній турист набуває самостійно в місці перебування, то вони вже стають додатковими.

3.3. Туристський пакет

Туристський пакет – це основний (обов'язковий) комплекс послуг, що надається під час подорожі за індивідуальним або груповим планом, який має серійний характер і пропонується для широкого продажу у складі чотирьох обов'язкових елементів: туристичного центру, транспорту, послуг розміщення, трансферу.

3.4. Туристський центр

Туристський центр – район локалізації туристичних послуг, який викликає інтегральне зацікавлення і поєднує мотиви особи щодо рекреаційно-туристичних ресурсів: природних, культурно-історичних, екологічних, етнічних, соціально-демографічних, інфраструктурних тощо. Цей елемент належить до обов'язкових, оскільки без об'єкта інтересу неможливо організувати подорож.

3.5. Транспорт

Подолання простору – одна з найважливіших передумов туристичної подорожі. Послуги перевезення – постійний компонент у структурі туристичної справи.

Перевезення – це сукупність засобів транспорту, шляхів сполучення, засобів управління і зв'язку, а також різноманітних технічних пристроїв, механізмів і споруд, що забезпечують їхню роботу. До засобів транспорту

належить рухомий склад різних видів транспорту – локомотиви, вагони, морські й річкові судна, літаки, автобуси, автомобілі тощо.

Шляхи сполучення – це автомобільні дороги, залізничні й водні шляхи, повітряні лінії, монорейкові та канатні дороги, спеціально змонтовані для руху транспорту та перевезення вантажів і пасажирів.

До споруд, що забезпечують роботу транспорту, належать локомотивні й вагонні депо, гаражі, стоянки, автобази, станції техобслуговування, пасажирські станції, вокзали, летовища, пристані.

Розвиток туризму і транспорту тісно пов'язаний та взаємозумовлений процес. Загальноновизнано, що туризм, як масове соціально-економічне явище, став наслідком виникнення і розвитку транспорту. Кардинальні зміни у транспортній системі започаткувало створення залізниць і відкриття регулярного пароплавного сполучення. Ті види транспорту, що з'явилися пізніше, здійснювали ще більший вплив на розвиток туризму. Високі темпи туристичних поїздок, що спостерігаються в останні десятиріччя, безпосередньо пов'язані з досягненнями науково-технічного прогресу в галузі транспорту.

3.6. Послуги розміщення

Закладами розміщення туристів називають будь-які об'єкти, де туристам надають епізодично чи регулярно місце для ночівлі.

До закладів розміщення туристів належать: готелі, мотелі, кемпінги, ботелі, туристичні бази, пансіонати, ротелі, флотелі, бунгало та інші. За міжнародними рекомендаціями (ЮНВТО), заклади розміщення поділяють на чотири групи: готелі й аналогічні заклади розміщення; комерційні та соціальні заклади розміщення; спеціалізовані заклади розміщення; приватні туристичні заклади розміщення.

Готелі й мотелі – основні заклади розміщення, а всі інші – додаткові.

Основні заклади розміщення:

Готелі – найпоширеніший стаціонарний тип розміщення туристів. Їх характеризує високий рівень матеріально–технічної бази і сервісу. Готелі – це заклади, які мають не менше 10 кімнат, з них не більше ніж 20% нічліжних місць може бути в кімнатах, більших, ніж двомісні (під готельним закладом розуміють об’єкт, в якому надають готельні послуги, тобто тимчасове винаймання кімнат або місць у тих кімнатах, або надання послуг, пов’язаних з винайманням. У науковій літературі з туризму виокремлюють різні типи готелів:

Туристичний готель – це особливий тип готелю, призначений для надання туристам комплексу послуг, пов’язаних з мандрівкою.

Транзитний готель – це готель, що обслуговує людей, які тимчасово залишили своє основне місце проживання (чи на день, чи на тиждень, чи на місяць), щоб розв’язати бізнесові проблеми або ж відпочити.

Резидентський – будинок з квартирами (апартаментами) з додатковим обслуговуванням за готельною програмою. На відміну від транзитних, резидентські готелі є офіційними місцями проживання (резиденціями) своїх клієнтів, тобто номери тут здають і, відповідно, винаймають в оренду.

Інші заклади розміщення:

Мотель – це готель для автотуристів. Розташовані вздовж автомобільних трас або при під’їздах до міста. Мотель – це достатньо комфортабельний готель для тих, хто подорожує автомобілем зі стоянками для автомобілів, автосервісом, ресторанами або кафе, іншими видами обслуговування.

Пансіонат – це заклад розміщення, який надає для туристів не менше, ніж 7 кімнат, готельні послуги та цілодобове харчування.

Комерційні та соціальні заклади розміщення

Туристичні бази – місце обслуговування туристів (готель, молодіжний табір або центр, мотель, кемпінг тощо); установа, пов’язана з активним туризмом; місце початку радіальних та кільцевих маршрутів; пункт відпочинку на лінійних маршрутах (пішохідних, водних, лижних, велосипедних тощо).

Кемпінг – літній, технічно обладнаний табір для автотуристів зі зв'язком, водогоном, можливостями техогляду для автомобілів, а також можливістю нічлігу в наметах, спальних кімнатах, автомобільних причепах. Обов'язковим є паркування автомобіля.

Бунгало – невелика будівля з легких матеріалів для розташування туристів. Поширена в молодіжних таборах.

Будинок відпочинку – рекреаційний заклад із різноманітними циклами рекреаційних занять і з використанням ресурсів прилеглої території.

Ботокемпінг – рекреаційний заклад сезонного типу зі спорудами та засобами для технічного обслуговування плавзасобів. Розташовується у проміжних пунктах лінійних водних туристських маршрутів. Місткість 50–200 місць.

Мотокемп – туристична установа комбінованого типу, як мотель, що діє упродовж року і кемпінг, що функціонує влітку.

Спеціалізовані заклади розміщення

До них належать готельні заклади, в яких розміщують переважно тих, хто займається кваліфікованими активними видами туризму, такими як водний, кінний, повітряний, автотуризм тощо.

Ротель – установа туризму, призначена для літнього відпочинку автотуристів, які подорожують автомобілями з трейлерами.

Ботель – рекреаційний заклад, призначений для цілорічного функціонування на зразок турбази, розташований на березі річки або іншої водойми зі спорудами для технічного обслуговування плавзасобів. У системі водних туристичних маршрутів – це початкові, кінцеві пункти або проміжні, з великою кількістю екскурсійних об'єктів, де необхідне тривале перебування туристів. Ботелі виконують роль центрів радіальних водних маршрутів. У холодну пору року їх використовують як готелі, будинки рибалок, спортивні бази тощо. Місткість – 100-200 місць.

Флотель (плавготель, готель на воді) – рекреаційний заклад сезонного типу, що функціонує повністю на плаву, з розташуванням спальних

і громадських приміщень на дебаркадерах чи застарілих теплоходах. Місткість – 200-300 місць. Дебаркадери можуть блокуватись, утворюючи гавань для прогулянкових суден. Флотель призначений для пересування за маршрутом із зупинкою на 1-3 денний відпочинок у мальовничих місцях. Флотелі можуть швартуватися на березі озера чи водосховища на період навігації та бути опорним пунктом радіальних водних маршрутів. На відміну від ботелів, у флотелях туристам надається широкий асортимент послуг для відпочинку на воді: водні лижі, спорядження для рибальства тощо. Поширені в США, Іспанії, Швейцарії.

Притулки – заклади, які мають не менше 10 нічліжних місць, розташовані в проміжному пункті лінійних або кільцевих туристичних маршрутів і надають готельні послуги передусім особам, які займаються кваліфікованою туристикою.

Приватні заклади розміщення – це будинки або кімнати в приватних приміщеннях, які надають власники під час туристичного сезону туристам для відпочинку; в містах, які відчувають дефіцит нічліжної бази, частину приватних квартир використовують цілорічно.

3.7. Трансфер

Суть такої послуги полягає в тому, що в місці Вашого прибуття Вас зустрічатиме людина з табличкою, де буде написано Ваше ім'я. Він проводить Вас до свого автомобіля і без жодних проблем доставить Вас до готелю. Якщо замислитися, то це дуже зручна послуга, чи не так? Шанс загубитися в чужому місті в такому разі зводиться до нуля, і Ви не пошкодуєте тих коштів, які Вам довелося сплатити за таку послугу туристичній агенції. Орієнтовну вартість послуг трансферу можете переглянути, на цьому сайті.

Ряд туристичних агентств також можуть запропонувати ще додаткові послуги, які будуть полягати в тому, що Вам піднесуть букет квітів біля трапа літака або келих шампанського в салоні, тощо. Все це буде включено у вартість

трансферу. Але слід знати про те, що найменші витрати на персональний трансфер обійдуться Вам як мінімум у зайві 50-100 доларів США, а то й більше. Також Ви повинні знати про те, що існує дешева альтернатива персональному трансферу – груповий трансфер. Така послуга зазвичай вноситься у вартість групового туру та жодних додаткових витрат за собою не несе. Вас обов'язково зустрінуть у пункті прибуття, але проводять Вас не до лімузину, а до звичайного автобуса. Вас та ще кілька десятків туристів, яких також необхідно доставити до їхніх готелів.

Слід зазначити ту обставину, що в такому разі подорож виявиться тривалішою за часом і не буде такою комфортною. Адже за своєю суттю, що є груповим трансфером? Практика показує, що практично неможливо зібрати за п'ять хвилин усіх туристів та вирушити в дорогу. Зазвичай буває так, що у пункті прибуття один вийшов покурити, інший вирушив у туалет, третій вирушив купувати якісь сувеніри. Якщо автобус виїжджає на півгодини пізніше, ніж було передбачено графіком, то це вважається успіхом. І не завжди буває так, що всі попутники відправляються в той самий готель, а буває так, що Вам доведеться проїхати на автобусі кілька пунктів, перш ніж Ви потрапите до свого готелю. А до цього Вас взагалі можуть не дочекатися або не знайти. Такі реалії життя.

Але Ви повинні знати і про те, що альтернативою для трансферу може бути послуга місцевого таксі. Це задоволення не дуже дешеве, особливо коли дорога буде досить довгою. Іноді його можна порівняти навіть із вартістю персонального супроводу. У такій ситуації Вам доведеться самотійно шукати таксі, а також самотійно спілкуватись із таксистом. Не знаючи місцевої мови це складно, адже сподіватися, що скрізь повинні розуміти англійську мову досить наївно.

Найоптимальнішим варіантом проїзду можна вважати метро чи інший вид громадського транспорту. Його можна сміливо рекомендувати для країн Європи, де навіть електропоїздами можна милуватися та захоплюватися – «Яка швидкість!», «Яка чистота!». Але якщо Ви надумаете покататися автобусом в

Індії, то можна сказати, що незабутні спогади вам гарантовані, але вони будуть лише негативними. І добре буде, якщо під час такої подорожі Вас не пограбують, остаточно зіпсувавши Вам враження про подорож.

Трансфер – це дуже зручно! І чим вища його вартість, тим більше комфорту він Вам надасть. Ну а вибирати груповий або розкішний персональний трансфер – вирішувати лише Вам. Єдине, чому Вам слід приділити найпильнішу увагу, так це те, що необхідно дізнатися, які послуги туроператор пропонує за чітко визначену суму. Для групового трансферу це буде точний час у дорозі, марка автобуса, наявність у автобусі кондиціонера, кількість проміжних зупинок. Для персонального трансферу це буде марка транспортного засобу, вартість перевезення без додаткових послуг, а також з ними. Обов'язково порівняйте запропоновані Вам варіанти і після проведеного аналізу можете давати остаточною відповідь на реалізацію запропонованих послуг.

Як правило, на відпочинку не прийнято заощаджувати. Але ж Ви, чи не для того, протягом цілого року напружено працювали, щоб потім трохи посварити грошима? Але зрештою все-таки не слід дозволяти всім наживатися на Вашій доброті. Наша порада така, що слід спілкуватися з туроператорами, які готові повною мірою відпрацювати кожен отриманий від Вас долар або інший вид грошових коштів. Ну а вибір завжди залишатиметься лише за Вами.

3.8. Структури турпродукту

Успіх комерційної діяльності на ринку туризму визначається, в першу чергу, привабливим туристським продуктом. Термін «продукт» відбиває якість або суть конкретних і абстрактних речей (наприклад, їжа, приготовлена кухарем ресторану, або послуги гіда, знайомить туриста з даною місцевістю або музеєм). Але туристський продукт одночасно являє собою сукупність дуже складних різнорідних елементів:

- природні ресурси (повітря, вода, сонце, ландшафт тощо), історичні, культурні, архітектурні пам'ятки, які можуть привабити туристів і спонукати його зробити подорож;
- обладнання (засоби розміщення туристів, ресторани, обладнання для відпочинку, занять спортом і т. д.), яке саме по собі не є чинником, що впливає на мотивацію подорожі, але при його відсутності виникають численні перешкоди можливого подорожі;
- можливості пересування, які в певній мірі залежать від моди на різні види транспорту, використовувані туристами. Такі можливості оцінюються, швидше за все, з точки зору їх економічної доступності, ніж з точки зору швидкості пересування.

У більшості випадків туристський продукт – це результат зусиль багатьох підприємств. Маркетинг в туризмі якраз націлений на вивчення сукупного продукту різних сфер діяльності. Сюди додається також інформаційний зв'язок, необхідний для пошуку компромісу між кращим задоволенням запитів споживачів та отриманням великого прибутку виробниками.

При аналізі туристського продукту необхідно отримати чітку відповідь на запитання: «що в дійсності буде купувати турист?». Адже до певного моменту туристський продукт не має для споживача абсолютно ніякої цінності. Люди купують на ринку не товари, а їх функціональну здатність задовольняти певну людську потребу. Так, турист оплачує не готельне розміщення, а нові відчуття і знайомство з невідомим, не біфштекс, а задоволення від нього. Тільки усвідомивши, що товар здатний задовольняти якусь важливу потребу, людина стає покупцем. Маркетинг якраз і ставить своїм завданням направити необхідні людям товари у певне місце за прийнятною ціною.

Реалізація ринкового інтересу туристського підприємства до свого товару (туристського продукту) зумовлює необхідність детального вивчення його споживчих якостей і властивостей, виявлення найбільш привабливих сторін для туристів.

Як відомо, туристський продукт – це будь-яка послуга, що задовольняє потреби туристів під час подорожі і підлягає оплаті з їх сторони. На практиці діє поняття основних і додаткових послуг. Однак, з точки зору споживчих властивостей, яких-небудь істотних відмінностей між ними немає. Так, включені в комплексне обслуговування екскурсії вважаються основними послугами і, але якщо турист придбаває самостійно в місці перебування, то вони вже стають додатковими.

Таким чином, різниця між основними і додатковими послугами полягає в їх відносинах до спочатку придбаного туристом пакету або комплексу туристських послуг.

Основним туристським продуктом в практичній діяльності є комплексне обслуговування – стандартний набір послуг, який продається туристам в одному «пакеті».

По аналогії з товарами, що мають матеріально-речову форму, в туристському продукті також виділяють три рівні:

- продукт за задумом;
- продукт в реальному виконанні;
- продукт з підкріпленням.

В основі будь-якого туристського продукту лежить необхідність задоволення якої-небудь потреби. Тому серцевину продукту, його сутнісну сторону представляє так званий задум, тобто його спрямованість на вирішення певної проблеми, задоволення конкретної потреби. Що ж насправді купує турист? Насправді, як вже наголошувалося, він купує не продукт, як такий, що має певний набір властивостей, а його здатність задовольнити деяку свою потребу. Отже, для туристичного підприємства величезне значення має уявлення і розповсюдження не властивостей свого продукту, а реальної користі і вигоди від нього для свого клієнта.

Якщо задум туристського продукту виступає як його змістовна сторона, то за формою туристський продукт у реальному виконанні представляє собою саме певний набір властивостей, що дозволяють реалізувати цей задум, тобто

задовольнити якусь потребу клієнта. Тому на другому рівні туристського продукту розглядаються його властивості і характеристики: рівень якості, комфорт, престиж, економічність, безпека, враження і т. д.

Третій рівень – це туристський продукт з підкріпленням. Діяльність туристичного підприємства повинна бути направлена на формування дружніх відносин з клієнтом, надання йому всебічної допомоги, додаткових і символічних вигод. Це може бути досягнуто шляхом високого рівня якості і швидкості обслуговування, консультаціями і інформацією, неформальним спілкуванням і т. д.

Підкріплення туристського продукту значною мірою сприяє пошуку і закріпленню клієнтів. Так, якість обслуговування визначається:

- оперативністю роботи по підборі і організації турів по запитах клієнтів;
- ввічливістю обслуговування, яке виражається в привітності співробітників туристичної фірми, їх увазі до запитів кожного клієнта, терпінні при обговоренні маршруту;
- відповідністю пропонованого туру реальному змісту;
- наявністю узгодження всіх складових частин комплексного обслуговування.

Швидкість обслуговування в комплексі визначає ступінь задоволення кожного клієнта:

- термінами підбору маршруту;
- термінами оформлення необхідних документів (закордонного паспорта, віз, квитків і тощо);
- термінами отримання довідкової інформації.

Незважаючи на те, що інформаційні послуги надаються безкоштовно, саме завдяки ним туристичні фірми в значній мірі забезпечують реалізацію свого туристського продукту.

Для інформування споживачів звичайно використовуються каталоги, проспекти, брошури, інформаційні листи, в яких містяться докладні відомості про зміст і якість пакету послуг, цінах і т. д. Ці матеріали повинні бути надані

кожному клієнту, який заявив про своє бажання придбати той або інший тур. Крім того, споживач повинен одержати додаткову інформацію і консультації про порядок бронювання, оплати, зміни і ануляції туру, а також про всі інші питання (паспортно-візовому, митному і валютному регулюванні, природнокліматичних визначних пам'ятках, медичній допомозі, страхуванні і т. д.), пов'язані з туристичною поїздкою.

Наявність інформаційного матеріалу, його знання персоналом туристського підприємства і вільне уявлення по запити туриста є безумовною вимогою створення туристського продукту і його успішної реалізації на ринку.

Ідея підкріплення туристського продукту змушує пильно поглянути на систему поведінки клієнта, на те, як він комплексно підходить до проблеми, яку намагається вирішити завдяки придбання туристського продукту. З точки зору конкуренції, такий підхід дозволяє туристському підприємству виявити можливості підкріпити свою товарну пропозицію найефективнішим способом.

Нова конкуренція – це конкуренція між собою не того, що пропонується туристськими фірмами, а того, чим вони додатково постачають свої продукти у вигляді специфічних послуг, консультацій, інформації, особливостей обслуговування та інших шанованих людьми речей. Тому туристичні фірми повинні постійно шукати ефективні шляхи підкріплення пропонованих на ринок продуктів.

3.9. Структури туру

Тур – це комплекс туристичних благ, послуг та товарів, представлений у вигляді програми, складеної з урахуванням індивідуальних побажань, в межах якої реалізується мета перебування людини поза постійним місцем проживання, і комплекс заходів по її реалізації на відповідному якісному рівні.

Тури поділяються на види відповідно до мети подорожі та форми щодо організаційних заходів, класифікуються за кількістю учасників, сезоном та терміном перебування.

Основним ринковим продуктом туристичної фірми на ринку туристичних послуг є комплексний продукт – тур або окремі його складові (транспортне обслуговування, включаючи бронювання та продаж квитків, екскурсійне обслуговування тощо).

Таблиця 3.1. – Розподіл видів турів за ознаками

Ознаки	Види турів
1. Мотивація	<ul style="list-style-type: none"> • курортно-лікувальний; • рекреаційний; • культурно-пізнавальний; • спортивний; • діловий; • науковий, конгресний; • релігійний; • етнічний; • інші.
2. Організаційні засади	<ul style="list-style-type: none"> • пекідж-тур (комплексний); • інклюзив-тур (індивідуальний).
3. Форми організації	<ul style="list-style-type: none"> • організовані; • самодіяльні подорожі.
4. Кількість учасників	<ul style="list-style-type: none"> • групові; • індивідуальні.
5. Сезонність	<ul style="list-style-type: none"> • цілорічні; • сезонні.
6. Термін подорожування	<ul style="list-style-type: none"> • уїкендові (1-2 доби); • короткотермінові (тиждень); • середньотермінові (2-3 тижні); • довготермінові (круїзні - майже півроку, рік).
7. Клас обслуговування	<ul style="list-style-type: none"> • VIP-тури; • люкс-апартамент; • перший клас; • туристичний; • кемпінг.
8. Набір послуг	<ul style="list-style-type: none"> • ліжко-сніданок (B&B, Bed and Breakfast); • напівпансіон; • повний пансіон; • усе включено (all inclusive); • усе включено плюс.
9. Маршрут	<ul style="list-style-type: none"> • лінійні; • кільцеві; • радіальні; • комбіновані.

10. Засоби долання	<ul style="list-style-type: none"> • транспортні; • пішохідні.
11. Види транспорту	<ul style="list-style-type: none"> • наземні: автомобільний, автобусний, залізничний, мотоциклетний, велосипедний, кінний та інші; • водні: річковий, морський, підводний; • повітряні: авіаційний, повітряні кулі; інші види.
12. Масштаби	<ul style="list-style-type: none"> • міжнародний; • внутрішній.

Туристичне підприємство організує споживання туристичного продукту шляхом укладання партнерських угод з обслуговування туристів. Діяльність туристичного підприємства спрямована на розробку та реалізацію такого туристичного продукту, який би за своїми якісними властивостями та ціною задовольняв потреби населення в змістовному відпочинку.

3.10. Додаткові туристично-екскурсійні послуги

Додаткові туристично-екскурсійні послуги – це послуги, що не передбачені ваучером чи путівкою туристською, які доводяться до споживача в режимі вільного вибору, зокрема: прокат, телефон, побутове обслуговування, пошта, обмін валюти, додаткове харчування, суспільний транспорт, рент-кар, збереження речей, розваги, резервування місць, комерційне телебачення, відео, придбання квитків, користування міні-баром тощо. Ці послуги купуються туристами за додаткову плату. За статистикою, більшість туристів витрачають на додаткові туристично-екскурсійні послуги значно більші суми, ніж вартість туру.

Так, наприклад, проїзний квиток на суперпаромі «Вікінг Лайн» (з Гельсінкі до Стокгольма) коштує небагато, але на цьому судні організована настільки потужна індустрія розваг, що за одну ніч, упродовж якої триває перехід, туристи витрачають великі гроші, за рахунок чого дорогий рейс повністю скуповується і компанія отримує високі прибутки. Надання широкого набору додаткових туристично-екскурсійних послуг важливою

концепцією організації туризму: турист має дістатися місця відпочинку, а зробити так, щоб йому захотілося витратити додаткові, якомога більші кошти, – завдання організаторів туру на місці, і успіх у цій справі залежить від рівня сервісу, оригінальності, різнобічності й популярності активного відпочинку і розваг.

3.11. Валовий туристичний продукт

Сумарний обсяг туристських товарів і послуг, вироблених за певний період (зазвичай 1 рік), визначається як валовий туристичний продукт. Валовий турпродукт може розглядатися в двох аспектах: по-перше, як сума всіх витрат, зроблених в економіці туризму для виробництва туристських товарів і послуг за певний період; по-друге, як сума всіх доходів від реалізації туристських товарів і послуг за певний період.

Розглянемо перший варіант визначення валового туристичного продукту як суми всіх витрат. Різні витрати на виробництво туристських товарів і послуг можна класифікувати наступним чином:

- витрати на туристське споживання (використання) – всі туристські витрати на покупку товарів і послуг;
- приватні туристські інвестиції – загальні витрати підприємців при здійсненні нових капіталовкладень;
- державні інвестиції, спрямовані на розвиток тур-індустрії;
- туристський експорт мінус імпорт. У цій категорії загальний обсяг витрат на експорт туризму з країни повинен бути доданий до валового туристського продукту, і навпаки: загальний обсяг імпорту турпродукту повинен відраховуватися з валового туристичного продукту.

Валовий турпродукт як дохід складається з наступних складових:

- виплати працівникам турпідприємств (заробітна плата);

- виручка (дохід), одержуваний від різних видів підприємницької діяльності: здачі в оренду основних фондів (кімнат, апартаментів, транспортних засобів), лізингу і т.д.;
- відсоток, який отримує турбізнес за надання грошей у позику (кредит) на різні види туристської діяльності;
- прибуток, отриманий від реалізації туристських товарів і послуг.

Прибуток розраховується як різниця між виручкою від реалізації турпродуктів і витратами на їх виробництво і реалізацію. Результат може виявитися і негативним, якщо виручка буде менше витрачених коштів, тобто таке виробництво буде збитковим.

Якщо для розвитку виробничої діяльності в туріндустрії береться кредит, то погашення заборгованості за взятим кредит розглядається як виведення частини туристського капіталу з використання, тобто як частина витрат по формуванню туристського капіталу. Іншими словами, борги є частиною доданої вартості, але вони не означають дохід, який буде використаний для розвитку туристичного бізнесу. При формуванні статей витрат на виробництво турпродукту необхідно враховувати відсоток на погашення різних боргів у вигляді непрямих податків і надання державних субсидій на розвиток туріндустрії.

Для посилення виробничої активності економіки туризму капітал, який був залучений для виробництва туристичного продукту в одному періоді, повинен бути збільшений і спрямований на розвиток виробництва в новому періоді.

Завдання для самостійного контролю

1. Охарактеризувати туристський продукт, який наділений споживчими властивостями та виступаючий на ринку як пропозиція.
2. Проаналізувати відмінність туристичного продукту від туристської послуги.
3. Навести приклади закладів розміщення туристів.

4. Зробити огляд періодичної літератури за темою «Додаткові туристично-екскурсійні послуги».

5. Розрахувати валовий туристичний продукт України за останні п'ять років.

ТЕМА 4. ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ

4.1. Первинні виробники туристських послуг

Деякі автори поділяють всі підприємства туристичної індустрії за критерієм належності до обслуговування туристів на 3 види: первинні, вторинні і третинні.

Первинні підприємства функціонують безпосередньо для обслуговування туристів (туроператори, транспортні підприємства спеціального призначення, готельні підприємства, пансіонати, санаторії, турбази, будинки відпочинку та ін.). В умовах замкнутого туристичного району всі підприємства туристичної індустрії, що обслуговують туристів, відносять до даного виду.

Вторинні підприємства функціонують переважно для задоволення потреб туристів, але їх послугами можуть користуватися також і місцеві жителі (підприємства громадського харчування, торгівлі, побутового і комунального обслуговування, що знаходяться в курортних районах тощо).

Третинні підприємства функціонують для обслуговування всього населення країни, але одночасно надають послуги туристам (міжміські транспортні підприємства та ін.). До туристичних підприємств відносять первинні і третинні підприємства, що функціонують переважно для надання послуг туристам.

4.2. Транспортні підприємства, засоби розміщення, об'єкти громадського харчування та розваг

Успішна туристична діяльність неможлива без наявності належних об'єктів індустрії туризму. Їхня різноманітність зумовлена багатогранністю туризму, а якість безпосередньо впливає на ефективність туристичної діяльності.

До основних об'єктів індустрії туризму і туристичної діяльності відносять засоби транспортування, засоби розміщення, заклади громадського харчування, заклади і засоби розваг і відпочинку, установи з надання банківських і фінансових послуг, а також заклади й засоби, що забезпечують інформаційні послуги.

4.2.1. Засоби транспортування

Без надійного, зручного, швидкого та комфортабельного транспорту сучасний туризм чи навряд міг би успішно розвиватися. Адже доступність будь-якого місця визначається не лише вартістю відпочинку, але й часом, який витрачається туристом на дорогу. Зважаючи на це, вибір засобів пересування під час туристичної подорожі часто відіграє неабияку роль.

Під час однієї подорожі можуть використовуватися різні транспортні засоби. Однак завжди можна визначити основний вид транспорту. Таким може вважатися транспорт: а) на якому подолано найбільше кілометрів; б) на якому проведено найбільше часу; в) на який припадає найбільша частка від загальної вартості транспортування.

UNWTO рекомендує стандартну класифікацію транспортних засобів для тих випадків, коли виникає потреба розділити подорожі за видом транспорту, використаного під час подорожі.

Слід зазначити, що така важлива складова індустрії туризму як засоби транспортування охоплює у себе не лише власне транспорт, але й потрібну для нього *інфраструктуру* – комплекси спеціальних споруд, призначених для прийому, відправлення та обслуговування транспортних засобів (аеропорти,

морські порти, станції, локомотивні й вагонні депо тощо), шляхи сполучення, а також диспетчерські і технічні служби.

Повітряний транспорт. Індустрія повітряного транспорту, передусім, представлена засобами транспортування повітряним шляхом. Основна особливість таких засобів транспортування – це швидкість. Як відомо, авіатранспорт нині є найшвидкісним видом транспорту на далекі відстані. Нині швидкість літаків цивільної авіації становить близько 1 тис. і більше км/год.

Таблиця 4.1. – Стандартна класифікація транспортних засобів за UNWTO

Основна група	Другорядна група
1. Повітряний транспорт	1.1. Заплановані польоти. 1.2. Незаплановані польоти. 1.3. Приватні польоти. 1.4. Інші засоби повітряного транспорту.
2. Водний транспорт	1.1. Пасажирські перевезення і паром. 1.2. Круїзне судно. 1.3. Яхта. 1.4. Інші види водного транспорту.
3. Сухопутний транспорт	3.1. Залізниця. 3.2. Автомобіль, автобус та інші громадські дорожні види транспорту. 3.3. Орендовані транспортні засоби з водієм: – таксі, лімузини та приватні автомобілі; – гужові транспортні засоби. 3.4. Власні автомобілі (розраховані на 8 осіб). 3.5. Орендовані транспортні засоби (розраховані на 8 осіб). 3.6. Інші види сухопутного транспорту: їзда верхи, велосипедом, мопедом тощо. 3.7. Пішки.

Серед найшвидкісних засобів транспортування донедавна були два надзвукових пасажирських лайнери (понад 330 м/сек). Перший з них – Ту-144 – був створений у СРСР (у 1968 р.). Цей літак успішно пройшов усі випробування і навіть деякий час знаходився в експлуатації на лінії Москва – Алма-Ата. Його максимальна швидкість польоту складала 2587 км/год. Однак комерційна кар'єра Ту-144 була нетривалою, оскільки його експлуатація

виявилася нерентабельною. Через вимушено високі ціни на квитки, що майже в півтора рази перевищували звичайні, завантаження бортів було дуже низьким. До того ж, у 1973 р. на авіаційному шоу у Франції з ТУ-144 трапилася катастрофа, були людські жертви. Друга катастрофа сталася в 1978 р. (також загинули люди). Усе це зрештою й призвело до відмови від експлуатації на пасажирських лініях «Аерофлоту» даного літака.

Роботи щодо створення надзвукових пасажирських літаків проводились у цей же період і в інших країнах. Результатом була поява англо-французького літака «Конкорд» («Згода»), комерційні польоти якого розпочалися в 1976 р. «Конкорд» дещо поступався ТУ-144 за максимальною швидкістю, маючи 2,125 км/год. Але все одно його швидкість у два рази перевищувала швидкість звуку. Завдяки цьому час польоту «Конкорду» із Лондона на острів Барбадос (Малі Антильські острови) тривав лише 5 годин.

Проте «Конкорд» мав ті самі недоліки – висока вартість квитків і відповідно низька рентабельність. До того ж у 2000 р. під час злету в паризькому аеропорту «Шарль де Голь» один із літаків «Конкорд» розбився (загиноюло 100 туристів, які планували здійснити трансатлантичний рейс до США). Це була перша за 25 років експлуатації катастрофа літака «Конкорд», який до того вважався найбезпечнішим. Ця катастрофа, а також скорочення обсягу авіаперевезень після подій 11 вересня 2001 р. зрештою й спричинили у 2003 р. припинення експлуатації «Конкорду» на комерційних авіалініях.

Щодо кількості пасажирів в одному літаку, то найбільшим із коли-небудь створених пасажирських літаків у світі є аеробус А-380, що виробляється європейським концерном Airbus. Даний літак представляє абсолютно новий рівень комфорту, що змінює традиційні уявлення про авіаперельоти. Це вже не просто швидке переміщення в просторі, а, швидше, круїз. Адже на борту двопалубного лайнера є магазини, спальні каюти і навіть казино. Цей гігантський літак може вмістити понад 850 пасажирів і здатний здійснювати безпосадкові перельоти на відстань більше, ніж 15 тис. км. Утім, це ще не межа можливого. Проектується аеробус місткістю від 800 до 1 тис. пасажирів.

Салон багатомісного літака ділиться на відсіки відповідно до класу обслуговування пасажирів. На міжнародних авіалініях різні великі компанії вводять свої правила і звичаї, проте є деяка спільність. Існують *різні класи*, кожний із яких має своє літерне позначення в квитку: F – перший клас, P – перший клас, C, J – клас для членів клубу, бізнес-клас, M або Y – економ-клас.

Перший клас – найдорожчий, економічний – найдешевший. Основні розбіжності класів – комфортність крісла, якість харчування та розмір безкоштовного перевезеного багажу, першочерговість входу до літака та виходу з нього тощо. Якщо в економічному класі крісла вузькі, розташовані близько одне до одного, то в бізнес і в першому класах вони значно зручніші і відстань між ними більша. Втім, нині вже не лише в першому і бізнес-класах, але й в економ-класах багато авіакомпаній встановлюють зручні крісла, які навіть трансформуються в ліжку.

Крім звичайних пасажирських літаків, в індустрії туризму нині використовуються й літаки типу *business-jet*. Це спеціальні літаки з турбореактивними двигунами, що обладнані для перевезення VIP-пасажирів. У світі експлуатується понад 2 тис. великих реактивних лайнерів типу *business-jet*. Проте чимало сучасних західних бізнесменів використовують для швидких поїздок й невеликі військові надзвукові літаки, які вони купують з цією метою в приватне користування. Наприклад, надзвуковий винищувач *СУ-27* дає змогу бізнесмену, який особисто керує літаком, дістатися за одну годину з одного узбережжя США на інше.

Гідролітаки. Гідролітак має водонепроникний корпус і поплавці на крилах, що дає йому змогу здійснювати зліт із водної поверхні та посадку на воду. Широко використовується для доставки туристів на невеликі острови, а також для екскурсій над водоймами, під час яких туристи не лише можуть оглянути місцевість із висоти пташиного польоту, але й зробити унікальні фотографії.

Крім власне засобів транспортування, індустрія авіатранспорту об'єднує дві великі складові – *аеропорт і повітряні коридори*.

Аеропорт – це комплекс споруд і будівель, призначений для обслуговування повітряних перевезень. Цей комплекс містить аеродром і аеровокзал. Перший фактично призначений для обслуговування повітряних суден, а другий – для обслуговування пасажирів.

Аеродром (летовище) – це ділянка земної поверхні з повітряним простором, призначена для обслуговування, передусім, повітряного транспорту. Тут є льотне поле, різноманітні служби з управління повітряним рухом (метеорологічна та ін.) і ремонту літаків.

Аеровокзал (термінал аеропорту) призначений для обслуговування пасажирів повітряного транспорту та їхнього вантажу. Для цього тут розміщено різноманітні служби, які опікуються інтересами пасажирів – організації перевезень, безпеки, багажна служба, служба прикордонного й митного контролю тощо. Крім того, в аеровокзалі розміщені різноманітні організації та підприємства, які забезпечують відпочинок, розваги пасажирів, а також ресторани, кафе, магазини, відділення банків, культові приміщення для віруючих, туристичні агентства тощо.

Для зручності пасажирів і раціональної організації трансферу до терміналів аеропортів подекуди підведені автомобільні магістралі, залізничні колії, а інколи навіть гілки метро. Саме такі зручності інфраструктури має, наприклад, термінал аеропорту Хітроу у Великобританії.

Інфраструктура авіатранспорту передбачає також наявність шляхів сполучення. Це так звані *повітряні коридори* – призначені для польоту смуги в повітряному просторі, що обмежені за шириною і висотою.

Низькобюджетні повітряні перевізники. Жорстка цінова конкуренція на ринку повітряних перевезень спричинила появу низькотарифних (низькобюджетних) – *low cost* або просто дешевих варіантів послуг авіаперевезень. Низькобюджетні авіакомпанії пропонують низьку сплату за перевезення в основному за рахунок відмови від більшості традиційних пасажирських послуг – безплатне харчування і напої на борту, доступ до газет і радіо, зменшення місця в салоні з розрахунку на одного пасажира, обмеження

кількості багажу, кількості персоналу, а також орієнтація на певний клас небагатих пасажирів, наприклад, студентів тощо.

Автомобільний транспорт. Для подорожування туристи, зазвичай, обирають два види автотранспорту – легкові автомобілі й автобуси. В обох випадках для подорожей автотуристів нині існує необхідна інфраструктура – передусім, облаштування спеціальних зон відпочинку для таких туристів. Серед таких, зокрема, кемпінги і трейлерні парки.

Кемпінг (англ. camping, від camp – розташовуватись табором) – це автотуристична установа сезонної (здебільшого літньої) експлуатації. Вона призначена для короткочасного мешкання в наметах або інших легких спорудах літнього типу.

Назва «*трейлерні парки*» походить від слова «трейлер» (анг. trailer від trail – тягнути). Так називають пересувні кабінивагони, які можуть бути різного типу – від простого вагонапричепа до добре обладнаної квартири на кілька спальних місць, що має санвузол, плиту, вбудовані меблі. Їх почали використовувати ще наприкінці 1950-х рр. у США, Великобританії та Франції для проведення літнього відпочинку.

Трейлерні парки призначені для зупинок і туристів, які використовують у своїх подорожах «*кемпер*». Його також часто називають «дача на колесах». Адже це повністю обладнане комфортабельне житлове приміщення з санвузлом, кухнею, спальними місцями, шафами з житловою площею до 17 м². Кемпери виготовляють і як окремі причепа, і як інтегровані автобудинки.

Останнім часом дедалі більшої популярності в Європі почав набувати інший, дуже нині модний термін – *караванінг* – від слова «караван» (причіп-дача або самохідний фургон) – означає скупчення караванів (житлових причепів). Інколи під караванінгом розуміють вид автомобільного туризму на каравані або автомобілі типу «дім на колесах» зі спеціально обладнаним для життя кузовом або причепом. Караванінг – це відпочинок «дикунами», але більш цивілізований.

За обладнанням каравани часто не поступаються номерам у готелях. У караванах зупиняються ті, хто не може дозволити собі щорічний відпочинок у дорогих готелях, але, водночас, віддає перевагу комфортним подорожам. До того ж переваги караванінгу в тому, що він дає змогу досить вільно обирати маршрут і бути автономним у пересуваннях. Отже, мобільність, автономність і комфорт – особливості цього виду туризму.

Місця, обладнанні для стоянок карванів, називаються караванінгами. Такі автопарки містять не лише майданчики для парковки, але й мають зону обслуговування з набором технологічного обладнання. Парк має водопровід, господарсько-побутову каналізацію, електричне освітлення. Для обслуговування мобільних автотуристичних засобівстворюють спеціальну інфраструктуру: бази прокату, зберігання та ремонту мобільних туристичних засобів; підведення електромереж тощо.

Ротель – «готель на колесах» (скорочене від німецького *das rollende Hotel* – «готель, що котиться») виробляють у Німеччині. Винайшов його у 1959 р. німець Георг Хьольтль – власник фірми й організатор далеких подорожей по всьому світу та різноманітного відпочинку на природі.

Існує чотири моделі: дві – для гарних доріг: 24-місцевий і 40-місцевий із причепом. Дві інші (відповідно 20-місцевий і 34-місцевий) – здатні долати будь-які дороги та призначені для подорожей екзотичними країнами. Цей пересувний готель пропонує обмежений набір послуг. Однак переваги ротелю очевидні: ліжко, кухня (мікрохвильові печі), туалети, приміщення для переодягання, запаси харчів – турбота фірми. Окрім водія, в екіпаж входить ще й гід.

Для подорожування туристи можуть обирати й *автобуси*. Сучасні туристичні *автобуси-експреси* рухаються з підвищеною швидкістю, долаючи великі відстані. Вони обладнані широкими (панорамними) вікнами, системою кондиціонування повітря, відкидними сидіннями з підставками для ніг, мають туалети, аудіо та відеотехніку. Під час подорожі в таких автобусах за окрему плату туристам пропонуєть гарячі бутерброди (сосиски), чай і каву, воду тощо.

Деякі мають відкритий верхній поверх із низькими бортами – вони популярні для огляду пам'яток.

Підвищення останніми роками комфортності пасажирських автобусів зумовлює їхнє успішне конкурування в перевезенні на великі відстані також і з залізницями.

Однак ефективність туристичних автоперевезень залежить не тільки від власне транспортних засобів. Велику роль відіграє інфраструктура автоперевезень, до якої належать автотранспортні підприємства, автовокзали.

Залізничний транспорт. Перевезення пасажирів залізницею здійснюється, передусім, за допомогою спеціального транспортного засобу. Власне *транспортний засіб* – це тягловий (локомотиви, як-от тепловози, електровози та ін.) і не тягловий – вагони.

Поряд із традиційними потягами, що здійснюють рейсові або чартерні рейси, є також спеціальні фірмові туристичні потяги. Сучасні висококомфортні туристичні потяги, по суті, нагадують багатозіркові готелі на колесах. У кожному купе, де, зазвичай, мешкає не більше двох пасажирів, є кондиціонери, письмовий стіл, телефон, телевізор. VIP-пасажирів мають окремий санвузол, душові кабінки з підлогою, що підігрівається, аудіо- та відеоапаратуру, гаряче харчування, яке включене у вартість квитка тощо. В потязі є кілька вагонів-ресторанів, вагон-салон (використовується як бібліотека, місце для гри в карти або переговорів, відпочинку), конференц-вагон (він же лекторій, дискотека або ж відеосалон), а також «дитячий вагон» або «зал рухомих ігор».

Рух залізничного транспорту можливий лише за умов наявності *залізничного шляху*, що є досить складною конструкцією і охоплює рейки, шпали, мости, шляхопроводи тощо. Особливе місце посідають залізниці, які розраховані на експлуатацію швидкісних пасажирських потягів. Серед останніх виділяються швидкісна монорейкова дорога і маглев.

Основна перевага *монорейкової дороги* полягає в тому, що вона не займає місце на перенавантажених магістралях міста. Монорейковий транспорт може долати крутіші вертикальні ухили в порівнянні з будь-яким дворейковим

транспорт. Швидкість, яку розвиває монорейковий транспорт, може значно перевищувати швидкість традиційних потягів. Монорейкові дороги нині мають різні країни світу – Австралія, Великобританія, Єгипет, Італія, Ірландія, Канада, Китай, Німеччина, ОАЕ, США, Японія.

Маглев (від англ. *magnetic levitation*) розшифровується як «магнітна левітація» – стійке положення об'єкта в гравітаційному полі без безпосереднього контакту з іншими об'єктами. Цей потяг (його ще інколи називають *магнітоплан*) на магнітній підвісці приводиться в рух і керується магнітними силами. Він, на відміну від традиційних потягів, у процесі руху не торкається поверхні рейки. Маглев здатний розвивати найвищу швидкість з усіх видів громадського наземного транспорту – близько 580 км/год, завдяки чому може скласти конкуренцію повітряному сполученню на відстанях до 1000 км. Нині маглев існує в таких країнах як Німеччина, Великобританія, Китай, Японія, Південна Корея.

Водний транспорт. Для обслуговування подорожей внутрішніми водами використовуються сучасні річкові багатопалубні теплоходи і швидкісні *судна* (на підводних крилах і на повітряній подушці). Останні здатні розвивати швидкість до 80 км/год., однак відрізняються вищою вартістю перевезень. Крім того, для подолання заболочених просторів під час туристичних подорожей застосовуються також спеціальні човни. Середня місткість таких суден, зазвичай, 100–150 пасажирів. У втім, для перевезення туристів на внутрішніх водних артеріях використовуються і спеціалізовані теплоходи місткістю від 250 до 400 пасажирів. Такі річкові лайнери є, по суті, висококомфортабельними чотири- або п'ятизірковими готелями, де передбачено розміщення, триразове харчування, змістовні розважальні програми з виходом на берег для екскурсій. До того ж власне річкові подорожі є досить інформативними та зручними для огляду визначних місць і мальовничих краєвидів.

Сучасні комфортабельні круїзні лайнери схожі на плавучі міста і здатні вмещувати багато тисяч пасажирів. Судна, що працюють на міжнародних лініях, зазвичай, уміщують до 2000-2500 пасажирів. Проте кожне з найбільших

сучасних круїзних суден, як-от Oasis of the Seas («Оазис морів») і Allure of the Seas («Очарування морів») має понад 2,5 тис. кают і здатне розмістити понад 6 тис. пасажирів. Швидкість таких гігантів перевищує 40 км/год.

Серед водних транспортних засобів, що використовуються під час подорожей, слід згадати ще й пороми. Цей плавзасіб рухається між двома берегами водної перешкоди – річки, озера, протоки і навіть моря. Деякі з морських поромів курсують уздовж берега, виконуючи таким чином функцію лайнерів. Хоча подорож на такому поромі триває більше, ніж на наземному транспорті, для мандрівників-автолюбителів він є досить зручним. Адже, долаючи водну перешкоду, вони мають можливість узяти з собою власний автомобіль. Великі пороми мають кілька автомобільних палуб. До того ж іноді пороми допомагають уникнути формальностей, пов'язаних із транзитом через територію третіх країн (наприклад, пором Калінінград–Санкт-Петербург). Пороми через річкиможуть бути безкоштовними (але перевезення автомобілів і великих вантажів платні). Прикладом може бути безкоштовний нью-йоркський пором Манхеттен– Статен-Айленд, що користується особливою популярністю туристів, які бажають подивитися з водної поверхні на Статую Свободи і на відоме місто.

Ще одним специфічним водним транспортним засобом, що користується популярністю в туристів, є яхти. Вони можуть бути вітрильними, вітрильно-моторними або моторними. Найбільші яхти завдовжки понад 100-150 м, обладнані найсучаснішими засобами навігації, мають розкішні каюти, басейн, вертолітний майданчик і навіть гараж для автомобіля.

4.2.2. Засоби розміщення

Відпочинок – це природна потреба будь-якої людини, зокрема й туриста, який здійснює ночівлю поза межами свого звичайного середовища. Матеріальним втіленням цієї потреби є засоби розміщення. Короткочасні послуги з розміщення багатьма країнами визнаються не менш важливими для

туризму, ніж інші послуги туристичних підприємств, як-от забезпечення продуктами харчування, напоями, екскурсійними програмами, розвагами тощо.

Зазвичай, послуги з розміщення туристів надаються на комерційній основі. При цьому дуже важливим є питання класифікації засобів розміщення, що дає змогу вести належний їх облік і планування подальшого розвитку як туристичної індустрії, так і туризму в цілому. Адже, якщо немає ночівлі під час подорожі, то немає й туризму.

Проте, створення єдиної міжнародної системи категорій засобів розміщення стикається з серйозними проблемами. Адже термінологія, що використовується для закладів, які надають такі послуги з розміщення, часто відрізняється не лише в різних державах, але й, часом, навіть у межах країни. Тому на практиці засоби розміщення з такими назвами можуть не надавати ідентичних послуг. І, навпаки, однакові послуги можуть надавати засоби розміщення різних категорій. До того ж, окремі засоби розміщення, що поширені в певних країнах, можуть взагалі бути відсутніми в інших.

Зважаючи на сказане, сучасні класифікації засобів розміщення можна вважати певною мірою умовними. Вони мають здебільшого рекомендаційний характер. Прикладом є, зокрема, *класифікація засобів розміщення за UNWTO*, рекомендована усім державам світу.

1. *Житло для короткочасного проживання*. Воно призначене для проживання на кілька днів або тижнів. Має комфортабельні номери, автономні блоки з кухнею, з або без регулярного прибирання і часто містить низку додаткових послуг, як-от харчування, надання парковки, прання, басейн і тренажерні зали, умови для відпочинку та проведення конференцій. До цього класу належать такі засоби розміщення:

- готелі;
- курортні готелі;
- люкс/апарт-готелі;
- мотелі;
- пансіони;

- ліжко зі сніданком;
- квартири для відвідувачів і бунгало;
- готелі типу кондомініуму на розподілений час (тайм-шер);
- будинки відпочинку;
- шале й котеджі;
- молодіжні готелі та гірські притулки.

2. *Кемпінги, місця стоянки транспортних засобів і трейлерні парки.* Цей клас містить:

- житло в наметових та оздоровчих таборах, місцях стоянки причепів, місцях стоянки рибалок і мисливців;
- приміщення для автомобілів;
- захисні споруди або просто бівак для розміщення наметів і / або спальні мішки.

3. *Інші об'єкти розміщення.* Передбачають тимчасове або довготривале розміщення в окремій, загальній кімнаті або в гуртожитках. До засобів розміщення цього класу належать:

- студентські гуртожитки;
- шкільні гуртожитки;
- хостели;
- мебльовані кімнати та пансіонати;
- спальні вагони.

В Україні всі колективні засоби розміщення поділяються на дві групи:

- 1) Готелі й аналогічні засоби розміщення;
- 2) Спеціалізовані засоби розміщення.

У 2014 р. в Україні нараховувалося понад 4,5 тис. колективних засобів розміщення. Причому більшість припадали на готелі та аналогічні засоби розміщення – 2644; спеціалізованих засобів розміщення було 1928. До анексії Криму найбільше закладів розміщення було в Криму, тепер – в Одеській області.

Таблиця 4.2. – Класифікація засобів розміщення в Україні

Готелі та аналогічні засоби розміщення	Спеціалізовані засоби розміщення
<ul style="list-style-type: none"> – Готелі; – Мотелі; – Готельно-офісні центри; – Кемпінги; – Гуртожитки для приїжджих; – Туристські бази, гірські притулки, студентські літні табори. 	<ul style="list-style-type: none"> – Санаторії; – Дитячі санаторії; – Пансіонати з лікуванням; – Дитячі заклади оздоровлення цілорічної дії, дитячі центри; – Санаторії-профілакторії; – Бальнеологічні лікарні, грязелікарні, бальнеогрязелікарні (включно з дитячими); – Будинки відпочинку; – Пансіонати відпочинку; – Бази відпочинку, інші заклади відпочинку (крім турбаз); – Оздоровчі заклади 1-2 денного перебування.

Готель – колективний засіб розміщення, що містить більше, ніж сім номерів. Це є найпоширеніший тип засобу розміщення, але готелі є дуже різними, як і критерії, за якими вони класифікуються.

Передусім, враховується *рівень комфорту*, на який може розраховувати турист. Для позначення рівня комфорту у світі використовуються різні системи спеціальних позначень. Найбільш розповсюдженими є система «зірок» (від 1 до 5), літер (A, B, C, D), «корон» або «ключів», балів і розрядів. Водночас, подекуди нерідко трапляються й так звані «позакатегорійні готелі», особливо в сільській місцевості.

Готелі можна також класифікувати *за величиною* (кількістю місць або номерів): до 100 місць – малі готелі; 101-250 – середні; від 251 до 500 – великі; від 501 до 1000 – дуже великі. Готелі, що мають більшу кількість місць є готельними комплексами. Вони займають значну площу, вирізняються організацією праці та певною децентралізацією управління.

Люкс-готель – готель, який має тільки номери типу «люкс» та (або) апартамент, тобто велике приміщення, що, зазвичай, має кілька кімнат.

Апартамент-готель, апарт-готель – готель, у якому номерний фонд представлений житловими кімнатами з кухнею або функціональною зоною для самостійного готування їжі.

Палац-готель – готель, розташований у будівлі, яка є історико-архітектурною пам'яткою палацової або замкової архітектури. В окремих країнах цей тип має характерну назву, наприклад, у Франції – шато, в Іспанії – парадор.

Конгрес-готель – готель, який має умови для організації та проведення конгрес-заходів, як-от з'їздів, нарад, симпозіумів, виставок, конференцій, семінарів, ділових зустрічей, переговорів. Готелі такого типу розташовуються в центрі великих ділових міст і обслуговують, здебільшого, ділових людей, надаючи їм максимальні зручності для професійної діяльності та повний набір ділових послуг – телеконференція, міжнародний телефонний зв'язок, факс, перекладачі з багатьох мов тощо. Водночас, багато туристичних груп і навіть туристи-індивідуали також знаходять для себе ці готелі привабливими.

Курортний готель – готель, розташований на території курорту, який має умови для відпочинку та оздоровлення. Важливою особливістю курортних готелів є те, що на відміну від звичайного готелю, вони містять ще й комплекс спеціального медичного обслуговування і дієтичного харчування. Через те курортний готель має приміщення для медичного обслуговування й спортивно-оздоровчої діяльності: кабінет цілодобового медичного спостереження; процедурні типу інгаляційних; масажні; спортивно-тренажерний зал для занять лікувальною фізкультурою; басейн для оздоровчого й лікувального плавання.

Хостел, молодіжний готель – готель за типом гуртожитку. Номери тут розташовані, зазвичай, за коридорною або блочною системою. Є умови для самостійного готування їжі та санітарно-технічні зручності на поверсі або в блоці. Харчування організується або в кафе, або в дешевих їдальнях, але може й у закладі ресторанного господарства. Хостели розраховані на молодіжний туризм.

Флотель (від англ. floating – hotel – плавучий готель) – великий комфортабельний готель на воді, який часом називають «курорт на воді». Тут надають послуги активного відпочинку – водні лижі, мотоцикли, катамарани, снасті для рибальства, устаткування для підводного плавання та підводного полювання тощо. Флотель може мати різноманітні засоби зв'язку, як-от телефон, факс, розмножувальну техніку тощо. Тому вони часто використовуються з метою організації спеціалізованих подорожей – бізнес-турів, конгрес-турів тощо.

Ботель – невеликий готель цілорічного функціонування, розміщений на плавзасобі, який має умови для швартування, як отдебаркадер, понтон або спеціально переобладнане судно, тимчасово вилучене з експлуатації. Забезпечує туристів розміщенням та харчуванням. Нерідко використовується в берегових зонах, де особливості ландшафту унеможливають будівництво стаціонарних споруд.

Мотель (англ. motel, від motor – автомобіль і hotel – готель) – готель, для туристів, які подорожують автомобілем. Знаходиться, зазвичай, за межами міста, на автошляхах. Має станцію технічного обслуговування, автозаправку, гаражі, стоянки та інші служби, необхідні автотуристам. У таких закладах розміщення пропонується середній рівень обслуговування при невеликому штаті персоналу за середньою ціною і з наданням послуг харчування, зазвичай, у кафетерії або в їдальні.

Готельно-офісний центр – готель, частина приміщень якого не є номерним фондом, а спеціально обладнана для використання як офіси.

Кемпінг (англ. camping, від camp – розташовуватись табором) – засіб розміщення на огороженій території, де розміщення забезпечують у котеджах та/або бунгало, та/або надають місця для розташовування наметів, караванів і караванів-будиночків; територія облаштована санітарно-технічними зручностями загального користування. Кемпінг обов'язково обладнаний автомобільною стоянкою, має спеціально оснащені місця для приготування їжі. Кемпінг є установою сезонної, здебільшого літньої, експлуатації.

Гуртожиток – засіб розміщення, зазвичай, відомчої підпорядкованості, до якої належать житлові кімнати, розташовані за коридорною (блочною) системою, і має умови для самостійного приготування їжі з наданням кухонного обладнання в спільне користування на поверсі.

Туристська база – це цілий комплекс споруд готельного типу для розміщення, харчування й обслуговування туристів. Розташований на туристичному маршруті з активними способами пересування туристів (гірський, лижний, водний, пішохідний). Зазвичай, має місце для проведення масових заходів, бібліотеку, численні спортивні та ігрові майданчики тощо.

Гірський притулок – засіб розміщення, розташований у віддаленій гірській місцевості на туристичному маршруті з активними способами пересування, призначений для короткочасного (2-3 доби) перебування та відпочинку. Зазвичай, це закриті опалювальне приміщення (будинок) або стаціонарні намети з місцем для самостійного приготування їжі (кухня, вогнище) і сушки взуття та одягу. Гірський притулок може бути з охороною або без неї. Для сільської місцевості вживається термін «туристський притулок».

Бунгало – засіб розміщення, виготовлений із легких будівельних матеріалів, найбільш характерний для тропічних районів. Має одну або кілька житлових кімнат, веранду, кухню, туалет.

Зазвичай, призначений для проживання однієї сім'ї. Бунгало відрізняються за класом зручностей: від простих хатин для мисливців до комфортабельних будиночків. Найчастіше проживання в бунгало обходиться дешевше, ніж у готелях, оскільки туристи обслуговують тут себе самі – прибирають, готують їжу, тощо.

Санаторій – готель, розташований на території курорту або рекреаційної зони, який забезпечує надання послуг лікування в регламентованому режимі. Виділяють різні види санаторіїв, як-от дитячий – для дітей від 6 до 18 років; для дітей із батьками; однопрофільний; багатoproфільний; спеціалізований.

Пансіонат (від лат. *pensio* – платіж, внесок) – аналогічний до готелю засіб розміщення оздоровлювального призначення, розташований у заміській або в

рекреаційній зоні з регламентованим режимом харчування та відпочинку. Пансіонат із лікуванням – пансіонат, який має умови для надання медичних і профілактичних послуг і лікування.

Пансіонати надають відвідувачам обмежений набір послуг – розміщення в номерах, харчування за стандартним меню, внесеним у вартість проживання. Однак чимало пансіонатів пропонують своїм гостям нетривалі походи, екскурсії. В пансіонатах є концертний зал, бібліотека, спортивні споруди, ігрові кімнати та ін. Пансіонати є більш дешевим засобом проживання порівняно з готелями й тому широко використовуються в масовому туризмі. Туристи відпочивають тут по путівках.

Профілакторій – аналогічний до готелю засіб розміщення, призначений для відпочинку та загального оздоровлення, має умови для надавання послуг профілактичного лікування професійних хвороб.

Будинок відпочинку – аналогічний до готелю засіб розміщення, зазвичай, цілорічного функціонування, розташований у рекреаційній зоні, який забезпечує умови для відпочинку з наданням послуг оздоровчо-профілактичного характеру в регламентованому режимі.

База відпочинку – аналогічний до готелю засіб розміщення з мінімальними зручностями, зазвичай, сезонного функціонування, розташований у рекреаційній зоні, який забезпечує умови для відпочинку.

4.2.3. Заклади громадського харчування

Харчування є однією з найважливіших послуг, що надаються туристам. Тому невід’ємна частина індустрії туризму – це заклади громадського харчування, до яких належать підприємства, що виробляють, реалізують та організують споживання кулінарної продукції («кулінарія» походить від латинського *culina*, тобто «кухня»). Заклад громадського харчування може розміщуватись в окремій капітальній будівлі або в спеціально обладнаному для продажу їжі приміщенні іншої капітальній будівлі або у вагонах залізничного, салонах авіа-, авто- та водного пасажирського транспорту.

Єдиної загальноприйнятої у світі класифікації закладів харчування не існує. Однак найчастіше заклади (підприємства) громадського харчування розрізняються за типом, що визначається характерними ознаками асортименту кулінарної продукції, контингентом споживачів і формами організації їх обслуговування. З огляду на сказане, виділяють такі основні типи: ресторани, кафе, кафетерії, бари, їдальні та ін. Крім типу, заклади харчування класифікуються й за категорією (класом), що визначається рівнем надаваних споживачам зручностей, умовами продажу їжі, призначеної для споживання на місці. За класністю, заклади громадського харчування поділяються на «люкс», «вищий», «перший», «другий». Водночас, категорія підприємств, що пройшли сертифікацію за європейським стандартом, позначається символом – * (від однієї до п'яти зірок).

За державними стандартами України (ДСТУ 4281:2004 «Зклади ресторанного господарства. Класифікація») заклади ресторанного господарства поділяють на *такі групи*.

1. Продаж їжі і напоїв, зазвичай, призначених для споживання на місці з показуванням розважальних вистав або без них. Ця група охоплює: ресторан, ресторан-бар, кафе, кав'ярню, кафе-бар, кафе-пекарню, чайний салон, кафетерій, закусочну (шинок).

2. Продаж напоїв і страв до них, зазвичай, призначених для споживання на місці, з показуванням розважальних вистав або без них. Ця група охоплює: бар, нічний клуб, пивну залу.

3. Продаж їжі і напоїв для споживачів, об'єднаних за професійними ознаками. Ця група охоплює: їдальню, буфет.

4. Постачання їжі, приготованої централізовано, для споживання в інших місцях. Ця група охоплює: фабрику-заготівельню, фабрику-кухню, домову кухню, ресторан за спеціальними замовленнями (catering).

Ресторан (від франц. «restorantes» – укріплювальний, відновлювальний) – заклад із різноманітним асортиментом продукції власного виробництва та закупних товарів із високим рівнем обслуговування й комфорту в поєднанні з

організованим відпочинком і дозвіллям споживачів; вирізняється оригінальним дизайном та інтер'єром приміщення.

За часом обслуговування ресторани поділяють на: швидкого обслуговування і звичайні; за методами обслуговування – обслуговування офіціантами та самообслуговування. Розрізняють також спеціалізовані ресторани: рибний ресторан, ресторан національної кухні тощо. Зважаючи на попит туристів, почали з'являтися екологічні ресторани, й такі, що пропонують вегетаріанську кухню.

Ресторан-бар – різновид ресторану, до складу якого належить бар, торговельна зала якого суміжна з торговельною залою ресторану або барна стійка розміщена в торговельній залі ресторану.

Кафе – заклад із широким асортиментом страв нескладного готування, кондитерських виробів і напоїв, у якому застосовують самообслуговування або обслуговування офіціантами. Розрізняють спеціалізовані кафе: кафе-кондитерська, кафе-морозиво, кафе-молочне тощо.

Кав'ярня – різновид кафе з різноманітним асортиментом кави.

Кафе-бар – різновид кафе, до складу якого входить бар, торговельна зала якого суміжна з торговельною залою кафе або барна стійка розміщена в торговельній залі кафе.

Кафе-пекарня – різновид кафе, прикметною ознакою якого є виробництво та продаж хлібобулочних і борошняних кондитерських виробів на місці.

Чайний салон – різновид кафе з широким асортиментом чаю, де можна продавати кондитерські, булочні та борошняні кулінарні вироби.

Кафетерій – заклад самообслуговування з асортиментом страв нескладного приготування і напоїв, торговельна зала якого обладнана торговельно-технологічним устаткуванням, призначеним для роздавання їжі. У навчальних закладах, установах, промислових підприємствах, об'єктах роздрібної торгівлі тощо кафетерій організує споживання, зазвичай, через кафетерійну стійку.

Закусочна (шинок) – заклад самообслуговування, де переважає асортимент гарячих і холодних закусок, страв нескладного готування, призначений для швидкого обслуговування споживачів. Розрізняють спеціалізовані закусочні: «Галушки», «Куліш», «Деруни», «Сосиски», «Млинці», «Пиріжки», «Чебуреки», «Шашлики», «Вареники», «Пельмені», «Піцерія» тощо.

Бар – заклад, у якому алкогольні, безалкогольні, змішані напої та страви до них і закупні товари продають через барну стійку. Розрізняють спеціалізовані бари: винний, пивний, молочний, вітамінний, коктейль-бар тощо.

Слід зауважити, що залежно від основних алкогольних напоїв, які продаються в барах, культури їх споживання, місця розташування, країни тощо існує багато видів барів: паби (традиційно існують у Великобританії, Ірландії), таверни (Італія), пивниці, рюмочні (Росія) тощо. Водночас, у деяких культурах бари як такі відсутні або мало поширені. Прикладом можуть бути чимало ісламських країнах, де через релігійну заборону на вживання алкоголю бари не культивуються. Втім, за асортиментом сучасні бари є досить різноманітними й поряд із винними або пивними барами нині поширені молочні, коктейль-бари, грильбари та ін. За специфікою додаткового сервісу розрізняють відеобар, вар'єте-бар та ін. За часом функціонування є денні та нічні бари. Бари можуть бути частиною ресторану або готелю.

Нічний клуб – різновид бару або ресторану, який працює переважно в нічні години, з організацією різноманітних видовищ і розважально-танцювальних програм із музичним супроводом. Розрізняють нічні клуби з послугами дозвілля: кабаре, більярд, диско тощо.

Пивназала – різновид бару або ресторану з широким асортиментом пива.

Їдальня – заклад для обслуговування певного контингенту споживачів із різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів. Розміщується, зазвичай, за місцем роботи споживачів, – у навчальних закладах, лікувальних та оздоровчих закладах, відділеннях лікарень тощо. В

їдальнях можуть функціонувати зали оздоровчого, лікувального та лікувально-профілактичного призначення. Як спеціалізовані розрізняють дієтичні їдальні.

Буфет – заклад, де пропонується обмежений асортимент готових страв і напоїв, а їжу споживають, зазвичай, стоячи чи продають на винос.

Ресторан за спеціальними замовленнями(catering) –заклад, призначений готувати та постачати готову їжу й організовувати обслуговування споживачів в інших місцях за спеціальними замовленнями. Такі заклади можуть обслуговувати банкети, фірмові прийоми, ділові зустрічі, весілля та інші свята в залах, офісах, на природі, під тентами тощо.

Слід додати, що поряд із класичними ресторанами мають розповсюдження й *бістро* – це невеликий ресторан, із затишною атмосферою та недорогою їжею.

Дедалі більшу популярність набувають серед туристів і *заклади швидкого харчування*. Вони вирізняються обмеженим асортиментом, що, зазвичай, складається з кількох страв – холодні й гарячі бутерброди, напої, морозиво, солодощі та ін. Типовим прикладом таких закладів є McDonald's.

Підприємства харчування класифікуються не тільки за типом і класом, але й за іншими ознаками – видом власності (власні, орендовані), місцем розташування (автономні, у складі туристично-готельного комплексу, готелів, інших засобів розміщення), формою обслуговування (самообслуговування, за допомогою офіціантів). Крім того, заклади харчування розрізняються і залежно від асортименту страв: комплексні (закуска чи основне блюдо, десерт), страви широкого вибору, страви за попереднім замовленням, національної кухні, екзотичні, спеціалізовані (наприклад, рибні чи тільки м'ясні). Підприємство харчування може спеціалізуватися й на приготуванні лише однієї страви, наприклад, піци.

Так само розрізняються заклади харчування й за режимом обслуговування. У практиці обслуговування туристів їхнє харчування може бути забезпечене, наприклад, якповний пансіон, що, зазвичай, передбачає

сніданок, обід і вечерю. Так званий «напівпансіон» забезпечує сніданок і вечерю, або сніданок і обід.

Триразове харчування (сніданок, обід і вечеря), яке вносять у вартість розміщення, називається *американський план*. Така форма харчування відома ще як *all inclusive* – усе внесено (у вартість проживання). При цьому впродовж дня пропонуються напої місцевого виробництва (алкогольні й безалкогольні) в необмеженій кількості. Вечеря часто організовується як шведський стіл, коли численні страви виставляють поруч, і самі гості розбирають їжу по тарілках.

Готельний тариф, за яким передбачається дворазове харчування (сніданок і обід чи сніданок і вечеря) відомий під назвою *модифікований американський план*. Утім, деякі готелі можуть працювати й за так званим *європейським планом*, коли турист лише оплачує послуги розміщення, а заклади харчування обирає самостійно.

4.2.4. Заклади й засоби розваг і відпочинку

Відпочинок і розваги дуже часто є основною метою туристичної подорожі. Для реалізації цієї мети існує ціла індустрія – розваг і відпочинку, завданням якої є створення в час дозвілля умов для такої поведінки туристів, за якої вони зможуть розслабитися й одержати позитивні емоції, незабутні враження і, як наслідок, приємні спогади.

Розваги можуть бути масовими та індивідуальними, організовуватися спеціально і виникати стихійно в природному або штучно створеному середовищі. Серед розваг у природному середовищі можна назвати прогулянки, екскурсії, споглядання природних явищ або мальовничих краєвидів, ігри та спортивні змагання, а також концерти й дискотеки на відкритому повітрі тощо. Задля здійснення таких видів розваг і відпочинку призначені спеціальні майданчики й облаштовані з урахуванням техніки безпеки маршрути. Усі інші невід’ємні складові цієї індустрії – це, по суті, природні ландшафти, а також окремі природні об’єкти, явища або процеси. Особливо популярними для розваг та відпочинку є різноманітні природоохоронні території – передусім *заповідники, національні природні парки, дендропарки* тощо. У багатьох із них

передбачено спеціальні для відвідування туристів місця і розроблені туристичні маршрути (стежки), з яких заборонено сходити.

Нерідко для підсилення вражень природні об'єкти (живі та неживі) спеціально збирають в одному місці. Серед таких особливо популярними є різноманітні парки, що містять і штучно створені об'єкти – *зоопарки* (зокрема й просто неба).

Особливе місце в індустрії розваг і відпочинку посідають штучно створені *тематичні парки* (парки розваг, атракціонів), що призначені для розваг одночасно і дітей, і дорослих. Основною особливістю тематичних парків є підпорядкування всіх їхніх складових (навколишнього оточення, атракціонів, заходів, програм, спектаклів) певній темі, наприклад, «Дикий Захід» або «Острів піратів».

4.3. Основні функції тур агентів

Туристичні агенти – юридичні особи, створені відповідно до законодавства України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів і туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних і супутніх послуг.

Підприємства-туроператори найчастіше організують зв'язок зі споживачами через турагентів. Останні на договірній основі отримують від туроператорів права на реалізацію сформованого турпродукту. Набір функцій тураген-та залежить від угоди з туроператором. Головними серед них є 2 функції: надання інформаційних послуг потенційним покупцям та збут туристичних послуг, що надають різні підприємства туристичної індустрії.

Фактично, виконуючи роль посередників, турагенти – невеликі фірми з незначним капіталом і обмеженим ринком, залежать від діяльності крупних туроператорів і транспортних компаній. Однак, вони відіграють важливу роль

на ринку, оскільки саме через них продається, доводиться до кінцевого споживача переважна більшість турів – туропродукту, що формується туроператором. Серед підприємств в галузі туризму туроператорів не більше 5%, турагентів – 95%. Отже, активно діючий турагент – це вирішальний елемент агентської мережі туроператора.

Процес взаємодії між туроператором і турагентом має наступний вигляд:

- публічної оферти туроператора;
- укладання договору між туроператором і тур агентом;
- розсилка туроператором пропозиції у вигляді прайс-листів та рекламних матеріалів;
- замовлення турагентства на бронювання туристичного продукту;
- підтвердження замовлення туроператором і виставлення рахунку;
- оплата рахунку турагентом і передача туроператору документів туриста (в разі оформлення в'їзних віз до країни подорожі).

Турагенти виконують дві головні функції:

- надання інформаційних послуг;
- збут туристичних послуг.

Ринок турагентів відзначається великою кількістю учасників торгових операцій і являє собою приклад гострої конкурентної боротьби.

4.4. Система маршрутів

Пакет послуг (турпакет) – це розроблений туроператором туристичний продукт, що складається з певного набору послуг: перевезення, розміщення, харчування, екскурсій тощо. Пакет послуг на тури формується залежно від мети подорожі й потреб туристів за обраним ними видом туристського відпочинку.

При формуванні тура і його пакета можливі два варіанти роботи з туристами: *а)реалізація замовлених турів;б)реалізація інклюзивів-турів.*

Замовлений тур. При продажах замовлених турів формування програми й комплектування його складу виробляються за бажанням і при особистій участі туриста.

Інклюзив-тур (ІТ). Цей тур із твердим, заздалегідь спланованим (до контакту із клієнтом) набором послуг, зорієнтованим на певний вид відпочинку або туризму, а також на соціальний клас туристів й їхній вік. *Склад послуг наінклюзив-турі при реалізації не змінюється.*

Вибір форми турпродукту визначається метою та видом подорожі. Відповідно тури поділяють на рухомі, що передбачають інтенсивне пересування з максимально можливим охопленням об'єктів показу, та стаціонарні, що передбачають більш спокійний відпочинок з обмеженими виїздами. За цим критерієм тур може формуватися в формі маршрутно-транспортного чи маршрутно-стаціонарного. Здебільшого маршрутно-стаціонарну форму мають рекреаційні тури з метою відпочинку в певному місці або курортно-лікувальні тури, коли рухомість обмежена режимом лікування. Вибір схеми маршрутно-транспортного руху передбачає динамічні форми проведення дозвілля і більше підходить для пізнавальних, молодіжних програм.

Туристичний маршрут – попередньо спланований туристами або суб'єктом туристичної діяльності шлях туристичної подорожі, що характеризується визначеним порядком пересування туристів через певні географічні пункти.

Складовими туристичного маршруту є початковий, проміжні і кінцевий пункти, стежки і дороги, які їх з'єднують безпосередньо чи розгалуженнями.

Для роботи з туристами маршрути класифікують залежно від:

- території, якою вони прокладені, – далекобіжні (міжнародні, національні, регіональні), місцеві та близькі;
- засобу пересування – пішохідні, велосипедні, лижні, водні, кінні, комбіновані;
- тривалості – короткотермінові, багатоденні;

- мети подорожі (призначення) – навчальні, пізнавальні (екскурсійні, краєзнавчі, екологічні), оздоровчі (рекреаційні), спортивні, екстремальні тощо;
- виду траси – лінійний, радіальний, кільцевий.

Місцеві маршрути – це ті, які починаються і закінчуються в одній місцевості (районі) і тривають не більше ніж день.

До *близьких маршрутів* відносяться 2-3 денні маршрути, які можуть охоплювати територію одного або більше районів.

Регіональні маршрути охоплюють територію певного регіону і тривають понад три дні, національні виходять за межі регіону, міжнародні – за межі держави.

Кільцевий маршрут – шлях проходження, що починається і закінчується в тому самому пункті, наприклад, «Золоте кільце Славутича».

Лінійний маршрут – шлях проходження, початок і закінчення якого припадають на різні пункти. Пролягає через ряд туристських баз, розташованих в різних районах.

Радіальний маршрут – шлях проходження, під час якого турист знаходиться на туристській базі (в готелі), реалізуючи програму походів чи екскурсій з одного туристського центра (баз).

Замкнений маршрут – це шлях проходження з транспортуванням туристів до місця призначення і назад тим самим видом транспорту.

Комбінований маршрут – тур, що об'єднує в програмі обслуговування елементи тематичного, похідного і фізкультурно-оздоровчого маршрутів.

Завдання для самостійного контролю

1. Надати характеристику транспортних підприємств України, які пов'язані з туристичною діяльністю.
2. Надати приклади спеціалізованих засобів розміщення.
3. Розглянути класифікацію туристичних маршрутів.

4. Зробити огляд періодичної літератури за темою «Основні туристичні дестинації світу».

5. Перерахувати основні функції туристичних агентів.

ТЕМА 5. СВІТОВА І НАЦІОНАЛЬНА ТУРИСТИЧНА ПОЛІТИКА. МЕХАНІЗМИ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИЗМУ

5.1. Туристична політика: визначення та значення

Туристична політика – це система методів, мір і заходів соціально-економічного, правового, зовнішньополітичного, культурного й іншого характеру, що здійснюється урядовими, державними й приватними організаціями, асоціаціями й установами з метою створення умов для розвитку туристичної індустрії, раціонального використання туристичних ресурсів, підвищення ефективності функціонування системи туризму.

Реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом:

- визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму;
- визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони;
- спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму;
- визначення основ безпеки туризму; нормативного регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян);
- ліцензування в галузі туризму, стандартизації і сертифікації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців

- туристичного супроводу, видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу;
- встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу;
 - організації й державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;
 - визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та підготовки кадрів у галузі туризму;
 - участі в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму.

5.2. Всесвітня туристична організація

Всесвітня туристична організація була створена в 1925 р. як Міжнародний конгрес офіційних туристичних асоціацій в Гаазі. Після Другої світової війни організація була перейменована в Міжнародний союз офіційних туристичних організацій, а потім у Всесвітню туристичну організацію. В 2003 р. ЮНВТО одержала статус спеціалізованої установи Організації Об'єднаних Націй й, таким чином, підтвердила свою провідну роль у сфері міжнародного туризму.

Основною метою ЮНВТО, відповідно до ст. 3 Статуту ЮНВТО, є «сприяння розвитку туризму для внесення вкладу в економічний розвиток, міжнародне взаєморозуміння, світ, процвітання, загальну повагу і дотримання прав людини й основних людських цінностей для всіх людей без поділу на раси, стать, мову і релігію». Керівними органами ЮНВТО є:

1. *Генеральна асамблея* є вищим органом ЮНВТО.

2. *Виконавча рада* є керівним органом ЮНВТО, відповідальним за виконання Організацією своєї програми роботи відповідно до встановленого бюджету.

3. *Регіональні комісії*. У ЮНВТО є шість регіональних комісій: для Африки, Американського регіону, Близького Сходу, Східної Азії й Тихоокеанського регіону, Європи й Південної Азії.

4. *Комітети*. У ВТО існують спеціальні комітети, утворені членами ВТО для розробки рекомендацій з управління й змісту програми роботи. Наприклад, Бюджетно-фінансовий комітет, Комітет зі статистики й макроекономічного аналізу туризму та інші.

5. *Секретаріат*, яким керує Генеральний секретар Таліб Рифаї (громадянин Йорданії), має у своєму складі близько 90 співробітників, що працюють на повній ставці в штаб-квартирі ЮНВТО в Мадриді.

5.3. Туристичні прибуття: їх структура

Сьогодні, на думку аналітиків, в основі розвитку міжнародного туризму лежать такі чинники:

- економічне зростання і соціальний прогрес привели до розширення обсягу ділових поїздок та подорожей із пізнавальними цілями;
- удосконалення всіх видів транспортних засобів зробило дешевшими подорожі;
- збільшення кількості найманих працівників і службовців у розвинутих країнах та підвищення їхнього матеріального й культурного рівня;
- інтенсифікація праці й отримання працюючими більш довгих відпусток;
- розвиток міждержавних зв'язків і культурних обмінів між країнами привів до розширення міжрегіональних зв'язків;
- розвиток сфери послуг стимулював розвиток перевезень й технологічний прогрес у галузі телекомунікацій;
- послаблення обмежень на вивіз валюти в багатьох країнах і спрощення прикордонних формальностей.

Сучасне світове господарство має складну ієрархічну структуру, що характеризується різномірною таксономічною моделлю, в якій у

просторовому відношенні можна виокремити локальні регіональні утворення, мікрорегіони, мезорегіони, макрорегіони, мегарегіони, метарегіони тощо (табл. 5.1).

Таблиця 5.1. – Просторова структура світового господарства

Рівень регіону	Географічний підхід	Інтеграційний підхід
Метарегіони	Північна Америка, Африка, Європа, Азія	Американський ринок, європейський ринок, азійсько-тихоокеанський ринок
Мегарегіони	Центральна Америка, Західна Європа, Південно-Східна Європа	ЄС, НАФТА, АСЕАН, ЧЄС, МЕРКОСУР
Макрорегіони	Балканські країни, країни Балтії, національні країни	Національно територіально-виробничий комплекс
Мезорегіони	Економічні райони в структурі національної економіки (Донбас в Україні, Ельзас і Лотарингія у Франції)	Регіональні територіально-виробничі комплекси, вільні економічні зони, євро регіони
Мікрорегіони	Територіальна частина в структурі економічного району (Силіконова долина в США)	Мікрорегіональні об'єднання
Локальні регіональні утворення	Міста, сільські райони	Кластери, комбінати, тощо

Пріоритетність туризму держава підкреслила ще раз успішним проведенням фінальної частини чемпіонату з футболу Євро-2012, розробкою проекту Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 р. та інших заходів й нормативних актів.

5.4. Інтеграційні та глобалізаційні процеси в туризмі

Термін «глобалізація» (франц. global – загальний, від лат. globus – куля) з’явився у літературі в 1970-х роках на позначення нових стратегій світового виробництва та розподілу сировини, енергії, товарів, фінансів тощо.

Зростання попиту на туристичні послуги призвело до утворення гострої конкуренції та поширення багатьох наднаціональних корпорацій у туристичній торгівлі та готельній індустрії. Сучасний туризм відкриває особливості масового туристичного продукту разом із його стандартизацією та серійним виробництвом, спеціалізацією та різноманітністю його пропозицій, а також із сучасним продажем та рекламою, часто віртуальною.

Значення та роль туризму на регіональному та міжнародному рівнях можна помітити завдяки обсягу туристичних маршрутів, кількості робочих місць у туризмі та суміжних галузях, обсягу валютних надходжень завдяки туризму та витратам на туризм і дозвілля. Нові напрямки та тенденції в міжнародному туризмі є також похідною геополітичних змін.

5.5. Структура управління туристичною сферою в Україні

Основними цілями державного регулювання в галузі туризму є:

- забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров’я, на безпечне для життя і здоров’я довкілля;
- задоволення духовних потреб та інших прав; безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших;
- суб’єктів туристичної діяльності та їх об’єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;

- збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій;
- створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

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

Головним органом у системі центральних органів виконавчої влади у формуванні та забезпеченні реалізації державної політики є Міністерство інфраструктури України.

5.6. Установи та організації управління туризмом в Україні

Центральним органом виконавчої влади в туризмі є Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ), діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра інфраструктури і який реалізує державну політику у сфері туризму та курортів (крім здійснення державного нагляду (контролю) у сфері туризму та курортів).

ДАРТ у своїй діяльності керується Конституцією та законами України, указами Президента України та постановами Верховної Ради України, прийнятими відповідно до Конституції та законів України, актами Кабінету Міністрів України, іншими актами законодавства.

Основними завданнями ДАРТ є:

- 1) реалізація державної політики у сфері туризму та курортів (крім здійснення державного нагляду (контролю) у сфері туризму та курортів);

2) внесення на розгляд Міністра інфраструктури пропозицій щодо формування державної політики у сфері туризму та курортів (крім здійснення державного нагляду (контролю) у сфері туризму та курортів).

ДАРТ відповідно до покладених на нього завдань:

1) узагальнює практику застосування законодавства з питань, що належать до його компетенції, розробляє пропозиції щодо вдосконалення законодавчих актів, актів Президента України і Кабінету Міністрів України, нормативно-правових актів міністерств та в установленому порядку подає їх Міністрові інфраструктури, бере участь у погодженні проектів законів, інших нормативно-правових актів, які надходять на погодження від інших міністерств та центральних органів виконавчої влади;

2) за дорученням Міністра інфраструктури в установленому порядку бере участь у діяльності міжнародних організацій та забезпечує виконання зобов'язань, що випливають з членства в таких організаціях;

3) залучається до розроблення та виконання програм розвитку туризму і курортів в Україні;

4) розробляє та подає в установленому порядку Міністрові інфраструктури пропозиції щодо:

- організації обліку туристичних ресурсів України та забезпечення їх раціонального використання та охорони;
- визначення переліку посад фахівців туристичного супроводу та кваліфікаційних вимог до них;
- порядку створення та ведення Державного кадастру природних територій курортів;
- розроблення програм облаштування транспортних магістралей об'єктами туристичної інфраструктури;
- порядку оформлення ваучера на надання туристичних послуг та його використання;

- положення про комісію із встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), та положення про комісію з апеляцій;
- форму свідоцтва про встановлення готелю чи іншому об'єкту, що призначається для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), відповідної категорії;

5) забезпечує створення та ведення Державного кадастру природних територій курортів;

6) бере участь у створенні та веденні Державного кадастру природних лікувальних ресурсів;

7) здійснює відповідно до законодавства встановлення відповідних категорій об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення, закладам харчування, курортним закладам тощо), видає свідоцтва про встановлення об'єктам туристичної інфраструктури відповідної категорії та веде реєстр свідоцтв про встановлення категорій об'єктам туристичної інфраструктури;

8) здійснює заходи щодо підвищення конкурентоспроможності туристичного ринку, в тому числі заходи, пов'язані з інтеграцією національного туристичного ринку в єдиний європейський туристичний простір;

9) надає пропозиції та залучається до проведення досліджень туристичного ринку, підготовки та поширення інформації про Україну і її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та всередині держави, зокрема шляхом організації презентацій про туристичні можливості України, робочих нарад, конференцій, семінарів тощо, а також участі у виставкових заходах як в Україні, так і за кордоном;

10) за дорученням Міністра інфраструктури в установленому порядку бере участь у підготовці проектів міжнародних договорів України, готує пропозиції щодо укладення і припинення дії таких договорів, укладає міжнародні договори, забезпечує виконання зобов'язань України за міжнародними договорами з питань, що належать до його компетенції;

- 11) за дорученням Міністра інфраструктури бере в установленому порядку участь у міжнародних заходах з питань туризму, міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;
- 12) залучається в установленому порядку до надання суб'єктам туристичної діяльності методичної, консультативної та іншої допомоги;
- 13) залучається до поширення соціальної реклами у сфері туризму та курортів;
- 14) забезпечує координацію діяльності курортних закладів (незалежно від форми власності), пов'язаної з використанням лікувальних ресурсів, а також діяльності підприємств, установ та організацій, які обслуговують курорти;
- 15) забезпечує розгляд клопотань про оголошення природних територій курортними;
- 16) погоджує клопотання про оголошення природних територій курортними з власниками чи користувачами земельних ділянок;
- 17) забезпечує розроблення проектів оголошення природних територій курортними;
- 18) організовує створення загальнодержавної інформаційної мережі у туристичній і курортній сфері;
- 19) забезпечує розвиток в'їзного та внутрішнього туризму та курортів;
- 20) вносить пропозиції Мінінфраструктури щодо вдосконалення системи обліку, звітності та статистичної інформації у сфері туризму та курортів;
- 21) вносить пропозиції Мінінфраструктури щодо розроблення стандартів, діяльності із сертифікації, проведення робіт з підтвердження відповідності у сфері туризму;
- 22) залучається до визначення пріоритетних напрямів наукових досліджень у сфері туризму та проведення науково-дослідних робіт у сфері туризму;
- 23) бере участь у реалізації державної інвестиційної політики у сфері туризму та курортів;

24) видає ліцензії на право провадження туropolераторської діяльності та веде ліцензійний реєстр суб'єктів туropolераторської діяльності;

25) здійснює державний нагляд (контроль) за додержанням туropolераторами ліцензійних умов провадження туropolераторської діяльності;

26) здійснює розгляд звернень громадян з питань, пов'язаних з діяльністю ДАРТ, підприємств, установ та організацій, що належать до сфери його управління;

27) здійснює функції з управління об'єктами державної власності, що належать до сфери його управління;

27-1) забезпечує організацію та проведення мистецьких конкурсів з метою реалізації проектів, спрямованих на здійснення заходів з розкриття туристичного потенціалу України;

28) здійснює інші повноваження, визначені законом.

ДАРТ з метою організації своєї діяльності:

- забезпечує в межах повноважень, передбачених законом, здійснення заходів щодо запобігання корупції і контроль за їх здійсненням в апараті ДАРТ;
- здійснює в установленому порядку добір кадрів в апараті ДАРТ, організує роботу з підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації державних службовців та працівників апарату ДАРТ;
- організує планово-фінансову роботу в апараті ДАРТ, здійснює контроль за використанням фінансових і матеріальних ресурсів, забезпечує організацію та вдосконалення бухгалтерського обліку в установленому законодавством порядку;
- здійснює у межах своїх повноважень разом з відповідними центральними органами виконавчої влади контроль за використанням державних коштів, передбачених для реалізації проектів, виконання програм, у тому числі міжнародних;
- організує ведення діловодства та архівне зберігання документів в апараті ДАРТ відповідно до встановлених правил;

- забезпечує в межах повноважень, передбачених законом, реалізацію державної політики стосовно державної таємниці, захист інформації з обмеженим доступом, а також технічний захист інформації, контроль за її збереженням в апараті ДАРТ;
- забезпечує у межах повноважень, передбачених законом, виконання завдань мобілізаційної підготовки та мобілізаційної готовності держави.

ДАРТ для виконання покладених на нього завдань має право:

- залучати до виконання окремих робіт, участі у вивченні окремих питань вчених і фахівців (за їх згодою), працівників центральних та місцевих органів виконавчої влади, підприємств, установ та організацій (за погодженням з їх керівниками);
- одержувати безоплатно інформацію, документи і матеріали від державних органів та органів місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій незалежно від форми власності та їх посадових осіб, а також громадян та їх об'єднань;
- скликати наради, утворювати комісії, робочі та експертні групи;
- користуватися відповідними інформаційними базами даних державних органів, державною системою урядового зв'язку та іншими технічними засобами;
- взаємодіяти з державними органами, органами місцевого самоврядування, допоміжними органами і службами, утвореними Президентом України, тимчасовими консультативними, дорадчими та іншими допоміжними органами, утвореними Кабінетом Міністрів України, а також з об'єднаннями громадян, профспілками і організаціями роботодавців.

ДАРТ очолює Голова, який призначається на посаду та звільняється з посади Кабінетом Міністрів України відповідно до законодавства про державну службу.

ДАРТ є юридичною особою публічного права, має печатку із зображенням Державного Герба України та своїм найменуванням, власні бланки, рахунки в органах Казначейства.

5.7. Програми розвитку туризму

Програма розвитку туризму – це комплекс взаємопов’язаних правових, економічних та організаційних заходів, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян і на розвиток туристичної галузі.

Залежно від території поширення дії програми та органу, який їх затвердив, вони можуть бути: державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму (наприклад, місцеві).

ЗУ «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» визначає мету затвердження вказаних програм:

- забезпечення охорони туристичних ресурсів України їх збереження та відновлення, раціональне використання;
- забезпечення безпеки туризму;
- забезпечення конституційних прав громадян на відпочинок та інших прав громадян;
- забезпечення патріотичного виховання;
- реалізація довгострокових пріоритетів країни в галузі туризму.

Порядок формування, фінансування і реалізації регіональних та місцевих програм розвитку туризму визначається законом. До державних цільових програм такі процедури не застосовуються. Кабінет міністрів України розробляє та затверджує програми розвитку туризму в Україні і фінансує їх виконання відповідно до бюджетного законодавства.

5.8. Організаційно-правовий механізм регулювання туристичної діяльності

Державний механізм управління в туристичній сфері – це виважена система прийомів, важелів та методів впливу державних органів влади на діяльність усіх суб'єктів туристичного ринку, а також способів практичного застосування їх за тієї чи іншої ситуації, якою обумовлюються цілі та завдання розвитку галузі.

Державне регулювання сфери туризму можна розглядати через дію основних механізмів регулювання на всіх рівнях управління, до переліку яких віднесено: правовий (адміністративно-правовий), організаційний, соціальний, економічний та екологічний.

Механізм правового регулювання – це система правових засобів (способів і форм), за допомогою яких забезпечується впорядкування суспільних відносин, їхня відповідність вимогам правових норм.

Основою державного регулювання є організаційний механізм. Тому він потребує найбільшого удосконалення. До основних засобів реалізації організаційного механізму відносяться:

- розмежування повноважень центрального та місцевих органів виконавчої влади у сфері туризму;
- створення структурних підрозділів з питань туризму і курортів на всіх рівнях управління та координаційних консультативно-дорадчих органів;
- удосконалення взаємовідносин органів місцевого самоврядування з суб'єктами господарської діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг;
- створення туристсько-інформаційних центрів; удосконалення системи підвищення кваліфікації державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, на яких покладено обов'язки з розвитку туризму.

5.9. Соціальний механізм регулювання

Враховуючи досвід державної підтримки розвитку соціального туризму радянських часів і зарубіжний, зокрема досвід Франції, Німеччини, Польщі визначено найбільш дієві механізми соціалізації туристичної галузі України:

- законодавчі – розробка та прийняття комплексної державної Програми розвитку соціального туризму в Україні, розрахованої на 10 років;
- забезпечення умов для залучення до активного споживання туристичних послуг інвалідів, пенсіонерів, військовослужбовців, малозабезпечених і багатодітних громадян та їхніх родин;
- створення дієвих дисконтних систем для молоді та студентів, впровадження системи «культурних карток», підтримка міжнародних дисконтних карток та студентських посвідчень, формування системи пільг для іноземних студентів та молоді, що прибули до України з метою навчання, подорожей чи за програмою культурного обміну;
- сприяння розвитку спеціалізованої інфраструктури та супутніх послуг, розрахованих на потреби молодіжного туризму та культурного обміну (кемпінги, інформаційні служби, довідкова література, табори, хостели, тощо);
- залучення до розвитку соціального туризму органів місцевого самоврядування.

5.10. Економічний механізм регулювання

Економічними механізмами регулювання є комплекс організаційних, нормативних та правових заходів, спрямованих на оптимальну взаємодію державної економічної політики та туристичного бізнесу. Наприклад, через банківську, грошово-валютну, інвестиційну, інноваційну, кредитну, податкову, страхову діяльність тощо.

Згідно з дослідженнями ЮНВТО можна виділити такі економічні механізми держави щодо туристичного сектора: виділення державних субсидій для реалізації окремих туристичних проєктів; надання пільгових позик за пільговими відсотками туристичним фірмам; державне поручительство щодо позик і субсидій, наданих комерційними банками на розвиток туризму.

5.11. Екологічний механізм регулювання

Екологічний механізм регулювання – це сукупність заходів держави, спрямованих на збереження безпечного навколишнього середовища, захист життя і здоров'я населення від негативного впливу забруднення, досягнення гармонії у взаємодії суспільства і природи, охорону і раціональне використання природних ресурсів.

Розрізняють два типи екологічної політики – пасивну та активну. Сутність *пасивної політики* полягає у впровадженні заходів щодо стримування негативних впливів на природу. Вона ґрунтується на застосуванні адміністративних інструментів регулювання: екологічних норм і нормативів, дозволів, штрафних стягнень. *Активна екологічна політика* орієнтується на екологічний моніторинг, на послідовне зменшення негативних впливів на природу в результаті змін у свідомості громадян і товаровиробників.

Державне регулювання охорони довкілля та раціонального використання природних ресурсів в Україні здійснюється комплексом заходів правового, адміністративного та економічного характеру, сукупність яких формує екологічну політику держави.

Завданням регіональної політики держави у сфері туризму є забезпечення комплексного і збалансованого розвитку цієї сфери з урахуванням її специфіки й особливостей конкретного регіону. Для цього держава може застосовувати ряд важелів прямого і непрямого впливу.

Таким чином, розвиток туристичного бізнесу в Україні відбуватиметься на ринкових засадах і перебуватиме під регулюванням держави на основі

законодавства, національної політики та індикативного планування всіх видів туризму.

5.12. Міжнародне співробітництво

Співробітництво – це система партнерства на регіональному, державному та міждержавному рівнях. Саме воно забезпечує просування національного туристичного продукту країни на світовий ринок, сприяє залученню його до світового інформаційного простору, набуттю передового досвіду організації туристичної діяльності.

У рамках реалізації міжурядових і міжвідомчих Угод про співробітництво в області туризму утворено 12 міжвідомчих робочих груп з туризму з такими країнами: Австрією, Болгарією, Єгиптом, Латвією, Литвою, Німеччиною, Польщею, Словаччиною, Словенією, Туреччиною, Угорщиною, Чехією.

Особлива увага приділяється забезпеченню Дійсного членства України у Всесвітній туристській організації (ЮНВТО), участі в роботі статутних органів ЮНВТО – Генеральної асамблеї, Виконавчого ради. Багатобічне співробітництво розвивається у форматі Ради по туризму Співдружності Незалежних Держав (СНД). Україна плідно співпрацює в рамках Робочої групи по туризму Організації Чорноморського економічного співробітництва (ОЧЕС).

Співробітництво України в рамках Центральноєвропейської ініціативи (ЦЄІ) в області туризму здійснюється в рамках Робочої групи ЦЄІ по туризму відповідно до Комплексному плану співробітництва України із ЦЄІ.

Державною службою туризму й курортів проводиться системна робота щодо розвитку туристичного співробітництва із країнами ГУАМ, у тому числі участі в засіданнях Робочої групи по туризму ГУАМ.

Для ефективного розвитку співпраці необхідним є:

- збільшення обсягу фінансування розвитку галузі на державному та регіональному рівнях;

- створення сильного виконавчого органу в галузі туризму; при розробці законодавчих актів, що стосуються туризму, слід широко використовувати знання і досвід спеціалістів підприємств туристичної сфери; сприяння створенню в Україні різноманітних недержавних громадських туристичних організацій, а саме асоціацій з різних напрямків туристичної діяльності (туроператорів, виставкових організацій, туристичних видань), їх входження у світові об'єднання, міжнародні організації та асоціації різного спрямування;
- активізація процедури спрощення візового режиму для туристів, що прибувають до України з країн ЄС та інших економічно розвинутих країн;
- вдосконалення системи підготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів України через проходження відповідного навчання і стажування у спеціалізованих закладах світу;
- відображення в законі України «Про туризм» формування представницького обличчя країни;
- створення наукового центру туризму.

Лише за умови активної державної політики та узгоджених дій усіх органів державної та місцевої влади з розвитку туризму, створення сприятливих правил гри, сприйняття міжнародного туризму як форми розвитку інтеграційних комунікацій, туризм стане потужною національною індустрією, а міжнародні відносини стійкими та міцними.

Завдання для самостійного контролю

1. Ознайомитися з сучасною концепцією сталого розвитку туризму в світі.
2. Перерахувати керівні органи ЮНВТО.
3. Розглянути основні функції Голови Держтуризмкурорт.

4. Ознайомитися з розпорядженням КМУ «Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року».

5. Розглянути особливості двосторонньої міжнародної співпраці з Німеччиною, Туреччиною, Польщею, Чехією, ОАЕ.

ТЕМА 6. БЕЗПЕКА В ТУРИЗМІ

6.1. Забезпечення безпеки життя та здоров'я туристів

Громадяни вступають у правовідносини з державою насамперед з приводу створення для них необхідних умов, пов'язаних з організацією комфортних і безпечних подорожей, захистом прав і законних інтересів громадян у сфері туризму, а також забезпечення їх особистої безпеки. Тому особиста безпека розглядається як елемент правового статусу громадянина. У цьому сенсі особиста безпека являє собою врегульоване нормами адміністративного права стан захищеності прав, свобод і законних інтересів особистості від факторів і умов, що створюються адміністративними правопорушеннями, шкідливими природними, техногенними та соціальними явищами дійсності.

Під особистою безпекою також розуміють забезпечується діяльністю держави і суспільства соціальне благо, що представляє можливість індивіду безперешкодно користуватися своїми життям, здоров'ям і фізичною свободою (далі також – об'єкти особистої безпеки). Дане соціальне благо, в першу чергу, передбачає стан захищеності об'єктів особистої безпеки від протиправних посягань.

Згідно із Законом України «Про туризм» безпеку туристів (екскурсантів) при здійсненні подорожі крім життя, здоров'я і майна туриста поширюється на

його особисту недоторканність, включаючи фізичний (тілесний) і психічний (моральний) стан, а також приватне життя.

Організатори подорожей, а також інші суб'єкти туристичної індустрії забезпечують особисту безпеку туристів в рамках цивільно-правових зобов'язань (договірних і позадоговірних). У той же час, відповідно до Закону «Про туристську діяльність» на права туриста на особисту безпеку кореспондуються не тільки обов'язок осіб, які здійснюють туристичну діяльність, в наданні адекватних гарантій забезпечення безпеки туристів, але також і обов'язок самих туристів дотримуватися під час подорожі правил особистої безпеки. Стандарт безпеки туристів встановлює вимоги до туристських організацій (туроператорів) щодо забезпечення безпеки туристів (екскурсантів), які повинні дотримуватися при формуванні і реалізації туристичного продукту.

6.2. Напрями безпеки у туризмі

особисту безпеку туриста можна визначити як стан захищеності туриста або окремих об'єктів його особистої безпеки від загроз безпеки, що дозволяє туристові вільно і безперешкодно реалізовувати право на відпочинок, свободу пересування та інші права під час здійснення подорожей. Відомо, що організовані туристи володіють також правовим статусом споживача. У цьому значенні особиста безпека туриста є станом відсутності неприпустимого ризику, пов'язаного з заподіянням (або виникненням загрози заподіяння) шкоди туристу або окремими об'єктами його особистої безпеки в результаті недоліків послуг, що надаються. Видається, що право туристів на особисту безпеку в рамках його правового статусу становить єдність наступних елементів:

- право на безпеку послуги, в тому числі на необхідну і достовірну інформацію про виконавця послуги і процес її надання;

- право на особисту недоторканність, недоторканість приватного і сімейного життя туриста, захист його честі, гідності та доброго імені в процесі організації і здійснення подорожі;
- право на надання захисту і заступництва України за межами її території, в тому числі на отримання допомоги в поверненні в Україну, якщо український турист виявився на території іноземної держави без засобів до існування;
- право на безперешкодний доступ до засобів зв'язку, кваліфікованої медичної, правової та інших видів невідкладної допомоги в країні (місці) тимчасового перебування;
- право на звернення до органів державної влади, органи місцевого самоврядування, громадські об'єднання, судові органи за захистом свого порушеного права на особисту безпеку;
- право на самозахист своїх прав і законних інтересів, порушених дією загроз безпеки або наслідками їх прояви;
- право на відшкодування виниклих збитків та матеріальної шкоди, компенсацію моральної шкоди в разі порушення його прав і законних інтересів у сфері безпеки туризму.

Державно-правовий вплив на суспільні відносини в області особистої безпеки туризму здійснюється з використанням наступних методів і форм:

- державний захист прав і законних інтересів туристів як в Україні, так і за межами її території;
- регламентація свободи пересування громадян (паспортно-візовий режим, режим перетину державного кордону, реєстраційний і міграційний облік, пересування по територіях зі спеціальним режимом їх відвідування);
- медичні вимоги, державне санітарно-епідеміологічне нормування, інші вимоги та правила, пов'язані із забезпеченням санітарно-епідеміологічного добробуту населення;
- валютне регулювання, в тому числі порядок обміну, купівлі-продажу іноземної валюти, дорожніх та інших чеків, емісії банківських карт на

території України і за її межами, операцій з відкриття рахунків в іноземних банках за межами території України, переведення на них валютних коштів, а також здійснення валютних операцій з ними;

- митне регулювання, включаючи митне декларування багажу, транспортних засобів, валютних цінностей, валюти України при переміщенні їх туристами через державний кордон України та інших держав;
- регулювання вивезення культурних цінностей за межі території України, ввезення культурних цінностей на територію України, а також оформлення документів для отримання дозволів на їх вивезення (ввезення);
- забезпечення особистої безпеки на транспорті (огляд пасажирів цивільних повітряних та інших суден, а також їх ручної поклажі та багажу), а також на інших об'єктах туристичної індустрії і при відвідуванні туристських ресурсів;
- інформаційне забезпечення особистої безпеки туристів та ін.

Зазначені методи і форми державно-правового впливу, як правило, носять комплексний характер і покликані забезпечувати не тільки особисту безпеку індивідуальних суб'єктів (туристів), а й інтереси національної безпеки в цілому.

6.3. Загальна характеристика страхування

Страхування туристів, що виїжджають за кордон, є обов'язковим. Разом з тим, на осіб, які здійснюють туристичну діяльність, покладається обов'язок надати туристам гарантії оплати їм медичної допомоги в країні тимчасового перебування, якщо відповідно до законодавства цієї країни встановлено вимоги обов'язкового надання таких гарантій. Умови страхування туристів, що виїжджають за кордон, повинні передбачати оплату медичної допомоги туристам і відшкодування їх витрат при настанні страхового випадку безпосередньо в країні (місці) тимчасового перебування.

Правозастосовна практика здійснення страхування туристів, що виїжджають за кордон, йде шляхом віднесення даного виду страхування не до особистого, а до майнового страхування, в основі якого лежать фінансові ризики туристів. Допомога по страхових випадках громадянам України, які перебувають на території іноземних держав, виявляється дипломатичним представництвом чи консульською установою України.

6.4 Відносини між страхувальником та страховиком.

Страхування – це система економічних відносин. Будь-які стосунки передбачають наявність, як мінімум, двох суб'єктів. У страховій справі взагалі та туристській зокрема головні суб'єкти – страховик та страхувальник.

Страхування туристів – це особливий вид страхування, який гарантує захист майнових інтересів громадян під час їх подорожей. Воно відноситься до ризикових видів страхування, найбільш характерними рисами яких є їх короткочасність (не більше 6 місяців) та великий ступінь невизначеності часу настання страхового випадку та величини можливої шкоди.

Страховики – юридичні особи (акціонерні, повні, командитні товариства, товариства з додатковою відповідальністю), які отримали в установленому порядку ліцензію на провадження страхової діяльності. Вони створюють умови страхування та пропонують страхові послуги своїм клієнтам.

Страхувальники – юридичні особи та дієздатні громадяни, які уклали зі страховиками договори щодо страхування свого власного інтересу, інтересу третьої особи, виплачують страхові премії та мають право (за договором відповідно до закону) на отримання компенсації (відшкодування) у разі настання страхового випадку. У середньому за статистикою страховий випадок трапляється з кожним 100 туристом. Слід зазначити, що далеко не всі обставини, що трапилися, визнаються страховою компанією для віднесення даного випадку до страхового і оплачуються.

Багато факторів ризику типізовані, і туристам пропонується застрахуватися від таких випадків, пов'язаних із такими факторами:

- травмонебезпека;
- вплив навколишнього середовища;
- пожежонебезпека;
- біологічні дії;
- психофізіологічні навантаження;
- небезпека випромінювань;
- хімічні дії;
- підвищена запиленість та загазованість;
- інші фактори;
- специфічні фактори ризику.

Сутність страхування, як і будь-якої іншої економічної категорії, насамперед виявляється у її функціях. Власне страхування виконує чотири функції:

- ризикову;
- попереджувальну;
- ощадну;
- контрольну.

1. *Зміст ризикової функції* страхування полягає у відшкодуванні ризику. В рамках дії цієї функції відбувається перерозподіл грошової форми вартості між учасниками страхування у зв'язку із наслідками випадкових страхових подій. Ризикова функція страхування є головною, оскільки страховий ризик як ймовірність збитків безпосередньо пов'язаний з основним призначенням страхування щодо відшкодування міжнародної шкоди постраждалим.

2. *Попереджувальна функція* страхування полягає у фінансуванні за рахунок коштів страхового фонду заходів щодо зменшення страхового ризику.

3. *Ощадна функція* страхування сприяє накопиченню грошової суми.

4. *Контрольна функція* страхування виявляється у перевірці за строго цільовим формуванням та використанням коштів страхового фонду.

В умовах сучасного суспільства страхування перетворилося на загальний універсальний засіб захисту майнових інтересів юридичних та фізичних осіб усіх форм власності від стихійних лих та інших негативних явищ.

Страховий поліс – другий після паспорта документ, необхідний під час подорожі. І не лише тому, що без нього неможливо отримати візу до більшості європейських країн. Насамперед, це стосується країн Шенгенської зони, де наявність полісу страхування є обов'язковою. Суть страхування – це компенсація медичних витрат, які можуть виникнути у закордонній поїздки внаслідок захворювання чи нещасного випадку.

Характерною рисою страхування тих, хто виїжджає за кордон, стало включення до нього страхування невідкладної допомоги. Якщо у класичному страхуванні йдеться про компенсацію збитків, то у страхуванні невідкладної допомоги – про надання послуги у формі невідкладної допомоги.

Наприклад, у ситуації, пов'язаній із захворюванням застрахованого, компенсація витрат на лікування буде предметом медичного страхування, а такі послуги, як виклик лікаря у нічний час або термінова госпіталізація – предметом страхування невідкладної допомоги. Зважаючи на це, слід пам'ятати, що за кордоном медицина в основному страхова, а лікування для іноземних громадян – платне і досить дороге. До того ж у більшості країн медична страховка є необхідною юридичною підставою для надання вам допомоги, тому прийти до клініки з вулиці та записатися на прийом до лікаря просто не вдасться.

Кожна компанія-assistance має у своєму розпорядженні мережу, що складається з чергових центрів та бюро, розташованих у регіонах, на які поширюється дія поліса. У разі настання страхової події клієнт має зателефонувати до одного з чергових центрів, номери телефонів яких вказані на ідентифікаційній картці чи полісі. Черговий центр передає виклик до найближчого бюро, яке займається безпосередньою організацією послуги, та підтверджує, що всі витрати оплачені. Чим більше у компанії чергових центрів та бюро, тим швидше вона може організувати надання допомоги клієнту. Усі

компанії – assistance у розвинених країнах світу, з якими працюють українські страховики, вважаються солідними.

Але якщо доведеться їхати за межі Західної Європи, США, Японії або Канади, необхідно з'ясувати у страховій компанії, скільки є бюро іноземного партнера в регіоні, який належить відвідати. Любителям активного відпочинку на альпійських схилах також слід пам'ятати, що іноземні туристи, яких на схилах збивають невдахи відпочиваючі зі Східної Європи, дуже люблять подавати на них позови до суду. Тому при отриманні візи в ці країни, крім здоров'я, варто застрахувати і громадянську відповідальність.

З огляду на вищезгаданого останнім часом страхування які виїжджають зарубіжних країн стало невід'ємною частиною туризму. Сьогодні практично всі, хто перетинають кордон, мають страховий поліс: Всього кілька років тому ринок становив близько 10-20% від загальної кількості туристів, зараз цей показник зріс до 80-90%. Туристські фірми як юридичних осіб користуються низкою послуг страхових компаній.

Цей вид страхування має свої особливості:

1. Об'єктами страхування можуть бути в основному майнові інтереси, пов'язані з користуванням та розпорядженням майном, а також з відшкодуванням страхувальником (турагентством, туроператором, турфірмою), з вини якого було завдано шкоди особі, майну фізичної особи (туриста) або майновим інтересам (інший туристській фірмі, туроператору та ін.).

2. Учасники міжнародних туристських відносин наражаються на різноманітні ризики, пов'язані зі зміною цін на послуги після укладення контракту, зі зловживаннями або розкраданнями валютних коштів (виплатами за підробленими авізо, банкнотами, чеками, пластиковими картками та ін.), з неплатоспроможністю туроператора, його контрагентів, нестійкістю валютних курсів, інфляцією та інших. Усі перелічені ризики би мало бути об'єктами страхування туристських організацій.

3. Страхування підприємницьких ризиків спрямоване на захист підприємців від можливих непередбачених негативних обставин та факторів, що заважають досягненню наміченої мети (одержанню прибутку).

Однак у туристському бізнесі існують додаткові види добровільного та обов'язкового страхування. Страхування у системі туризму класифікується на такі види:

1. Страхування туриста та його майна.

Медичне страхування – страхування на випадок раптового захворювання, тілесних ушкоджень, отриманих громадянами внаслідок нещасного випадку, або смерті, що сталися під час їхнього перебування за кордоном у туристичній поїздці.

Компенсація не передбачена, якщо хвороба:

- сталася з вини страхувальника (наприклад, через алкогольне сп'яніння);
- мала місце ще до початку поїздки (всі види хронічних захворювань).

Страхові виплати поширюються на:

- надання екстреної медичної допомоги;
- покупку ліків;
- транспортування хворого;
- репатріацію тіла.

Вартість страхового полісу залежить від:

- страхової суми;
- країни перебування;
- тривалість поїздки;

У середньому вона становить 1-2 долари на добу.

Розмір страхового покриття визначається за згодою сторін. На вартість впливає і кількість додаткових послуг – страхові компанії пропонують різні програми медичного страхування туристів. У договорі обов'язково прописується сума, що не компенсується – вона може доходити до 50 доларів.

Страхування багажу. Покриває витрати туриста у разі пошкодження, крадіжки або втрати всього багажу або його частини. Кожен договір

страхування багажу діє весь час візиту зарубіжних країн, причому можна укласти договір відразу кілька поїздок.

Страхування підлягають такі ризики:

- навмисне псування речей третіми особами;
- пошкодження багажу внаслідок нещасного випадку, ДТП або стихійного лиха;
- крадіжка, грабіж чи шантаж.

До страхових випадків не належить втрата майна через неуважність. Вартість полісу залежить від тривалості поїздки та страхової суми. Остання вибирається таким, що виїжджає під час укладання договору, але не може перевищувати вартості багажу. Деякі компанії обмежують максимальний розмір страхових виплат кількома тисячами доларів. Незначні збитки страхувальнику не відшкодують – середній розмір «франшизи» становить 15% вартості застрахованих речей.

Якщо речі знайдуться, то страхова компанія має оплачувати їх зберігання та доставку.

Орієнтовна ціна стандартного поліса становить від 5 до 15 доларів.

2. *Страхування ризиків туристських фірм*; страхування туристів у закордонних поїздках. Страхування ризиків туристських фірм включає фінансові ризики, відповідальність за позовами туристів, їхніх родичів, третіх осіб.

До фінансових ризиків ставляться:

- комерційні ризики (неоплата або затримка оплати, штрафні санкції контрагента у разі невизнання ним обставин порушення контракту форс-мажорними обставинами);
- банкрутство фірми;
- зміни митного законодавства, валютного регулювання, паспортного контролю та інших митних формальностей;
- виникнення причин форс-мажорного характеру;
- політичні ризики, тощо.

Страховання відповідальності туристських фірм перед туристами може здійснюватися також за такими страховими випадками: погані погодні умови (наприклад, відсутність снігу або снігові лавини на гірськолижних трасах), порушення митних правил, затримка транспорту (літаків більш ніж на 4 години), конфіскація при шоп-турах тощо.

Страховання туристів у закордонних туристських поїздках, як правило, включає:

- надання туристу екстреної медичної допомоги під час закордонної поїздки при раптовому захворюванні чи нещасному випадку;
- транспортування до найближчої лікарні, здатної провести якісне лікування під відповідним медичним контролем;
- евакуацію до країни постійного проживання під належним медичним контролем;
- внутрішньолікарняний контроль та інформування сім'ї та хворого;
- надання медичних препаратів, якщо їх не можна дістати дома;
- консультаційні послуги лікаря-фахівця (за потреби);
- оплата транспортних витрат з доставки хворого туриста або його тіла до країни постійного проживання;
- репатріація останків туриста;
- надання юридичної допомоги туристу при розслідуванні цивільних та кримінальних справ за кордоном.

Страховання іноземних туристів. Страховання громадянської ответственности. Страховання громадянської відповідальності перед третіми особами. Страховик відшкодовує збитки, заподіяні Застрахованим здоров'ю або майну третіх осіб під час поїздки (згідно із законодавством країни перебування). Факт заподіяння шкоди життю, здоров'ю та майну третіх осіб має бути підтверджений судовим рішенням, офіційно пред'явленим Страхувальнику/Застрахованому.

Зобов'язання Страховика, що виникли у зв'язку з настанням страхового випадку, включають обов'язки щодо задоволення таких вимог на підставі винесеного судового рішення про відшкодування шкоди:

- заподіяного життю та здоров'ю третіх осіб («фізичні збитки»);
- заподіяного майну третіх осіб («майнові збитки»).

Страховик відшкодовує Застрахованому доцільні витрати на ведення в судових органах справ з передбачуваних випадків заподіяння шкоди в межах ліміту відповідальності.

Страховик компенсує в межах ліміту відповідальності Застрахованому необхідні та доцільні витрати щодо зменшення шкоди та порятунку життя та майна осіб, яким унаслідок страхового випадку завдано шкоди.

Страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів. Якщо Ви подорожуєте власним автомобілем, то при перетині кордону країн, які беруть участь в угоді «Зелена карта», від туриста вимагатимуть поліс страхування цивільної відповідальності власників автотранспортних засобів за збитки, заподіяні третім особам. Цей поліс також називається «зелена карта».

При цьому «зелена карта» діє у всіх країнах-учасницях угоди, що звільняє від необхідності додаткового страхування цивільної відповідальності під час переїзду з однієї країни до іншої. Одна картка видається на один транспортний засіб.

Таким чином, якщо турист подорожує машиною з причепом, у нього має бути дві «зелені карти». До керування автомобілем за кордоном допускаються лише особи, вписані у «зелену картку».

Країни-учасники угоди «Зелена карта»: Австрія, Албанія, Андорра, Бельгія, Болгарія, Боснія і Герцеговина, Великобританія, Угорщина, Німеччина, Греція, Данія, Ізраїль, Іран, Ірландія, Ісландія, Іспанія, Італія, Кіпр, Латвія, Люксембург, Північна Македонія, Мальта, Марокко, Молдова, Нідерланди, Норвегія, Польща, Португалія, Румунія, Словаччина, Словенія, Туніс, Туреччина, Україна, Фінляндія, Франція, Хорватія, Чехія, Швейцарія, Швеція, Естонія.

Страховання від нещасних випадків із покриттям медичних витрат. Страховання від нещасного випадку туристів передбачає страхове відшкодування у разі погіршення здоров'я, травми чи смерті під час поїздки за кордон. Нещасним випадком визнається непередбачена подія, що супроводжується пораненнями, травмами, забоями, опіками, переохолодженням та іншими ушкодженнями, що спричинили втрату здоров'я або смерть страхувальника.

За нещасні випадки, що сталися з вини страхувальника (наприклад, у стані алкогольного сп'яніння або через нехтування технікою безпеки), компенсації не передбачаються. Вартість полісу залежить від тривалості поїздки та страхової суми.

Страхова сума визначається за згодою сторін. У середньому, якщо поїздка займає кілька діб, а максимальний розмір компенсації становить 5000 євро, поліс обійдеться в чверть долара за кожен день перебування за кордоном.

Для представників «групи ризику» (гірськолижників, парашутистів, альпіністів, людей похилого віку) вартість поліса визначається спеціальними тарифними ставками. При настанні страхового випадку необхідно негайно зателефонувати за вказаним у полісі телефоном та повідомити номер договору та причину звернення. За відсутності можливості повідомити про нещасний випадок самим страхувальником це можуть зробити його близькі родичі або співробітники медичного закладу.

Страховання від невиїзду дозволяє компенсувати витрати, пов'язані зі скасуванням поїздки за кордон.

До страхових випадків належать:

- смерть або хвороба, травма Застрахованого або його близьких родичів (дружини, чоловіка, батька, матері, дітей, рідних сестер та братів, близького родича чоловіка (дружини), які потребують госпіталізації;
- обов'язкова участь Застрахованого у судовому розгляді за ухвалою суду в період дії договору;

- пошкодження або загибель майна Застрахованого через пожежу, що виникла в період дії договору страхування;
- заклик Застрахованого на строкову військову службу чи військові збори;
- дострокове повернення Застрахованого з-за кордону, спричинене хворобою або смертю близьких родичів;
- неотримання в'їзної візи при своєчасному поданні документів на оформлення, за умови відсутності раніше отриманих відмов у візі до країни (країни) передбачуваної поїздки.
- отримання повістки з військкомату.

Ціна полісу становить від 1,5% до 4% від загальної суми вартості путівки.

Найчастіше цей поліс пропонується як додаткова платна послуга у програмі медичного страхування тих, хто виїжджає за кордон. Це тим, що невіїзд страхується лише за наявності медичної страховки. Оформити поліс необхідно пізніше 7 днів до відправлення. З страхового випадку страховик зобов'язується відшкодувати витрати, понесені на оплату турпутівки та оформлення візи, вартість авіа-, залізничних або інших квитків. Заяву про наступ страхового випадку необхідно подати страховій компанії протягом одного дня. До заяви повинні бути додані: оригінал Договору на надання туристичних послуг, документи, що підтверджують повернення коштів туристичною організацією, та інші документи, що свідчать про збитки (наприклад, авіаквиток). Якщо подорож скасувалося через хворобу, потрібна медична довідка. А якщо через відмову в наданні візи - офіційна відмова консульства.

Відшкодування витрат у зв'язку зі скасуванням поїздки за кордон:

- щодо компенсації збитків, пов'язаних з анулюванням проїзних документів;
- щодо компенсації збитків, пов'язаних із відмовою від заброньованого номера, а також інших туристичних послуг, передбачених договором та оплачених Застрахованим.

У зв'язку з достроковим поверненням:

- придбання проїзних квитків туристичного класу, за умови, що початковий квиток не підлягає заміні;
- витрати, пов'язані з переоформленням проїзних документів (документально підтверджені);
- на передачу Страховику разового термінового повідомлення (телефон, телефакс, телеграма);
- вартість проживання у готелі за невикористану частину терміну перебування там;
- витрати придбання проїзних документів відшкодовуються лише за умови, що початковий квиток не підлягає заміні;
- витрати, пов'язані з переоформленням проїзних документів, мають бути документально підтверджені.

6.5. Класифікація факторів туристських ризиків

Чинники ризику туризмі бувають або потенційними, або реальними.

До потенційних факторів ризику належать ті, які можуть за певних обставин призвести до проблем у туристській діяльності або загрожувати безпеці туристів. Реальні чинники ризику чи реалізовані причини або неминуче відбуваються, або мають дуже високу ймовірність виникнення у певному місці й у час. Такий поділ дозволяє охопити весь спектр факторів ризику, з якими може зустрітись турфірма та окремих турист.

З причин виникнення чинники ризику у туризмі класифікуються так:

- травмонебезпека;
- вплив навколишнього середовища;
- пожежонебезпека;
- біологічні дії;
- психофізіологічні навантаження;
- небезпека випромінювань;
- хімічні дії;

- підвищена запиленість та загазованість;
- інші фактори;
- специфічні фактори ризику.

Травмонебезпека може виникнути в результаті переміщення механізмів і предметів, тіл, гірських порід (камнепадів, селів, обвалів у печерах), а також через складний рельєф місцевості, несприятливі ергономічні характеристики використовуваного туристичного спорядження та інвентарю (наприклад, носіння туристами потертостям шкірних покривів).

Зниження травмонебезпеки забезпечується:

- захисними пристроями та огорожами при використанні рухомих механізмів, предметів небезпечних ділянок територій (підйомників, канатних доріг, ділянок осипів у горах, біля водойм, гірськолижних трас тощо);
- використанням засобів індивідуального захисту (страхувальних мотузок, обв'язок при перетині складних ділянок туристського маршруту, шоломів, касок, льодорубів, гачків та іншого страхового спорядження);
- дотриманням ергономічних вимог до туристичного спорядження та інвентарю;
- виконанням вимог будівельних норм та правил, що висуваються до житлових та громадських будівель, а також вимог нормативних документів до технічного стану транспортних засобів, що використовуються для перевезень туристів (екскурсійних автобусів, плавзасобів та інших);
- дотриманням правил експлуатації інвентарю та обладнання (наприклад, ліфтів, підйомників, візків);
- застережливим інформуванням туристів про фактори травматизму, заходи попередження травм, екстрені заходи, які слід взяти при нещасних випадках.

Вплив навколишнього середовища зумовлений підвищеною або зниженою температурою повітря, його вологістю та рухливістю у зоні

перебування туристів, різкими перепадами барометричного тиску. Показники мікроклімату у приміщеннях, призначених для обслуговування туристів, а також у транспортних засобах повинні відповідати встановленим санітарно-гігієнічним вимогам.

Несприятливим і навіть небезпечним фактором при переміщенні туристів може бути зміна часових поясів або швидкий переїзд до місцевості з іншим кліматом, що різко відрізняється від звичних умов. При короткочасних подорожах організм туриста який завжди може швидко пристосуватися до нового йому клімату.

Попередження шкідливих впливів поясних та кліматичних факторів ризику забезпечується:

- раціональним вибором туристичної програми з можливою мінімізацією числа часових поясів, що перетинаються;
- вибором сприятливої пори року для проведення туристичного заходу;
- враховуючи погодні особливості району та своєчасне інформування туристів про фактичні та прогнозовані погодні умови на маршруті;
- спорудженням на трасах туристських маршрутів укриттів від негоди;
- оснащення приміщень та транспортних засобів пристроями кондиціонування повітря та опалення;
- забезпеченням відповідного екіпірування туристів, включаючи засоби індивідуального захисту.

Пожежонебезпечність туристських об'єктів та транспорту потребує неухильного дотримання правил пожежної безпеки, викладених у галузевих нормативних документах.

Біологічні впливи на туристів можливі при їх контактах з патогенними мікроорганізмами та продуктами їх життєдіяльності, отруйними рослинами, комахами та іншими тваринами, що переносять збудників інфекційних захворювань або викликають опіки, алергічні та інші токсичні реакції.

Дія біологічних факторів ризику на туристів попереджається:

- дотриманням встановлених санітарних норм та правил обслуговування;

- застосуванням обладнання та препаратів для:
 - дезінфекції (знищення мікроорганізмів),
 - дезінсекції (знищення комах),
 - фумігації (знищення літаючих комах),
 - дератизації (знищення гризунів),
 - стерилізації,
 - автоматизації технологічних процесів, наприклад, зберігання харчових продуктів та приготування кулінарних виробів;
- застосуванням знаків безпеки та необхідного маркування на предметах оснащення та спорудах, що використовуються при обслуговуванні туристів (посуду, кухонного інвентарю, у тому числі для приготування їжі у поході, місць водозабору, колодязів тощо);
- проведенням попередніх періодичних медичних оглядів обслуговуючого персоналу;
- запобіжним інформуванням туристів про небезпечні тварини, риби, плазуни, рослини, ареали поширення яких збігаються з туристським маршрутом; про уникнення небажаних контактів та заходів, які слід вжити, якщо ці контакти сталися або отримано травму.

Психофізіологічні навантаження може бути фізичного чи нервово-психічного характеру. Вплив на організм туриста надмірних за інтенсивністю або несприятливих психофізіологічних факторів обумовлено вираженою тимчасовою зміною способу життя.

Турист змінює стереотип своєї поведінки: замінює високу активність стаціонарним відпочинком, або, навпаки, після тривалої гіподинамії активно займається спортом, долає багатокілометрові маршрути, бере участь у численних екскурсіях, часто за несприятливих для організму погодних умов. При відвідуванні країн Південно-Східної Азії у туристів змінюється структура харчування, що також відбивається на його організмі.

Виняток або зниження впливу психофізіологічних факторів ризику досягається:

- раціональною побудовою програми обслуговування туристів, графіків переміщення за маршрутом, що передбачають умови для нормального життя людини (сну, прийому їжі, задоволення санітарних та побутових потреб);
- враховуючи психофізіологічні особливості туристів при формуванні туристської групи;
- дотриманням ергономічних вимог до використовуваного туристичного спорядження та інвентарю, транспортних засобів, меблів.

Небезпека випромінювань пов'язана здебільшого з підвищеним рівнем ультрафіолетової радіації та рідше – жорсткого іонізуючого випромінювання.

Запобігання небезпеці ультрафіолетової радіації на туристських маршрутах забезпечується:

- інформування туристів про вплив сонячних променів на людину;
- використанням засобів індивідуального захисту (головних уборів, захисних кремів, одягу, сонцезахисних окулярів).

Дія даного фактора ризику необхідно враховувати при плануванні графіка руху за маршрутом (по відкритих, незатінених ділянках маршруту у гірських, водних, лижних та інших походах).

Хімічні впливи поділяються на токсичні, дратівливі та сенсibiliзуючі.

Для запобігання впливу хімічних факторів ризику в обслуговуванні туристів необхідно:

- здійснювати регулярний контроль вмісту шкідливих хімічних речовин у повітрі, воді, ґрунті, продуктах харчування та інших біологічних середовищах;
- будувати та розміщувати об'єкти, що обслуговують туристів, у сприятливому середовищі, що не має хімічних факторів ризику;
- при проведенні дезінфекції виключати можливість контактів туристів з рідкими та аерозольними хімічними засобами.

Підвищена запиленість та загазованість. Допустимі рівні шкідливих речовин у повітрі зон обслуговування туристів, приміщень, транспортних

засобів повинні бути не нижчими за санітарно-гігієнічні норми, встановлені нормативно-технічною документацією та санітарними правилами. Безпека забезпечується дотриманням вимог щодо оснащення приміщень та транспортних засобів вентиляцією та очищувачами повітря.

Інші фактори ризику можуть виникати за відсутності необхідної інформації про послугу та її запроєктовані характеристики. Для мінімізації «інформаційних» факторів ризику туристам необхідно надати вичерпні відомості про послуги, що реалізуються. Перед початком туру туристів слід проінструктувати про заходи безпеки, які враховують специфіку конкретного туристичного маршруту.

Специфічні фактори ризику у туризмі зумовлені:

- можливістю виникнення природних та техногенних катастроф у зоні розміщення туристичного підприємства або проходження маршруту, а також інших надзвичайних ситуацій, у тому числі пов'язаних із підтриманням громадського порядку у місцях перебування туристів;
- технічним станом туристських готелів, баз, кемпінгів, канатних доріг та бугельних витягів, туристичних трас, верхових та в'ючних тварин, транспортних засобів, архітектурних та природних пам'яток;
- складним рельєфом місцевості (річковими порогами, гірськими схилами, скельними, льодовими ділянками трас тощо);
- рівнем професійної підготовленості обслуговуючого персоналу (інструкторів, екскурсоводів та ін.);
- підготовкою туристів до пересування за маршрутом певного виду та категорії складності (інструктаж, екіпірування тощо);
- інформаційним забезпеченням (гідрометеорологічні прогнози, маркування трас туристських маршрутів). Туристське підприємство повинне мати комплект чинних нормативних документів із забезпечення безпеки туристів та керуватися ними у своїй роботі.

Будь-який ризик характеризується 4 факторами:

- 1) Подією, яка може статися або не відбутися, але яка матиме певний вплив на діяльність, що планується або здійснюється;
- 2) Ймовірністю очікуваної події, тобто мірою невизначеності;
- 3) Впливом, яка подія, у разі її настання, вплине на діяльність;
- 4) Точкою вразливості, тобто найслабшим місцем, яке сприяє тому, що ризикова подія може наступити.

Туристські підприємства зобов'язані ознайомити туристів з елементами ризику, властивими кожній туристській послугі та заходами щодо її запобігання. Інформація про безпеку подорожі повинна міститися в рекламно-інформаційних матеріалах та тексті інформаційного листка до туристської путівки. Ці відомості надаються туристам як до початку відпочинку, так і при усних інструктажах та бесідах у процесі обслуговування.

Завдання для самостійного контролю

1. Ознайомитися з Декларацією прав людини, Хартією туризму, Кодексом туриста.
2. Охарактеризувати чотири функції страхування.
3. Розглянути класифікацію факторів туристських ризиків.
4. Назвати причини, якими зумовлені специфічні фактори ризику у туризмі.
5. Перерахувати основні вимоги до безпеки життєдіяльності туристів.

ТЕМА 7. ТУРИЗМ ТА ІНШІ ГАЛУЗІ ЗНАНЬ

7.1. Психографія та її методи, маркетинг туризму

Психографія – метод вивчення способу життя населення на основі способів проведення вільного часу, інтересів особистості (наприклад, уподобань у музиці). У дослідженні поведінки сучасних споживачів ці критерії

все більше замінюють традиційні демографічні категорії (вік, соціальний статус, освіта тощо).

Туристичний маркетинг – це серія основних методів і прийомів, вироблених для дослідження, аналізу і вирішення поставлених завдань.

Головне, на що мають бути направлені ці методи і прийоми—це виявлення можливостей найбільш повного задоволення потреб людей, з точки зору психологічних і соціальних факторів, а також визначення способів найбільш раціонального, з фінансової точки зору, ведення справ туристичними підприємствами, які дозволяють враховувати виявлені або приховані потреби в туристичних послугах.

Деякі автори вкладають в поняття маркетингу в туризмі глобальний зміст: туристичний маркетинг – це систематичні зміни і координація діяльності туристичних підприємств, а також приватної і державної політики в галузі туризму, яка здійснюється за регіональними, національними чи міжнародними планами.

Мета таких змін полягає в тому, щоб якнайповніше задовольнити потреби певних груп споживачів, враховуючи при цьому можливість отримання відповідного прибутку. Всесвітня туристична організація виокремлює три головних функції маркетингу в туризмі:

- налагодження контактів зі споживачами;
- розвиток;
- контроль.

Налагодження контактів ставить перед собою мету переконати потенційних клієнтів у тому, що запропоноване місце відпочинку і існуючі там служби сервісу, пам'ятки і очікувані вигоди повністю відповідають тому, чого бажають отримати самі клієнти.

Розвиток припускає проектування нововведень, які зможуть забезпечити нові можливості для збуту туристичного продукту.

Контроль передбачає аналіз результатів діяльності по просуванню послуг на ринок і перевірку того, наскільки ці результати відображають повне і успішне використання можливостей сфери туризму.

7.2. Туризм як суспільне явище

Сучасний туризм помітно відрізняється від своїх пращурів – мандрівок далекого минулого і перших туристичних (у сучасному розумінні) подорожей. Адже колишній елітний вид відпочинку для нечисленних груп заможного населення, організацією якого на початку займалася невелика група ентузіастів любителів, поступово перетворився на могутню індустрію, де десятки мільйонів професіоналів обслуговують сотні мільйонів споживачів з усього світу. Отже, колишня справа обраних перетворилася на масове явище. Настільки масове і всеохопне, що фактично набуло статусу суспільного явища. Для значної частини людства туризм є регулярним явищем їхнього буття, а для багатьох – нормою життя. При населенні Землі понад 7 млрд, понад 1 млрд має безпосередній стосунок до туризму. Адже близько 1 млрд є міжнародними туристами і 266 млн. працюють у сфері туризму (кожне 11-е робоче місце у світі), надаючи всілякі послуги подорожуючим. Якщо ж врахувати ще й внутрішніх туристів, то загальна чисельність причетних до туризму виявиться набагато вищою. Адже щорічно близько 5-6 млрд. поїздок здійснюється туристами в межах території власних країн.

Варто також зазначити, що враховані в статистиці туризму особи не закріплені в ній назавжди персонально. До категорії туристів щорічно потрапляють дедалі нові й нові жителі нашої планети. Тому кількість людей, які хоча б один раз мали право назвати себе туристом або одержували роботу завдяки туризму, набагато перевищує дані офіційної статистики.

Ще одна виняткова особливість туризму, що засвідчує його суспільну значимість – вікова необмеженість. У туризмі беруть участь і діти, і підлітки, і дорослі, і люди похилого віку. Не впливає на можливість участі в туристичній

подорожі й соціальне становище людини. Так само, не є перешкодою в туризмі слабка здоров'я, фізичні вади, коротка відпустка чи відсутність значних коштів або, навпаки, високі доходи і, відповідно, завищені запити щодо комфорту. Усе це не має принципового значення, оскільки сучасний ринок туристичних послуг дуже швидко реагує на запит споживача й готовий задовольнити будь-які побажання і навіть примхи потенційного туриста.

Отже, туризм охоплює широкі верстви суспільства. Але, водночас, у туризмі широко застосовується індивідуальний підхід до кожного потенційного клієнта. Утім, винятковість туризму полягає не в самому факті приналежності до суспільних процесів.

Основним є унікальна багатогранність туризму, що значною мірою й спричинила його надзвичайну популярність і бурхливий розвиток. Причому ця багатогранність стає очевидною для кожного, хто так чи інакше долучається до туризму.

Для туристів туризм є засобом реалізації найважливіших потреб і водночас прав людини – на відпочинок і дозвілля. Достатньо сказати, що сучасний міжнародний турист здійснює подорожі переважно з метою проведення дозвілля, відпочинку і свят. Не менш важливим є те, що туризм сприяє реалізації таких потреб і прав людини, як свобода пересування – територією своєї країни і з однієї держави в іншу. Так само, завдяки туризму, реалізується й така духовна потреба туристів як пізнання світу та самовдосконалення.

Для працівників туристичної сфери туризм передусім є засобом реалізації права людини на працю і водночас їхньою професією, а в умовах сучасних ринкових відносин ще й прибутковим бізнесом. З точки зору держави туризм виступає як форма міжнародних відносин, що сприяє розвитку політичних і культурних контактів. Крім того, це вид економічної діяльності та потужна галузь економіки. Відповідно для державних службовців туризм – це об'єкт управління. Водночас, для учених різних галузей науки туризм – це об'єкт дослідження.

7.3. Дослідження потенційного туристичного ринку споживачів

У фаховій літературі існує чимало визначень туристичного ринку. Це і «сфера реалізації туристичного продукту...», і «форма організації споживання...», «система зв'язків...» і «...явища, що об'єднує попит і пропозицію...», «система економічних відносин...» та ін. Часом ринок визначають як місце, де зустрічаються попит і пропозиція.

Якщо звернутися до суті, то в усіх визначеннях, попри їхні зовнішні відміни, присутнє дещо спільне, що й становить суть туристичного ринку:

- туристичний ринок має певні територіальні межі, але водночас, не є ізольованим, оскільки взаємодіє з іншими ринками;
- товаром на туристичному ринку визнається туристичний продукт;
- попит і пропозиція щодо туристичного продукту, який пропонується на ринку, досить мінливі;
- в умовах зростання конкуренції попит і пропозиція на туристичному ринку постійно прагнуть до збалансованості.

Зважаючи на сказане, туристичний ринок можна визначити як форму організації споживання туристичного продукту, за умов якої на певній території попит і пропозиція прагнуть до збалансованості.

Попит – це обсяг туристичного продукту, який споживачі хочуть і можуть купити за певною ціною упродовж певного періоду часу. Отже, попит, як визначають економісти, – це платоспроможна потреба; інакше кажучи, потреба, яку суб'єкт спроможний оплатити. Пропозицією вважається обсяг туристичного продукту, який виробники хочуть і можуть запропонувати на туристичному ринку за певною ціною упродовж певного періоду часу.

Зі сказаного випливає дуже суттєве запитання – а що ж, власне, є туристичним продуктом? Відповідаючи, звернемо увагу на те, що туристичний ринок ще називають ринком туристичних послуг. І це не випадково. Адже характерною ознакою туристичного ринку є переважання (80–85 % усього

обсягу продажів на розвинених туристичних ринках) туристичних послуг над туристичними товарами.

Саме тому й вважається, що в основі виокремлення туристичного ринку лежить туристична послуга. Зауважимо, що послуга – це дії, результат яких споживається в процесі їх надання. Послуги – це результат економічної діяльності, що не підлягає продажу окремо від процесу їхнього виробництва. Момент завершення виробництва послуги збігається з моментом надання її споживачеві.

Туристичні послуги за значенням у процесі подорожування поділяються на основні, без яких туристична подорож є неможливою; додаткові, які сприяють комфортності подорожування і, за потреби, надаються в місці перебування; супутні, які підвищують ефективність подорожі.

Основні туристичні послуги регламентуються угодою на туристичне обслуговування, що гарантує їхнє обов'язкове надання туристу в місці відпочинку. Зазвичай, їх можна об'єднати в чотири обов'язкові складові – послуги перевезення (транспортування), трансферу, розміщення і харчування.

Додаткові туристичні послуги охоплюють медичні, торговельні, інформаційні, банківсько-фінансові, спортивно-оздоровчі тощо). До супутніх туристичних послуг належать виробництво та реалізація сувенірів і туристичного спорядження, облаштування пляжів, оглядових майданчиків, реставрація пам'яток тощо.

Туристичні послуги в процесі споживання доповнюються туристичними товарами різного призначення, які, на відміну від послуг, є матеріальними об'єктами.

До таких належать туристичні сувеніри, поліграфічна продукція інформаційно-довідникового характеру (картосхеми та плани, буклети, листівки, довідники та ін.), туристське спорядження й товари для відпочинку тощо. Крім послуг і товарів, подорожуючі споживають також туристичні блага – створені природою або людиною. До них належить, власне, те, заради чого, здебільшого, й здійснюється подорож – сонце, море, ліс, пам'ятки культури,

історії тощо. Саме комплекс туристичних послуг, благ і товарів, що забезпечують реалізацію мети подорожі, є туристичним продуктом.

Оскільки більша частка в туристичному продукті припадає на туристичні послуги, варто звернути увагу на їхні специфічні особливості. Зазвичай, вони зводяться до чотирьох «НЕ»:

- нерозривність виробництва та споживання;
- невідчутність;
- неможливість накопичення та зберігання;
- неоднорідність і мінливість якості.

Нерозривність виробництва та споживання (невіддільність від джерела послуги) означає, що на відміну від товару (продукти, одяг тощо), який у матеріальному вигляді може існувати далеко від місця виробництва, послуга нерозривна з її виробництвом і споживанням. Адже виробництво туристичних послуг пов'язане з наявністю туристичних ресурсів (благ), які здебільшого не можуть бути переміщені – пейзаж, певний клімат, лікувальні джерела, пам'ятники матеріальної та духовної культури та інше, що, власне, й приваблює туристів. Крім того, для обслуговування туристів створюються підприємства індустрії туризму, які, зазвичай, також не мобільні. Оскільки так, то надати послугу (розміщення, транспортування, екскурсійну або розваг) можливо лише тоді, коли клієнт з'являється в місці виробництва послуги. Послуга одночасно виробляється та споживається.

Отже, на відміну від звичайних товарів, туристичний продукт не доставляється до покупців. Навпаки, самі покупці (туристи) доставляються до місця призначення, щоб там отримати зарезервований туристичний продукт. Це й визначає специфіку експорту та імпорту в туризмі. Пригадаймо, слово «експорт» із латинської означає «вивозити» (лат. *exportare*), а «імпорт» (лат. *importare*) – «ввозити». Однак у міжнародному туризмі під експортом розуміють прийом іноземних туристів у своїй країні, під імпортом – відправлення туристів зі своєї країни за кордон. Звідси й дещо незвичне словосполучення – експортні прибутки від іноземних туристів.

Невідчутність послуги означає неможливість сприйняти її на дотик, потримати, оскільки, здебільшого, послуга не має матеріального виразу. Вона не існує до того, як безпосередньо починає реалізовуватись. Отже, її неможливо продемонструвати, побачити і транспортувати. Тому часом і кажуть, що продаж туристичної путівки нагадує продаж мрії. Адже застосувати відому приказку «Бачили очі, що купували» в туризмі не вдається. Єдине, що можна зробити на ринку послуг, – це порівняти обіцяне до подорожі з власними враженнями після неї.

Щоб зміцнити довіру потенційних туристів і стабілізувати ринок, виробники намагаються підвищити її «матеріальність», зробити видимою свою продукцію. Саме з цією метою організовується рекламна діяльність: випуск буклетів, брошур, каталогів, фільмів та іншої аудіовізуальної продукції, зокрема сайти в Інтернеті, проведення конкурсів або шоу із запрошенням відомих людей тощо.

Проте навіть за таких умов клієнтам доводиться лише вірити на слово туристичному агенту, сподіваючись на порядність фірми, до якої вони звернулися. Втім, варто пам'ятати, що навіть продемонстрована на відео послуга в реальності не буде абсолютно саме такою. Причиною цього є така особливість туристичної послуги, як неоднорідність і мінливість.

Неоднорідність і мінливість якості послуги пов'язана з тим, що переважна більшість послуг не має масового, конвеєрного характеру. Послуга завжди має індивідуальні риси, оскільки це «штучний товар». На якості послуги позначається не тільки рівень кваліфікації, але й час і місце надання, психологічні особливості, навіть стан здоров'я та настрої виробника послуги. Особисті властивості споживача також впливають на оцінку якості отриманої послуги. Адже одна й та сама послуга неоднаково може сприйматися різними споживачами. Для того, щоб максимально знівелювати негативний вплив даної особливості, в туристичному бізнесі поширена практика дотримання стандартів і розробка власного фірмового знаку якості – бренду.

Наслідком вище вказаних ознак туристичної послуги є така її особливість як неможливість накопичення та зберігання. Тобто послуги не можуть бути збережені на складах для подальшого продажу за умов зростання попиту. Адже вони не мають матеріального виразу і до того ж невіддільні від джерела послуги. Тому в практиці туризму широко використовується система попереднього замовлення на послуги.

В умовах зростання конкуренції попит і пропозиція на туристичні послуги (туристичний продукт) постійно прагнуть до збалансованості. Однак ситуація на ринку, коли попит і пропозиція на туристичний продукт урівноважені, не може утримуватися тривалий час. Надто багато існує чинників, що порушують цю рівновагу (див. Розділ 4). Постійна зміна ринкової ситуації спричинює потребу забезпечення її постійного моніторингу. Адже в туристичному бізнесі ігнорування ринкової ситуації може дуже дорого коштувати. І, навпаки, врахування ситуації на ринку – додатковий вагомий шанс досягти успіху.

Дослідження туристичного ринку є необхідною умовою для прийняття правильних обґрунтованих рішень на будь-якому з рівнів управління: місцевому, національному, регіональному, світовому. Кожне підприємство туристичної сфери, незалежно від його масштабів, країни та регіону діяльності, не може розраховувати на тривалий успіх, досягнення бажаних результатів без дослідження туристичних ринків.

Ситуація на ринку туристичних послуг є складовою загальної економічної ситуації, а часом значною мірою визначається нею. Тому дослідження ринку туристичних послуг не можливе без аналізу загальноекономічної ситуації, тобто стану світового господарства в цілому або економіки окремої країни за певний проміжок часу. При дослідженні загальноекономічної ситуації досліджується цілий комплекс таких показників економіки, як-от валовий внутрішній продукт, інвестиції, коливання курсів валют і акцій, зміни внутрішньої та зовнішньої торгівлі тощо.

Утім, ринок туристичних послуг тісно пов'язаний не лише із загальноекономічною ситуацією. Так само він перебуває в тісному взаємозв'язку зі станом і розвитком інших ринків – інвестицій, цінних паперів, праці. Це означає, що не можна автоматично переносити на ринок туристичних послуг тенденції в загальноекономічній ситуації. Так само не можна тенденції на інших, навіть суміжних ринках, механічно переносити на ринок туристичних послуг.

Основна мета вивчення туристичного ринку – дати оцінку його стану за визначений період, виявити основні його закономірності й тенденції, щоб з'ясувати перспективи подальшого розвитку ринку. З огляду на це, дослідження туристичного ринку передбачає такі етапи робіт:

- визначення об'єкта дослідження (світовий ринок, регіональний тощо);
- визначення переліку показників економічної ситуації на ринку;
- формування інформаційної бази;
- аналіз і оцінка економічної ситуації на ринку;
- визначення закономірностей і тенденцій у коливаннях ситуації на ринку;
- визначення перспектив подальшого розвитку ринку (прогноз);
- підготовка огляду (довідки) стану туристичного ринку.

Завдання для самостійного контролю

1. Пояснити основні методи психографії.
2. Навести приклади виняткової особливості туризму, що засвідчує його суспільну значимість.
3. Дати визначення основних та додаткових туристичних послуг.
4. Дослідити потенційний туристичний ринок споживачів України.
5. Обґрунтувати основні етапи дослідження туристичного ринку.

ТЕМА 8. ПОРЯДОК ЛІЦЕНЗУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА СЕРТИФІКАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

8.1. Ліцензування в туризмі

Метою ліцензування туристичної діяльності є створення рівних можливостей для туроператорів і турагентів на ринку туристичних послуг, захист навколишнього середовища і законних інтересів громадян, підвищення загального рівня туристичних послуг.

Будь-який СТД (суб'єкт туристичної діяльності) не має права називатися «туроператором» до отримання ліцензії, а також мати назву що вже існує і зареєстрованого раніше іншого суб'єкта підприємницької діяльності.

Відповідно до Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» ліцензуванню підлягає: туроператорська діяльність – виключна діяльність з організації та забезпечення створення туристичного продукту, реалізації та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг (тільки юридичні особи).

Плата за ліцензію здійснюється після того, як прийнято рішення про видачу ліцензії – 1 мінімальна заробітна плата на момент прийняття рішення про видачу ліцензії. Плата за видачу кожної копії ліцензії (для підрозділів, філій, офісних приміщень) – 1 неоподаткований мінімум доходів громадян.

Для отримання ліцензії на туроператорську діяльність подаються такі документи:

- заява про видачу ліцензії на бланку встановленої форми;
- виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців (оригінал жовтого кольору, який поверненню не підлягає, не «Витяг», а «Виписка»);
- нотаріально засвідчена копія довідки з банківської або іншої кредитної установи про підтвердження фінансового забезпечення відповідальності

суб'єкта господарювання у розмірі, визначеному ст. 15 Закону України «Про туризм» (банківська гарантія);

- копія договору зі страховою компанією про обов'язкове страхування (медичне та від нещасного випадку) туристів, що здійснюють туристичні подорожі (страхування туристів як за кордоном, так і Україною, кожний аркуш завірений підписом керівника «Згідно з оригіналом» та печаткою);
- відомості за підписом заявника – суб'єкта господарювання про наявність власного або орендованого службового приміщення (офісу).

Документи подаються керівником суб'єкта господарювання (при наявності посвідчення особи, напр. паспорт), довіреною особою (при собі мати доручення з підтвердженням повноважень. Ліцензію одержує керівник суб'єкта господарювання, а в разі його відсутності – уповноважений ним представник за наявності доручення з підтвердженням повноважень.

8.2. Сертифікація та стандартизація в туризмі

Правила сертифікації туристичних, готельних і послуг громадського харчування розроблені Українським науково-дослідним інститутом стандартизації, сертифікації і метрології ще в 1997-1998 рр. і затверджені Держстандартом України в 1999 році.

Сертифікація товарів, робіт і послуг у сфері туризму здійснюється з метою:

а) запобігання реалізації товарів, робіт і послуг, небезпечних для життя і здоров'я людей, майна і навколишнього середовища;

б) сприяння споживачам у виборі найбільш відповідних послуг, робіт і товарів;

в) забезпечення охорони навколишнього середовища і природних ресурсів, а також екологічної безпеки;

г) гармонізації національних стандартів з міжнародними в частині вимог до якості туристичних послуг і до об'єктів відвідин, взаємодії туроператорів.

Держкомстандартом України затверджено національні стандарти:

а) ДСТУ 4268 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги»;

б) ДСТУ 4269 «Послуги туристичні. Класифікація готелів».

Відповідно до Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» стандартизація у сфері туризму спрямована на:

а) захист інтересів споживачів і держави в частині забезпечення безпеки туризму, життя і здоров'я людей, охорону майна і навколишнього середовища;

б) класифікацію туристичних ресурсів України, їх охорону і встановлення граничних навантажень на об'єкти туризму і навколишнє середовище;

в) підвищення якості послуг, робіт і товарів;

г) забезпечення безпеки об'єктів туристичних відвідин;

д) уніфікацію послуг і товарів, спрямовану на їх сумісність і взаємозамінність;

е) створення нормативної бази систем стандартизації і сертифікації послуг, робіт і товарів.

8.3. Порядок надання туристичних послуг

Порядок надання туристичних послуг регулюється законодавством України, а саме Законом України «Про туризм» в редакції від 9 лютого 2012 р. № 4385-VI. Згідно з ним туристичні підприємства повинні інформувати споживачів про умови надання туристичних послуг.

Будь-яка інформація, надана туроператором (турагентом), повинна містити достовірні відомості про умови договору на туристичне обслуговування.

Інформація про умови надання туристичних послуг, яку туроператор (турагент) поширює до укладення договору на туристичне обслуговування, має доводитися у доступній, наочній формі, бути розбірливою, зрозумілою та містити відомості про:

- місце надання туристичних послуг, програму туристичного обслуговування;
- характеристику транспортних засобів, що здійснюють перевезення, зокрема їх вид і категорію;
- характеристику готелів та інших об'єктів, призначених для надання послуг з тимчасового розміщення;
- види і способи забезпечення харчування під час туристичної подорожі;
- мінімальну кількість туристів у групі, а також інформування туриста про те, що туристична подорож не відбудеться через недобір групи, не пізніше ніж за три дні до початку туристичної подорожі;
- ціну туристичних послуг.

До укладення договору на туристичне обслуговування споживачеві туристичного продукту надається інформація про:

- 1) основні вимоги до оформлення в'їзних/виїзних документів, у тому числі строк їх оформлення;
- медичні застереження стосовно здійснення туристичної подорожі;
- туроператора (турагента), його місцезнаходження, поштові реквізити, контактний телефон, наявність ліцензії на провадження туристичної діяльності, сертифікатів відповідності та інші відомості відповідно до законодавства про захист прав споживачів;
- керівника групи та засоби зв'язку з ним у разі здійснення туристичної подорожі за кордон чи перебування за кордоном неповнолітньої та/або малолітньої особи з метою встановлення законними представниками неповнолітньої або малолітньої особи прямого зв'язку з нею;
- час та місце проміжних зупинок і транспортних сполучень та категорію місця, яке споживач займатиме в певному виді транспортного засобу;
- види і тематику екскурсійного обслуговування, порядок здійснення зустрічей і провідів, супроводу туристів;
- стан навколишнього природного середовища, санітарного та епідеміологічного благополуччя;

- назву, адресу та контактний телефон представництв туроператора або організації (організацій), уповноваженої туроператором на прийняття скарг і претензій туристів, а також адреси і телефони дипломатичних установ України у країні (місці) тимчасового перебування або місцевих служб, до яких можна звернутися у разі виникнення труднощів під час туристичної подорожі;
- порядок забезпечення туроператором обов'язкового та/або добровільного страхування туристів, розмір, порядок і умови виплати страхового відшкодування, а також можливість та умови добровільного страхування витрат, пов'язаних з розірванням договору на туристичне обслуговування за ініціативою туриста, страхування майна;
- розмір фінансового забезпечення туроператора (турагента) на випадок його неплатоспроможності (банкрутства) та кредитну установу, яка надала таке забезпечення.

Договір на туристичне обслуговування – є основним документом, який з правової точки зору регламентує відносини між покупцем (туристом) і продавцем (туристичним підприємством).

У договорі на туристичне обслуговування зазначаються істотні умови договору:

- строк перебування у місці надання туристичних послуг із зазначенням дат початку та закінчення туристичного обслуговування;
- характеристика транспортних засобів, що здійснюють перевезення, зокрема їх вид і категорія, а також дата, час і місце відправлення та повернення (якщо перевезення входить до складу туристичного продукту);
- готелі та інші аналогічні засоби розміщення, їх місце розташування, категорія, а також відомості про підтвердження відповідності послуг готелю встановленим вимогам, строк і порядок оплати готельного обслуговування;
- види і способи забезпечення харчування;

- мінімальна кількість туристів у групі (у разі потреби) та у зв'язку з цим триденний строк інформування туриста про те, що туристична подорож не відбудеться через недобір групи;
- програма туристичного обслуговування;
- види екскурсійного обслуговування та інші послуги, включені до вартості туристичного продукту;
- інші суб'єкти туристичної діяльності (їх місцезнаходження та реквізити), які надають туристичні послуги, включені до туристичного продукту;
- страховик, що здійснює обов'язкове та/або добровільне страхування туристів за бажанням туриста, інших ризиків, пов'язаних з наданням туристичних послуг;
- правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування та перебування там;
- вартість туристичного обслуговування і порядок оплати;
- форма розрахунку.

Туроператор несе перед туристом відповідальність за невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування, крім випадків, якщо:

- невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування сталося з вини туриста;
- невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування сталося з вини третіх осіб, не пов'язаних з наданням послуг, зазначених у цьому договорі, та жодна із сторін про їх настання не знала і не могла знати заздалегідь;
- невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування сталося внаслідок форс-мажорних обставин або є результатом подій, які туроператор (турагент) та інші суб'єкти туристичної діяльності не могли передбачити.

8.4. Ліцензування та сертифікація транспортних перевезень

Транспортну ліцензію (на внутрішні та міжнародні перевезення) видає Міністерство інфраструктури України. Термін дії ліцензій – 5 років.

Однією з умов отримання будь-якої транспортної ліцензії є наявність укладеного договору з АТП, згідно якого перед відправленням у рейс необхідно проводити технічний огляд автомобіля, а водій повинен проходити медичний огляд.

Наступною умовою отримання транспортної ліцензії є наявність двох страховок: страхування громадянсько-правової відповідальності страхування від нещасних випадків на транспорті.

Для отримання ліцензії на міжнародні перевезення додатково потрібен документ, який підтверджує проходження водіями курсів міжнародних перевізників. Транспортні засоби повинні відповідати вимогам безпеки, охорони праці та екології, державним стандартам, мати відповідний сертифікат.

Порядок проведення сертифікації товарів, робіт, послуг на транспорті визначає Кабінет Міністрів України.

8.5. Категорії закладів готельного та ресторанного господарства

Сертифікація готельних послуг з 2013р. є обов'язковою.

Порядок проведення сертифікації включає наступні етапи:

- подання заявки на сертифікацію опитувальної анкети;
- прийняття рішення за заявкою і визначення схеми сертифікації (від обраної схеми сертифікації залежить обсяг робіт і термін дії сертифікату відповідності);
- попередня оцінка процесу надання послуг;
- проведення перевірки й оцінки послуг;
- аналіз одержаних результатів і ухвалення рішення про можливість видачі сертифікату відповідності та укладання ліцензійної угоди;

- реєстрація сертифіката відповідності в Реєстрі системи, підписання ліцензійної угоди;
- технічний нагляд за сертифікованими послугами.

8.6. Правила проведення екскурсійної діяльності

Екскурсійні послуги можуть надаватися суб'єктами підприємницької діяльності:

- 1) юридичними та фізичними (гіді-перекладачі та екскурсоводи) особами – фахівцями туристичного супроводу, які отримали на це дозвіл;
- 2) особами – працівниками підприємств, установ чи організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування і які обіймають відповідні посади. Останні надають екскурсійне обслуговування лише на цих об'єктах відвідування.

Дозвіл на проведення екскурсійної діяльності можуть отримати й інші громадяни України, які знають та захистили екскурсії містом відповідно до вимог чинного законодавства.

Екскурсоводи, гіді-перекладачі, методисти екскурсійної справи повинні раз на три роки проходити підвищення кваліфікації та атестацію згідно з вимогами чинного законодавства.

Підставою для проведення екскурсійної діяльності є наявність дозволу та комплекту документів відповідно до вимог міждержавного стандарту «Проектування туристичних послуг», зокрема:

- технологічної карти (методичної розробки) екскурсії;
- контрольного тексту екскурсії;
- матеріалів «Портфеля екскурсовода»;
- схеми маршруту екскурсії.

Для проведення екскурсійної діяльності організатори повинні мати:

- договори з транспортними підприємствами (при здійсненні транспортних екскурсій);

- договори з закладами культури та розваг (музеями, заповідниками, театрами, спортивними закладами тощо);
- прейскурант цін на екскурсійні послуги.

Екскурсійне обслуговування має включати організацію подорожей, що не перевищують 24 годин, у супроводі фахівця-екскурсовода за заздалегідь складеними маршрутами з метою ознайомлення з пам'ятками історії, культури, природи, музеями, з визначними місцями тощо.

Екскурсоводами можуть працювати особи, які мають вищу базову (бакалавр) або повну вищу (спеціаліст, магістр) освіту та відповідний диплом чи посвідчення (сертифікат) про спеціальну підготовку екскурсовода.

Завдання для самостійного контролю

1. Надати визначення ліцензуванню відповідно до Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм».
2. Розглянути особливості заповнення заяви про видачу ліцензії.
3. Перерахувати цілі сертифікації товарів, робіт і послуг у сфері туризму.
4. Скласти договір на туристичне обслуговування, за основними істотними умовами.
5. Ознайомитися з вимогами до категоризації готельних послуг.

ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Туризм як сфера господарської діяльності.
2. Основні поняття та визначення в туризмі.
3. Функції туризму в суспільстві.
4. Умови розвитку туризму.
5. Туристичний продукт та його складові.
6. Сегментація ринку туристичних послуг.
7. Туристичні ресурси та їх різновиди.
8. Споживачі й виробники туристичних послуг.
9. Передумови розвитку туризму в регіоні.
10. Мотивація та потреби споживачів у туризмі.
11. Класифікація туризму.
12. Класифікація маршрутів та турів.
13. Класифікація туристичного обслуговування.
14. Класифікація туристичних підприємств.
15. Типи туристів.
16. Статистика туризму.
17. Метрологічна структура туризму.
18. Мультиплікаційний ефект туризму.
19. Сталий розвиток туризму та дестинацій.
20. Періодизація світового туризму.
21. Туристична справа в Україні.
22. Розвиток туризму на сучасному етапі.
23. Міжнародні туристичні організації та співробітництво в галузі туризму.
24. Туристична політика: визначення та значення.
25. Всесвітня туристична організація.
26. Туристичні прибуття: їх структура.
27. Інтеграція та глобалізація в туризмі

28. Структура управління туристичною сферою в Україні.
29. Установи та організації управління туризмом в Україні.
30. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму.
31. Програми розвитку туризму.
32. Організаційно-правовий механізм регулювання туристичної діяльності.
33. Соціальний механізм регулювання.
34. Економічний механізм регулювання.
35. Екологічний механізм регулювання.
36. Транскордонне співробітництво.
37. Ліцензування в туризмі.
38. Сертифікація та стандартизація в туризмі.
39. Порядок надання туристичних послуг.
40. Правила проведення екскурсійної діяльності.
41. Ліцензування та сертифікація транспортних перевезень.
42. Сертифікація закладів готельного та ресторанного господарства.
43. Безпека в туризмі.
44. Багатостороння міжнародна туристична співпраця.
45. Інновації в туризмі.

ЗАКЛЮЧЕННЯ

Навчальний посібник являє собою короткий виклад теоретичних основ туризму. В посібнику розкриваються теми «Сутність туризму та його різновиди», «Основні соціально-економічні категорії туризму», «Туристські послуги», «Туристична індустрія», «Світова і національна туристична політика, механізми регулювання туризму», «Безпека в туризмі», «Туризм та інші галузі знань», «Порядок ліцензування туристичної діяльності та сертифікація туристичних послуг», даються визначення основних понять і термінів, якими оперує туристична галузь, пропонується концепція підготовки менеджера туризму. Наприкінці кожного розділу подано завдання для самостійного контролю, за допомогою яких можна повторити та закріпити знання, набуті після ознайомлення з темою.

Поданий перелік спеціальної туристичної літератури та її практичного застосування. Навчальний посібник містить короткий словник туристичної термінології.

Посібник пропонується для студентів початкових курсів закладів вищої освіти туристичного профілю та широкого кола читачів, яких цікавлять проблеми розвитку туризму та підготовка кадрів для туристичної галузі.

СЛОВНИК ТУРИСТИЧНИХ ТЕРМІНІВ

Автосафарі-туризм – один з різновидів туризму, який має на меті відвідання важкодоступних та незаселених районів країн світу.

Агентський договір – вид договірних відносин у підприємницькій діяльності, згідно з яким одна сторона (агент) зобов'язується за винагороду здійснити за дорученням іншої сторони (принципала) юридичні та інші дії від свого імені, але за рахунок принципала: а) за угодою, укладеною агентом з третьою особою від імені і за рахунок принципала, набуває права і стає зобов'язаним агент, хоча принципал і був названий в угоді або вступив з третьою особою в безпосередні відносини щодо її виконання; б) за угодою, укладеною агентом з третьою особою від імені та за рахунок принципала, права та обов'язки виникають безпосередньо у принципала. У туристичній діяльності як принципал виступає туроператор, а як агент – турагент.

Агентські (конфіденційні) тарифи – ціни на готельні послуги, що пропонуються для реалізації турагенту і виражаються у вигляді процентних знижок від опублікованих тарифів.

Активний туризм – вид подорожі, пов'язаний з активними способами пересування маршрутом, використовуваний людиною в рекреаційних та спортивних цілях.

Активні туристи – різнорідна (гетерогенна) група, що об'єднує представників різних соціальних прошарків і характеризується середнім рівнем прибутків (технічні працівники, висококваліфіковані робітники, службовці та ін). Відрізняються збалансованістю особистих потреб і економічності.

Анімація – комплекс туроперейтинга з розробки й надання спеціальних програм проведення вільного часу – досить часто проявляється в організації розваг і спортивного проведення дозвілля (додаткових анімаційно-сервісних програм) готелями, ресторанами, компаніями з надання транспортних послуг: спортивні ігри, змагання, танцювальні вечірки, карнавали, хобі, заняття, які входять у сферу духовних інтересів.

Апарт-готель має номерний фонд від 100 до 400 кімнат з умовами, аналогічними до мебльованих кімнат, за цінами, що залежать від сезону та варіантів самообслуговування. Такі готелі орієнтовані в основному на бізнесменів і сімейних туристів, які приїжджають надовго.

Балунінг – катання туристів на повітряних кулях (теплових аеростатах, теплових повітряних кулях), прогулянка, подорож на них.

Бальнеологія – розділ культурології, що вивчає мінеральні води та їх лікувальні властивості

Бізнес-тур – тип подорожі, який необхідний діловим людям і, можливо, вимагає особливого сервісу, наприклад, кімнати для переговорів, послуг секретарів.

Блок-чартер – чартер, що обумовлює оренду певної частини транспортного засобу на один або декілька регулярних рейсів.

Ботель – готель на воді, який передбачає можливість використання різноманітних плавальних засобів для розміщення туристів.

Бунгало – будинок у вигляді легкої споруди з верандою.

В'їзний туризм – подорожі в межах країни осіб, які не проживають у ній постійно, з туристичними цілями без заняття оплачуваної діяльності з місцевого джерела.

Ваучер туристський – документ, виданий туристської або транспортною фірмою на підтвердження того, що турист оплатив конкретні види послуг: проживання в готелі, харчування, екскурсійне обслуговування, проїзд на транспорті і т.д., – що є підставою для отримання цього обслуговування. На підставі ваучера проводиться врегулювання взаєморозрахунків між приймаючої і спрямовуючої сторонами. Форма ваучера визначається зазначеними вище сторонами. Ваучер встановлює право туриста на послуги, що входять в турпакет, і підтверджує факт їх надання.

Внутрішній туризм – туризм всередині країни. Подорожі в межах України громадян, які постійно проживають в Україні. Особливістю внутрішнього туризму є тимчасовий виїзд громадян конкретної країни з

постійного місця проживання для відпочинку, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом та інших туристичних цілей. Здійснюється тільки в межах національних кордонів цієї країни. Використовується для визначення туризму резидентів в межах власної країни. У міжнародних розрахунках і статистиці внутрішній туризм може належати до визначення діяльності і витрати на туризм і нерезидентів в даній країні. Внутрішній туризм не є окремою сферою, а пов'язаний з усіма іншими секторами національного життя.

Гарантоване резервування – це бронювання зі спеціальним підтвердженням готелю про те, що він гарантує клієнту отримання замовленого ним номера.

Готелі в центрі міста – зазвичай, це висотні споруди із закритою стоянкою для автомобілів у самому готелі або поруч з ним.

Готелі на воді – плавальні засоби, які обладнано під готель для розміщення та відпочинку туристів на березі моря, річки або озера.

Готелі на околиці міст і в аеропортах – як правило, споруди мало- або середньоповерхові з відкритою стоянкою для автомобілів, закладами відпочинку та розваг, банкетними залами, залами для конференцій, нарад.

Готель – підприємство, потужність якого становить не менше 10 місць (номерів), яке гарантовано може забезпечити послуги розміщення й харчування (в обсязі не менше сніданку) та надати інші послуги за заздалегідь обумовлену плату.

Готель високого класу має від 400 до 2000 номерів. Як правило, такий готель розміщується в межах ділового центру міста, пропонує широкий набір послуг, має висококваліфікований персонал, пропонує послуги за цінами вище середнього рівня і орієнтований на бізнесменів, індивідуальних туристів, учасників конференцій.

Готель економічного класу може мати номерний фонд від 10 до 150 кімнат, розміщується поблизу центра міста, має невеликий штат персоналу, пропонує невисокі ціни при сучасних, добре обладнаних кімнатах, але без послуг харчування.

Готель середнього рівня може мати різні розміри залежно від місцеположення, максимально використовує сучасні технології для зниження експлуатаційних витрат. Відповідно, ціни в таких готелях утримуються на середньому в регіоні рівні.

Готель типу кондомініум (тайм-шер). Його розмір може коливатися від 50 до 250 кімнат, можуть бути окремі споруди на 4-5 кімнат. Має номери типу квартир і спортивні споруди аналогічні курортним.

Готель-люкс – має від 100 до 400 номерів, розташовується, як правило, у центрі міста, характеризується високим рівнем обслуговування, кваліфікації персоналу, ціною, має вишукане оздоблення приміщень, розрахований на знавців, пропонує елітарні послуги для гостей, в основному керівників великих підприємств, професіоналів, учасників конференцій тощо.

Груповий туризм – вид туризму, при якому туристську подорож здійснюють групи людей (в тому числі і сім'ї) за індивідуальним планом або за планом туристичної фірми, що включає визначення районів відвідування, тривалість зупинок, умов ночівлі тощо.

Екскурсант – тимчасовий відвідувач, що перебуває в країні відвідування менше 24 годин; поняття Е. включає круїзних мандрівників, але виключає транзитних пасажирів.

Екскурсійний пункт – поселення з невеликим культурно-історичним потенціалом спеціалізованої тематики і мінімальним набором необхідних інфраструктурних об'єктів, що забезпечують надання спеціалізованих екскурсійних послуг.

Зелена картка – це система міжнародних угод про обов'язкове страхування громадянської відповідальності автовласника. Свою назву вона отримала за кольором і формою страхового полісу.

Інтенсив-туризм – різновид ділового туризму, тобто туристичні поїздки (зазвичай групові), що надаються адміністрацією підприємств і установ своїм співробітникам на виключно пільгових умовах або безкоштовно як премії за високі виробничі показники.

Караванінг – поширений вид автомобільного туризму на каравані або автомобілі типу «будинок на колесах» зі спеціально обладнаним для житла кузовом або причепом.

Караванний туризм – вид автотуризму, при якому в якості засобу розміщення використовується самохідний або причеплюваний до автомобіля фургон (караван).

Кемпінги – табори для автотуристів, які служать для ночівлі або нетривалого відпочинку.

Кемпінги, туристські бази, хатини (хижі) – засоби розміщення, які розташовуються в мальовничих місцевостях відпочинку туристів і мають всі необхідні зручності.

Керівник організованої групи дітей – відповідальна особа, призначена організатором перевезення дітей для їх супроводження.

Керівник туристської групи – особа, що є представником суб'єкта туристичної діяльності і виступає від його імені.

Маркетинг – включає систему управління та організації діяльності підприємств, які надають окремі послуги (розміщення, харчування, організація дозвілля тощо) або їх комплекс щодо розробки нових, більш ефективних видів туристично-екскурсійних послуг, їх виробництва та збуту з метою отримання прибутку на основі підвищення якості продукту (послуг) і урахування процесів, які відбуваються на світовому туристичному ринку.

Маркетинг у туризмі – діяльність, спрямована на задоволення потреб різних категорій населення в тому чи іншому виді рекреаційно-туристських послуг, вивчення ринку останніх; фізичне переміщення товару та послуг від виробника (туроператор, турфірма тощо) до споживача (рекреант).

Маршрут замкнений – шлях прямування із транспортуванням туристів до місця призначення і назад тим самим видом транспорту.

Маршрут кільцевий – шлях подорожі, який починається і закінчується в тому самому географічному пункті перебування.

Маршрут лінійний – шлях прямування, початок і закінчення якого припадають на різні географічні пункти перебування.

Маршрут похідний – тур з обов'язковою участю в багато добових туристичних походах з різними активними способами пересування, тривалість яких становить не менше 25 % від тривалості туру.

Маршрут радіальний – шлях прямування, під час якого турист перебуває на туристичній базі (готелі), реалізуючи програму походів та екскурсій з одного туристичного центру (базу).

Маршрут туристичний самодіяльний – шлях прямування групи туристів, мандрівників, який розробляється і організовується туристами самостійно. Туристи самі забезпечують його матеріальну базу, добровільно й самостійно здійснюють господарсько-побутове й туристичне обслуговування.

Маршрутизація– розробка та впровадження нового туристичного маршруту, що є складовою туристичного продукту, туру та однією з важливих функціональних складових туроперейтингової діяльності.

Міжнародний туризм – подорожі за межами своєї рідної країни.

Міжнародний туристичний ваучер – унікальна система, яка вперше поєднала ваучер з офіційним платіжним документом у якості його інтегральної частини. Цей ваучер має такі переваги: гарантія отримання комісійних наперед; зменшення витрат при обміні валюти; скорочення паперової роботи та забезпечення бронювання навіть залізничних квитків.

Мотель, або готель, для туристів, які подорожують автомобілем, має розмір від 150 до 400 кімнат. Розташований, зазвичай, у приміській зоні, на автошляхах, при в'їзді в місто.

Організатор туру – приватна особа (іноді турагент) або організація, які збирають групу туристів для участі в турі (часто цільового призначення), що пропонує будь-яка туристська фірма.

Організований туризм – подорож одного туриста чи групи туристів за точним маршрутом і регламентом, встановленим туристичною фірмою. При цьому туристи і туристська фірма пов'язані між собою взаємними вимогами і

зобов'язаннями. Путівки на подібні тури реалізуються зазвичай на умовах попередньої оплати.

Пекідж-тур – будь-який тур (індивідуальний або груповий), що складається з деякого набору послуг (перевезення, розміщення, харчування, екскурсії тощо), загальна продажна вартість якого дорівнює сумі вартості його елементів.

Програма туристичної подорожі– план заходів із зазначенням днів (дат) і часу перебування в пунктах зупинки на маршруті в готелі, режиму харчування, порядку відвідування місць туристичного інтересу з метою їх огляду (екскурсії), проведення розважальних, спортивних заходів, який супроводжується характеристикою пересування на маршруті за допомогою вказаних у програмі внутрішньо маршрутних транспортних засобів.

Проїзний документ груповий – проїзний документ, оформлений для проїзду осіб, що прямують у складі організованої групи.

Проїзний документ дитячий – проїзний документ, оформлений для дитини з установленою законодавством знижкою.

Проїзний документ пільговий – проїзний документ, оформлений для особи, що має право на пільги з оплати вартості проїзду на підставі законодавства, та оформлений з відповідною знижкою вартості проїзду чи безплатно (безкоштовно).

Проїзний документ повний – проїзний документ, оформлений для проїзду дорослого пасажера за повну вартість відповідно до затверджених тарифів.

Регіональний аналіз туристичного ринку– економіко-географічний аналіз факторів регіонального розвитку, який використовується для пізнання закономірностей і особливостей розвитку туризму в конкретних районах.

Резервування місць – виділення на певний час місць на підставі разового замовлення або договору, за заявками юридичних та фізичних осіб з подальшим оформленням проїзних документів у спеціалізованій касі.

Рекреаційна діяльність – індивідуальна (сімейна) або колективна форма організації відпочинку, спрямована на відновлення фізичних та духовних сил.

Рекреаційно-туристське природокористування – цілісна система відносин людина (суспільство) – довкілля (природа), які складаються на певному етапі суспільного розвитку в процесі вивчення, освоєння, використання, перетворення, охорони та відтворення природно-ресурсного потенціалу території (акваторії, аероторії) задля задоволення індивідуальних і суспільних рекреаційних потреб.

Рекреаційно-туристський потенціал – сукупна продуктивність розвіданих природних ресурсів та культурних цінностей території, які можуть бути мобілізовані, використані з рекреаційною метою: з метою відпочинку, лікування, туризму.

Референс – це підтвердження Міністерством закордонних справ України, видане суб'єкту туристичної діяльності України, про те, що його закордонні партнери (за угодами) будуть мати візову підтримку консульських установ України за кордоном при їх зверненні щодо оформлення туристичних віз іноземцям для подорожі в Україну. Референс оформлюється в одному екземплярі терміном на 1 рік.

Родтелі – пересувні готелі, які являють собою вагон із одно- або двомісними кабінами, кожна з яких має санітарно-технічне обладнання, вентиляцію, персональне освітлення.

Ручна поклажа – особисті предмети або речі пасажирів, які перевозяться разом з ними.

Самодіяльний туризм – різновид туризму, в якому подорожі груп або окремих туристів, що здійснюються не за планом, передбаченим туристичними організаціями і підприємствами.

Спелеотуризм – один з видів активного туризму, основним фактором розвитку якого є наявність спелеоресурсів (печери, лійки, підземні озера та інші карстові форми).

Суб'єкти туристичної діяльності – підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, фізичні особи, що зареєстровані у встановленому чинним Законодавством України порядком и мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних услуг.

Суперточка-тур – локальна (просторово обмежена) територія антропогенного («синтетичного») або природного походження, що являє собою унікальне поєднання природних компонентів (пейзажне різноманіття, атрактивність ландшафтів).

Транспорт – засіб пересування, за допомогою якого можна дістатися до туристичного центру.

Трансфер – будь-яке перевезення туриста всередині туристичного центру (доставка з вокзалу. Аеропорту або морського порту в готель і назад; з одного вокзалу, аеро- або морського порту на інший; з готелю в театр і назад тощо).

Тур – первинна одиниця туристичного продукту – продукт роботи туристичного підприємства на певному маршруті в конкретні терміни, який реалізується клієнту як єдине ціле.

Тур вихідного дня – невеликі за протяжністю (5-25 км) та незначні за складністю туристичні походи й екскурсії протягом вихідних днів кінця робочого тижня (свят), які покликані дати туристу або екскурсанту уявлення про туризм і екскурсії, навички, необхідні кожному для успішного просування й орієнтування на місцевості, про організацію відпочинку та харчування в похідних умовах.

Тур комбінований – тур, який поєднує в програмі обслуговування елементи тематичного, похідного й фізкультурно-оздоровчого маршрутів. Також – траса туристичної подорожі, яка містить у собі елементи лінійного, кільцевого й радіального маршрутів у тій чи іншій комбінації, або поєднання різних транспортних засобів, відмінної за окремими ділянками категорії надання транспортних послуг.

Тур річковий – рейси з використанням суден річкових пароплавств, які поділяються на підвиди: туристично-екскурсійні рейси (подорожі на

орендованих річкових суднах тривалістю більше однієї доби) та екскурсійно-прогулянкові рейси (подорожі екскурсантів з метою ознайомлення з пам'ятками та місцями і тривалістю відпочинку не більше 24 год.).

Тур тематичний – тур з переважанням у програмі екскурсійного обслуговування, занять пізнавальної спрямованості (оглядові й тематичні екскурсії, відвідування музеїв, фольклорних свят, вивчення мови тощо).

Тур теплохідний – тур, організований на теплоході річкових і морських пароплавств, що поділяються на **морські та прогулянкові**.

Турагент – 1. Роздрібна туристична фірма, що займається реалізацією турів, які організуються оптовими туристичними фірмами, а також продажем споживачам окремих туристичних послуг (транспортних квитків, екскурсій тощо). 2. Співробітник туристичної фірми.

Турагентство – це фірма-посередник між туроператором і клієнтом.

Туризм – тимчасові виїзди громадян з постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових, спортивних, релігійних та інших цілях без заняття оплачуваною діяльністю; подорож (поїздка, похід) у вільний час – один з видів активного відпочинку; тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю. Т. – найбільш ефективний засіб задоволення рекреаційних потреб.

Туризм дальній – поїздки, що вимагають витрати часу на проїзд до місця призначення літаком – більш ніж 4 год., автомобілем – 4 дні, теплоходом – 4-5 днів.

Туризм діловий – тимчасові відрядження зі службовою метою, включаючи участь у конференціях, конгресах тощо, без отримання прибутку в місці відрядження. Вид туризму, складовою якого є подорожі спеціалізованих груп однорідного професійного складу.

Туризм екологічний – складова рекреаційної діяльності, за якої негативний вплив на природне середовище та його компоненти є мінімальним.

Т.е. передбачає гармонійне єднання людини, засобів рекреації, природного середовища та рекреаційної інфраструктури; виник наприкінці 80-х.

Туризм екскурсійний – подорожі тривалістю не більш 24 годин, як правило, без ночівлі.

Туризм заохочувальний – туристські поїздки (як правило, групові), що надаються адміністрацією підприємств та установ своїм співробітникам на пільгових умовах або безкоштовно як премії за високі виробничі показники.

Туризм кочовий – вид рекреаційної діяльності, що передбачає постійне пересування, зміну місця перебування.

Туризм круїзний – туристські поїздки з використанням транспортних засобів не тільки для перевезення, але й як засобу розміщення, харчування, розваг тощо.

Туризм соціальний – туризм, що субсидується коштами, виділеними на соціальні потреби.

Туризм стаціонарний – групові або індивідуальні поїздки без активного пересування за маршрутом з перебуванням в одному або двох місцях призначення з оздоровчими та пізнавальними цілями.

Турист – особа, яка здійснює подорож по Україні або в іншу країну з різними, що не заборонені законом країни перебування, цілями на термін від 24 годин до шести місяців без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування у зазначеній термін; мандрівник, який проживає в місці призначення не менше 24 годин, мета поїздки якого – відпочинок, бізнес, сім'я, певна місія, зустріч.

Туристична діяльність – діяльність з надання різноманітних туристичних послуг відповідно до вимог закону та інших актів законодавства України;

Туристична індустрія – сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінгі, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів.

Туристична компанія – підприємство, що здійснює збут туристичних послуг споживачам. Залежно від функцій, виконуваних туристичними фірмами, їх поділяють на турагентів і туроператорів.

Туристична путівка – документ, який підтверджує факт передання туристичного продукту. Туристична путівка є письмовим акцептом оферти туроператора чи турагента на продаж туристичного продукту.

Туристична фірма – підприємство, що здійснює збут туристичних послуг споживачам. Залежно від функцій, виконуваних туристичними фірмами, їх поділяють на турагентів і туроператорів.

Туристичне агентство – роздрібна туристична фірма, що займається реалізацією турів населенню, які організовуються гуртовими туристичними фірмами, а також продажем споживачам окремих туристичних послуг (транспортних квитків, екскурсій і т.п.).

Туристичний бізнес– вид підприємницької діяльності з виробництва послуг та товарів туристичного призначення, які реалізуються на туристичному ринку з метою отримання прибутку.

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

Туристичний комплекс – замкнута мережа споруд, що призначається для обслуговування туристів і складається з бази для ночівлі (готелі, мотелі тощо), харчування (ресторани, кафе, бари тощо), супутніх послуг (обладнані пляжі, оглядові та спортмайданчики, стадіони, басейни, кабаре.

Туристичний маршрут– це завчасно спланована траса послідовного пересування туристів між географічними пунктами, які відвідуються протягом певного періоду з метою отримання послуг, як передбачених програмою обслуговування, так і додаткових: розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, спортивні, видовищні, соціальні заходи тощо.

Туристичний об'єкт – місце, що приваблює туристів завдяки своїм природним і штучно створеним рисам (природа, художні та археологічні цінності, кліматичні умови тощо)

Туристичний пакет – це основний (обов'язковий) комплекс послуг, що надаються під час подорожі за індивідуальним або груповим планом, який має серійний характер, пропонується в широкий продаж. Туристичний пакет включає чотири обов'язкових елементи: *туристичний центр, транспорт, послуги розміщення, трансфер.*

Туристичний продукт – сукупність речових (предмети споживання), неречових (послуги) споживчих вартостей, необхідних для повного задоволення потреб туристів, що виникають під час їхньої подорожі. Турпродукт складається із трьох елементів: *тур, додаткові туристсько-екскурсійні послуги, товари.*

Туристичний пункт – одиничний туристичний об'єкт, первинна ланка туристичного районування, функціонування якого базується на використанні природного (соціального) рекреаційного потенціалу місцевості (турбаза, кемпінг, мотель, туристський поїзд тощо).

Туристичний регіон – (в територіальному аспекті): 1. Місцевий ринок туристичних послуг у будь-якому пункті. 2. Районний ринок туристичних послуг у межах територіальної одиниці країни. 3. Єдиний національний ринок туристичних послуг на території всієї країни

Туристичний ринок– це система відносин, сформована попитом (турист) і пропозицією (індустрія туризму) щодо формування та споживання туристичного продукту.

Туристичний центр – район локалізації турпослуг. Це місце відпочинку туриста, яке містить у собі всі рекреаційні можливості: природні, культурно-історичні, екологічні, етнічні, соціально-демографічні, інфраструктурні.

Туристичні агенції– невеликі, переважно спеціалізовані підприємства, які підвладні сезонним коливанням попиту.

Туристичні перевезення – перевезення пасажирів заздалегідь визначеними маршрутами з туристичною метою (п.14 Правил надання послуг пасажирського автомобільного транспорту, затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 18.02.1997 № 176).

Туристичні послуги – послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів.

Туристичні ресурси – сукупність природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних та соціально-побутових ресурсів відповідної території, які задовольняють різноманітні потреби туриста.

Туроператор – оптова туристична фірма, що займається розробкою турів, розрахованих на масовий споживчий попит, їх рекламою і збутом через мережу роздрібних турагентів; туристична установа, що займається організацією внутрішніх та міжнародних туристських подорожей з різноманітним асортиментом послуг.

Туроператорська діяльність – діяльність з формування, просування та реалізації туристичного продукту, яка здійснюється на основі ліцензії юридичною особою або індивідуальним підприємцем.

Туроперейтинг – діяльність туроператора з комплектації послуг, які ним самим не виробляються (послуг готелів, транспортних компаній, дозвільно-розважальних закладів) у туристичний пакет, тур, тур продукт.

Турпакет – туристичний план (маршрут), що охоплює основні елементи відпочинку: транспорт, розміщення, екскурсії та ін. послуги.

Флотель – «курорт на воді»: туристам надається широкий асортимент послуг для відпочинку на воді: водні лижі, мотоцикли, катамарани тощо.

Ціна – міра та регулятор динамічної рівноваги між попитом і пропозицією на туристичному ринку.

Чартер – договір між власником транспортного засобу (теплохода, літака, автобуса тощо) та фрахтувальником (наймачем) на оренду всього транспортного засобу або його частини на певний рейс або термін.

Чартерний рейс – рейс, замовлений ексклюзивно для спеціальної групи людей, які належать одній організації або їх переліт організовується від одного імені (наприклад, туроператором). Чартерні рейси зазвичай набагато дешевше, ніж регулярні рейси авіаліній за розкладом. Ці рейси можуть здійснюватися додатковими літаками або літаками, що виконують регулярні рейси.

Шале – являє собою сільський дім у гірській місцевості.

ДОДАТКИ

ЗАКОН УКРАЇНИ ПРО ТУРИЗМ

Закон введено в дію з дня опублікування – 14 листопада 1995 року згідно з Постановою Верховної Ради України від 15.09.1995 № 325/95-ВР

Цей Закон визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України.

Розділ I. Загальні положення

Стаття 1. Визначення термінів

У цьому Законі наведені нижче терміни вживаються в такому значенні:

туризм – тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає;

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

туристичний продукт – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або

пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо);

супутні туристичні послуги та товари – послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких несуттєво скоротиться без їх реалізації туристам;

характерні туристичні послуги та товари– послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких суттєво скоротиться без їх реалізації туристам;

просування туристичного продукту – комплекс заходів, спрямованих на створення та підготовку дореалізації туристичного продукту чи туристичних послуг (організація рекламно-ознайомлювальних подорожей, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, видання каталогів, буклетів тощо);

місце продажу (реалізації) туристичних послуг– країна, в якій зареєстровано відповідний суб'єкт господарювання, що реалізує туристичний продукт;

місце надання туристичних послуг – країна, на території якої безпосередньо надаються туристичні послуги; **готель** – підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням. Порядок встановлення категорій готелям визначається Кабінетом Міністрів України;

готельна послуга– дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачу відповідно до категорії готелю;

аналогічні засоби розміщення– підприємства будь-якої організаційно-правової форми власності, що складаються з номерів і надають обмежені

готельні послуги, включно з щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів.

Стаття 2. Законодавство України про туризм

Законодавство України про туризм складається з Конституції України, цього Закону, інших нормативно-правових актів, виданих відповідно до них.

Майнові відносини в галузі туризму, засновані на рівності, автономії волі і майновій самостійності їх учасників, регулюються Цивільним та Господарським кодексами України з урахуванням особливостей, встановлених цим Законом.

Якщо міжнародним договором України, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України, передбачені інші правила, ніж ті, що встановлені цим Законом, застосовуються правила міжнародного договору.

Стаття 3. Туристичні ресурси України

Туристичними ресурсами України є пропоновані або такі, що можуть пропонуватися, туристичні пропозиції на основі та з використанням об'єктів державної, комунальної чи приватної власності.

Напрями освоєння і розвитку туристичних ресурсів України визначаються органами державної влади, органами місцевого самоврядування відповідно до програм розвитку туризму.

Класифікація та оцінка туристичних ресурсів України, режим їх охорони, порядок використання з обліком гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля, порядок збереження цілісності туристичних ресурсів України, заходи для їх відновлення визначаються відповідно до закону.

Унікальні туристичні ресурси можуть знаходитися на особливому режимі охорони, що обмежує доступ до них. Обмеження доступу до туристичних ресурсів визначається їх реальною пропускною спроможністю, рівнем припустимого антропогенного навантаження, сезонними та іншими умовами.

Під час містобудівного планування, проектування, розміщення, будівництва і реконструкції об'єктів містобудування на територіях рекреаційних зон відповідні органи виконавчої влади, власники об'єктів містобудування повинні передбачати максимальну інтеграцію споруджуваних об'єктів до місцевого соціально-економічного, природного та історико-культурного середовища.

Стаття 4. Організаційні форми та види туризму

Організаційними формами туризму є **міжнародний і внутрішній туризм**.

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

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

Залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак існують такі види туризму:

дитячий; молодіжний; сімейний;

для осіб похилого віку; для інвалідів; культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; спортивний;

релігійний; екологічний (зелений); сільський;

підводний; гірський; пригодницький; мисливський; автомобільний; самодіяльний тощо.

Особливості здійснення окремих видів туризму встановлюються законом.

Стаття 5. Учасники відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності

Учасниками відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, є юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт,

надають туристичні послуги (перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування) чи здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг, а також громадяни України, іноземці та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

Суб'єктами, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність (далі – суб'єкти туристичної діяльності), є:

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

туристичні агенти (далі – турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг;

інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;

гідди-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування;

фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

Перелік посад фахівців туристичного супроводу та кваліфікаційні вимоги до них визначаються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів, за погодженням із центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері трудових відносин.

Розділ II. Державна політика та державне регулювання в галузі туризму

Стаття 6. Основні способи та цілі державного регулювання в галузі туризму. Основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму

Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності.

Реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом:
визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму;

визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони; спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму;

визначення основ безпеки туризму;

нормативного регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян);

ліцензування в галузі туризму, стандартизації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу;

встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу;

організації і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;

визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та підготовки кадрів у галузі туризму; участі в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму.

Державне регулювання в галузі туризму здійснюється іншими способами, визначеними законом. Основними цілями державного регулювання в галузі туризму є:

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

безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд; збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій; створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

Основними пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму є:

удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;

забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць; розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму;

розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку; створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;

забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб.

Стаття 7. Органи, що здійснюють регулювання в галузі туризму

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

Стаття 8. Повноваження Верховної Ради України, Верховної Ради Автономної Республіки Крим та органів місцевого самоврядування в галузі туризму

До виключних повноважень Верховної Ради України в галузі туризму належать: визначення основних напрямів державної політики в галузі туризму;

визначення правових засад регулювання відносин у галузі туризму, їх удосконалення та адаптація із загальновизнаними нормами міжнародного права;

визначення в законі про Державний бюджет України обсягу фінансового забезпечення туристичної галузі. Верховна Рада України відповідно до Конституції України може брати до свого розгляду й інші питання, що стосуються туризму.

Верховна Рада Автономної Республіки Крим, обласні і районні ради відповідно до їх повноважень: затверджують регіональні програми розвитку туризму, що фінансуються з бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів;

визначають кошти бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів для фінансового забезпечення регіональних програм розвитку туризму;

контролюють фінансування регіональних програм розвитку туризму за кошти бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів.

Верховна Рада Автономної Республіки Крим відповідно до Конституції та законів України здійснює інше нормативне регулювання з питань туризму, історико-культурних заповідників, музеїв, інших закладів культури, вирішує питання щодо організації і розвитку курортно-рекреаційної сфери і туризму тощо.

Представницькі органи місцевого самоврядування – сільські, селищні, міські ради відповідно до їх повноважень:

затверджують місцеві програми розвитку туризму;

визначають кошти місцевих бюджетів для фінансового забезпечення місцевих програм розвитку туризму; доручають своїм виконавчим органам фінансування місцевих програм розвитку туризму за рахунок коштів місцевого бюджету;

вживають заходів для стимулювання суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність з надання туристичних послуг.

Стаття 9. Повноваження Кабінету Міністрів України в галузі туризму

Кабінет Міністрів України відповідно до Конституції та законів України: здійснює державне управління та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму;

розробляє та затверджує програми розвитку туризму в Україні і фінансує їх виконання відповідно до бюджетного законодавства;

приймає нормативно-правові акти, що регулюють відносини в галузі туристичної діяльності; забезпечує раціональне використання туристичних ресурсів і вжиття заходів для їх збереження; сприяє розвитку туристичної

індустрії та створенню ефективної туристичної інфраструктури; вживає заходів щодо забезпечення безпеки туристів, захисту їх прав, інтересів і власності;

організовує та забезпечує реалізацію державної інвестиційної політики в галузі туристичної діяльності;

готує та подає на розгляд Верховної Ради України як складову частину проекту закону про Державний бюджет України на відповідний рік пропозиції щодо обсягів бюджетних коштів для фінансової підтримки проектів і програм з розвитку туризму;

інформує Верховну Раду України про виконання програми розвитку туризму в Україні; визначає порядок організації рятувальних команд і порядок вжиття рятувальних заходів; створює державну систему наукового забезпечення в галузі туристичної діяльності; здійснює міжнародне співробітництво в галузі туризму;

вирішує інші питання, віднесені Конституцією та законами України до його повноважень.

Стаття 10. Повноваження центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів

1. Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів:

організує та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму, виконання цього Закону та інших нормативно-правових актів;

бере участь у підготовці проектів нормативно-правових актів у галузі туризму, у межах своєї компетенції розробляє і затверджує нормативно-правові акти, узагальнює практику застосування законодавства в галузі туризму, курортно-рекреаційної сфери, вносить пропозиції щодо його удосконалення;

забезпечує реалізацію програм розвитку туризму в Україні;

організує облік туристичних ресурсів України, забезпечує їх раціональне використання та охорону;

організує здійснення контролю за якістю наданих туристичних послуг;

реалізує державну інвестиційну політику в галузі туризму та курортно-рекреаційній сфері;

бере участь у розробці програм облаштування транспортних магістралей об'єктами туристичної інфраструктури;

бере участь у підготовці, перепідготовці та підвищенні кваліфікації кадрів, визначенні пріоритетних напрямів наукових досліджень у галузі туризму та проведенні науково-дослідних робіт у цій галузі;

проводить дослідження туристичного ринку, готує і поширює інформацію про Україну і її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та всередині держави;

у межах своєї компетенції розробляє, укладає і виконує міжнародні договори в галузі туристичної діяльності, представляє країну у міжнародних туристських організаціях і на міжнародних заходах щодо туризму; вживає заходів щодо розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;

сприяє координації діяльності органів виконавчої влади, суб'єктів підприємницької діяльності, їх об'єднань, що здійснюють діяльність у галузі туризму;

надає суб'єктам туристичної діяльності методичну, консультативну та іншу допомогу;

пропонує для спільного використання юридичними особами та громадянами-підприємцями, які надають туристичні послуги, знаки для товарів і послуг;

поширює соціальну рекламу в галузі туризму;

для забезпечення реалізації своїх повноважень, узгодження та врахування інтересів суб'єктів туристичної діяльності утворює координаційно-дорадчий орган.

2. Інші центральні органи виконавчої влади в межах своїх повноважень: забезпечують реалізацію державної політики в галузі туризму;

здійснюють підготовку пропозицій щодо реалізації державної політики в галузі туризму;

беруть участь у створенні організаційно-правових та економічних механізмів реалізації державної політики в галузі туризму,

Стаття 11. Повноваження Ради міністрів Автономної Республіки Крим, місцевих державних адміністрацій, виконавчих органів місцевого самоврядування в галузі туризму

1. Рада міністрів Автономної Республіки Крим, місцеві державні адміністрації в межах своїх повноважень: здійснюють виконавчі та організаційно-розпорядчі функції щодо організації і розвитку курортно-рекреаційної сфери і туризму;

розробляють проекти регіональних програм розвитку туризму і подають їх для затвердження відповідно Верховній Раді Автономної Республіки Крим, обласним і районним радам;

вживають заходів щодо виконання регіональних програм розвитку туризму;

сприяють туристичній діяльності у своєму регіоні і створенню сучасної туристичної інфраструктури; розробляють і впроваджують заходи для захисту місцевих туристичних ресурсів;

аналізують ринок туристичних послуг у межах адміністративно-територіальних одиниць, представляють центральному органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів, необхідні відомості про розвиток туризму в адміністративно-територіальних одиницях; здійснюють соціальну рекламу туристичних ресурсів, утворюють відповідні інформаційні центри;

сприяють дитячому та молодіжному туризму;

беруть участь у підготовці, перепідготовці і підвищенні кваліфікації кадрів у галузі туристичної діяльності, що фінансуються за рахунок коштів місцевого бюджету;

надають суб'єктам туристичної діяльності методичну і консультативну допомогу щодо організації їх діяльності;

залучають підприємства, установи і організації, розташовані на підпорядкованій їм території, до розв'язання проблем розвитку туризму в регіонах;

подають центральному органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів, пропозиції стосовно включення заходів з регіональних програм розвитку туризму до відповідних програм;

вносять у встановленому порядку до центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів, пропозиції про анулювання відповідної ліцензії; здійснюють іншу діяльність у галузі туризму відповідно до законодавства.

2. Виконавчі органи місцевого самоврядування в межах їх повноважень:

розробляють проекти місцевих програм розвитку туризму і подають їх для затвердження відповідним місцевим радам;

вживають заходів щодо виконання місцевих програм розвитку туризму;

залучають на договірних засадах підприємства, установи і організації, розташовані на відповідній території, до розв'язання проблем розвитку місцевого туризму та підтримки туристичних ресурсів;

організують проведення інвентаризації туристичних ресурсів місцевого значення; сприяють охороні і збереженню туристичних ресурсів;

залучають місцеве населення до туристичної діяльності, створюючи нові робочі місця; сприяють розвитку на відповідній території різних видів туризму.

Стаття 12. Програми розвитку туризму в Україні

Для забезпечення охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, раціонального використання, забезпечення безпеки туризму, конституційних прав громадян на відпочинок та інших прав громадян,

патріотичного виховання органами державної влади та органами місцевого самоврядування в межах їх повноважень затверджуються державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму.

Програми розвитку туризму затверджуються з метою реалізації довгострокових пріоритетів країни в галузі туризму і становлять комплекс взаємопов'язаних правових, економічних та організаційних заходів, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян, розвиток туристичної галузі.

Державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму повинні передбачати заходи щодо забезпечення безпеки в галузі туризму.

Порядок формування, фінансування і реалізації регіональних та місцевих програм розвитку туризму визначається законом.

Розділ III. Безпека туризму

Стаття 13. Безпека в галузі туризму

Безпека в галузі туризму – сукупність факторів, що характеризують соціальний, економічний, правовий та інший стан забезпечення прав і законних інтересів громадян, юридичних осіб та держави в галузі туризму. Органи державної влади та органи місцевого самоврядування, їх посадові особи в межах своїх повноважень вживають заходів, спрямованих на:

забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на безпечне для життя і здоров'я довкілля при здійсненні туристичних подорожей, захист громадян України за її межами;

забезпечення особистої безпеки туристів, збереженість їх майна, незавдання шкоди довкіллю; інформування суб'єктів туристичної діяльності про загрозу безпеці туристів у країні (місці) тимчасового перебування;

надання необхідної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації;

забезпечення туристам (екскурсантам) можливості безперешкодного одержання медичної, правової та інших видів невідкладної допомоги, доступу до засобів зв'язку;

заборонення використання туризму з метою незаконної міграції, сексуальної, трудової та інших видів експлуатації громадян;

охорону туристичних ресурсів України, встановлення гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля;

забезпечення безпеки об'єктів туристичних відвідувань з урахуванням ризику виникнення природних і техногенних катастроф та інших надзвичайних ситуацій тощо.

З метою забезпечення безпеки туристів суб'єкти туристичної діяльності, здійснюючи відповідний вид діяльності, зобов'язані:

інформувати туристів про можливі небезпеки під час подорожі, необхідність виконання загальнообов'язкових вимог та запобіжних чи попереджувальних заходів (медичних щеплень тощо); створювати безпечні умови в місцях надання туристичних послуг, забезпечувати належне облаштування трас походів, прогулянок, екскурсій тощо;

забезпечувати спеціальні вимоги безпеки під час надання туристичних послуг з підвищеним ризиком (автомобільний, гірський, лижний, велосипедний, водний, мотоциклетний, пішохідний туризм, спелеотуризм тощо);

забезпечувати туристів кваліфікованими фахівцями туристичного супроводу, спеціальним спорядженням та інвентарем;

забезпечувати навчання туристів засобам профілактики і захисту від травм, попередження нещасних випадків та надання першої медичної допомоги;

забезпечувати надання оперативної допомоги особам, які постраждали під час подорожі, транспортування потерпілих;

оперативно інформувати органи місцевої влади та відповідальних осіб про надзвичайні ситуації, в яких опинилися туристи, подавати відомості про зниклих осіб.

Особи, які організують експлуатацію туристичних ресурсів, зобов'язані забезпечувати виконання вимог щодо охорони довкілля та охорони культурної спадщини, а також вживати заходів щодо забезпечення мінімізації або припинення шкідливого впливу на довкілля і соціально-культурне середовище та компенсувати завдані їм при цьому збитки.

Надання необхідної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації в межах території України, здійснюється спеціалізованими державними, комунальними та приватними службами, а також рятувальними командами, що утворюються відповідно до законодавства.

Організація рятувальних команд і порядок здійснення рятувальних заходів визначаються Кабінетом Міністрів України.

Держава забезпечує захист законних прав та інтересів іноземних туристів відповідно до законодавства та міжнародних договорів України.

Стаття 14. Захист інтересів українських туристів за межами України

Держава гарантує захист законних прав та інтересів громадян України, які здійснюють туристичні подорожі за кордон.

У разі виникнення надзвичайних ситуацій держава вживає заходів щодо захисту інтересів українських туристів за межами України, у тому числі заходів для їх евакуації з країни тимчасового перебування.

Стаття 15. Фінансове забезпечення відповідальності туроператора та турагента

Метою забезпечення прав та законних інтересів громадян – споживачів туристичних послуг туроператор та турагент зобов'язані здійснити фінансове

забезпечення своєї цивільної відповідальності (гарантією банку або іншої кредитної установи) перед туристами.

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

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

Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора має становити суму, еквівалентну не менше ніж 20000 євро. Розмір фінансового забезпечення туроператора, який надає послуги виключно з внутрішнього та в'їзного туризму, має становити суму, еквівалентну не менше ніж 10000 євро. Мінімальний розмір фінансового забезпечення турагента має становити суму, еквівалентну не менше ніж 2000 євро.

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

Відшкодування збитків, заподіяних туристу в разі виникнення обставин неплатоспроможності туроператора (турагента) чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, здійснюється відповідною кредитною

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

Стаття 16. Страхування туристів при здійсненні туристичних поїздок

Страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) є обов'язковим і забезпечується суб'єктами туристичної діяльності на основі угод із страховиками. Туристи вправі самостійно укладати договори на таке страхування. У цьому випадку вони зобов'язані завчасно підтвердити туроператору чи турагенту наявність належним чином укладеного договору страхування.

Договором страхування повинні передбачатися надання медичної допомоги туристам і відшкодування їх витрат при настанні страхового випадку безпосередньо в країні (місці) тимчасового перебування. Інформація про умови обов'язкового страхування має бути доведена до відома туриста до укладення договору на туристичне обслуговування.

Обов'язкове (медичне та від нещасного випадку) страхування здійснюється один раз на весь період туристичної подорожі.

За вимогою туриста туроператор чи турагент забезпечують страхування інших ризиків, пов'язаних із здійсненням подорожі.

За бажанням туриста з ним може бути укладено угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з анулюванням договору на туристичне обслуговування з ініціативи туриста, або угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з передчасним поверненням до місця проживання при настанні нещасного випадку або хвороби.

Компенсація шкоди, заподіяної життю чи здоров'ю туриста або його майну, проводиться у встановленому порядку.

Розділ IV. Організація туристичної діяльності

Стаття 17. Ліцензування туристичної діяльності

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

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

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

Суб'єкт господарювання не має права у своїй назві використовувати слово «туроператор» без отримання ним ліцензії на здійснення туроператорської діяльності.

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

Стаття 18. Стандартизація у сфері туристичної діяльності

Державна система стандартизації у сфері туристичної діяльності спрямована на:

захист інтересів споживачів і держави з питань безпеки туризму, життя і здоров'я громадян, охорони майна та довкілля;

класифікацію туристичних ресурсів України, забезпечення їх охорони, встановлення гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля;

підвищення якості товарів, робіт, послуг відповідно до потреб споживачів;

забезпечення безпеки об'єктів туристичних відвідувань з урахуванням ризику виникнення природних і техногенних катастроф та інших надзвичайних ситуацій;

взаємозамінність та сумісність товарів, робіт, послуг, їх уніфікацію;

створення нормативної бази функціонування систем стандартизації і сертифікації товарів, робіт, послуг. Частина другу статті 18 виключено.

Частина третю статті 18 виключено. Частина четверту статті 18 виключено.

Стаття 19. Встановлення категорій об'єктів туристичної інфраструктури

З метою підвищення рівня туристичного обслуговування, сприяння споживачам у свідомому виборі туристичних послуг, забезпечення рівних можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг, забезпечення захисту прав і законних інтересів, життя, здоров'я та майна громадян, підвищення рівня екологічної безпеки об'єктам туристичної інфраструктури присвоюються категорії якості та рівня обслуговування.

Встановлення об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення, закладам харчування, курортним закладам тощо) відповідної категорії здійснюється за заявою його власника.

Види категорій об'єктів туристичної інфраструктури, порядок їх встановлення та зміни, а також порядок доведення до споживачів інформації про вид об'єкта туристичної інфраструктури та про вид його категорії визначаються Кабінетом Міністрів України.

Встановлення категорії об'єктів туристичної інфраструктури (готелів, інших об'єктів, призначених для надання послуг з розміщення, закладів харчування, курортних закладів тощо) здійснюється центральним органом виконавчої влади, що забезпечує реалізацію державної політики у сфері туризму та курортів, а об'єктів туристичної інфраструктури, розташованих на

території Автономної Республіки Крим, — органом виконавчої влади Автономної Республіки Крим з питань туризму.

Забороняється надавати послуги з розміщення без наявності свідоцтва про встановлення відповідної категорії.

Стаття 19-1. Інформування споживачів про умови надання туристичних послуг

Будь-яка інформація, надана туроператором (турагентом), повинна містити достовірні відомості про умови договору на туристичне обслуговування.

Інформація про умови надання туристичних послуг, яку туроператор (турагент) поширює до укладення договору на туристичне обслуговування, має доводитися у доступній, наочній формі, бути розбірливою, зрозумілою та містити відомості про:

- 1) місце надання туристичних послуг, програму туристичного обслуговування;
- 2) характеристику транспортних засобів, що здійснюють перевезення, зокрема їх вид і категорію;
- 3) характеристику готелів та інших об'єктів, призначених для надання послуг з тимчасового розміщення, у тому числі місце їх розташування, категорію, строки і порядок оплати готельного обслуговування;
- 4) види і способи забезпечення харчування під час туристичної подорожі;
- 5) мінімальну кількість туристів у групі, а також інформування туриста про те, що туристична подорож не відбудеться через недобір групи, не пізніше ніж за три дні до початку туристичної подорожі;
- 6) ціну туристичних послуг.

Туроператор (турагент) зобов'язаний додержуватися умов надання комплексу туристичних послуг, про які був поінформований споживач до укладення договору на туристичне обслуговування, крім випадків, коли про

зміну таких умов повідомлено споживача до укладення договору або якщо зміни внесено на підставі угоди, укладеної між сторонами договору.

До укладення договору на туристичне обслуговування споживачеві туристичного продукту надається інформація про:

1) основні вимоги до оформлення в'їзних/виїзних документів (паспорт, дозвіл (віза) на в'їзд/виїзд до країни тимчасового перебування), у тому числі строк їх оформлення;

2) медичні застереження стосовно здійснення туристичної подорожі, зокрема протипоказання через певні захворювання, особливості фізичного стану (фізичні недоліки) і вік туристів, а також умови безпеки туристів у країні (місці) тимчасового перебування;

3) туроператора (турагента), його місцезнаходження, поштові реквізити, контактний телефон, наявність ліцензії на провадження туристичної діяльності та інші відомості відповідно до законодавства про захист прав споживачів;

4) керівника групи та засоби зв'язку з ним у разі здійснення туристичної подорожі за кордон чи перебування за кордоном неповнолітньої та/або малолітньої особи з метою встановлення законними представниками неповнолітньої або малолітньої особи прямого зв'язку з нею;

5) час та місце проміжних зупинок і транспортних сполучень та категорію місця, яке споживач займатиме в певному виді транспортного засобу;

6) види і тематику екскурсійного обслуговування, порядок здійснення зустрічей і провідів, супроводу туристів;

7) стан навколишнього природного середовища, санітарного та епідеміологічного благополуччя;

8) назву, адресу та контактний телефон представництв туроператора або організації (організацій), уповноваженої туроператором на прийняття скарг і претензій туристів, а також адреси і телефони дипломатичних установ України у країні (місці) тимчасового перебування або місцевих служб, до яких можна звернутися у разі виникнення труднощів під час туристичної подорожі;

9) порядок забезпечення туроператором обов'язкового та/або добровільного страхування туристів, розмір, порядок і умови виплати страхового відшкодування, а також можливість та умови добровільного страхування витрат, пов'язаних з розірванням договору на туристичне обслуговування за ініціативою туриста, страхування майна;

10) розмір фінансового забезпечення туроператора (турагента) на випадок його неплатоспроможності (банкрутства) та кредитну установу, яка надала таке забезпечення.

Стаття 20. Договір на туристичне обслуговування

За договором на туристичне обслуговування одна сторона (туроператор, який укладає договір безпосередньо або через турагента) зобов'язується надати за замовленням іншої сторони (туриста) комплекс туристичних послуг (туристичний продукт), а турист зобов'язується оплатити його.

До договору на туристичне обслуговування застосовуються загальні положення договору про надання послуг, якщо інше не передбачено законом.

Договір на туристичне обслуговування укладається в письмовій чи електронній формі відповідно до закону. У договорі на туристичне обслуговування зазначаються істотні умови договору:

1) строк перебування у місці надання туристичних послуг із зазначенням дат початку та закінчення туристичного обслуговування;

2) характеристика транспортних засобів, що здійснюють перевезення, зокрема їх вид і категорія, а також дата, час і місце відправлення та повернення (якщо перевезення входить до складу туристичного продукту);

3) готелі та інші аналогічні засоби розміщення, їх місце розташування, категорія, а також строк і порядок оплати готельного обслуговування;

4) види і способи забезпечення харчування;

5) мінімальна кількість туристів у групі (у разі потреби) та у зв'язку з цим триденний строк інформування туриста про те, що туристична подорож не відбудеться через недобір групи;

- б) програма туристичного обслуговування;
- 7) види екскурсійного обслуговування та інші послуги, включені до вартості туристичного продукту;
- 8) інші суб'єкти туристичної діяльності (їх місцезнаходження та реквізити), які надають туристичні послуги, включені до туристичного продукту;
- 9) страховик, що здійснює обов'язкове та/або добровільне страхування туристів за бажанням туриста, інших ризиків, пов'язаних з наданням туристичних послуг;
- 10) правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування та перебування там;
- 11) вартість туристичного обслуговування і порядок оплати;
- 12) форма розрахунку.

Зміна ціни туристичного продукту після укладення договору на туристичне обслуговування допускається лише у разі необхідності врахування зміни тарифів на транспортні послуги, запровадження нових або підвищення діючих ставок податків і зборів та інших обов'язкових платежів, зміни курсу гривні до іноземної валюти, в якій виражена вартість туристичного продукту.

Зміна ціни туристичного продукту можлива не пізніше як за 20 днів до початку туристичної подорожі. При цьому збільшення ціни туристичного продукту не може перевищувати п'яти відсотків його початкової ціни. У разі якщо ціна туристичного продукту вища за початкову ціну на п'ять відсотків, турист має право відмовитися від виконання договору, а туроператор (турагент) зобов'язаний повернути йому раніше сплачену суму.

Кожна із сторін договору на туристичне обслуговування до початку туристичної подорожі може вимагати внесення змін до цього договору або його розірвання у зв'язку із зміною істотних умов договору та обставин, якими вони керувалися під час укладення договору, зокрема у разі:

- 1) погіршення умов туристичної подорожі, зміни її строків;
- 2) непередбаченого підвищення тарифів на транспортні послуги;

3) запровадження нових або підвищення діючих ставок податків і зборів, інших обов'язкових платежів;

4) істотної зміни курсу гривні до іноземної валюти, в якій виражена ціна туристичного продукту;

5) домовленості сторін.

Туроператор (турагент) зобов'язаний не пізніше як через один день з дня, коли йому стало відомо про зміну обставин, якими сторони керувалися під час укладення договору на туристичне обслуговування, та не пізніше як за три дні до початку туристичної подорожі повідомити туриста про таку зміну обставин з метою надання йому можливості відмовитися від виконання договору без відшкодування шкоди туроператору (турагенту) або внести зміни до договору, змінивши ціну туристичного обслуговування.

Туроператор або турагент вправі відмовитися від виконання договору лише за умови повного відшкодування замовникові збитків, підтверджених у встановленому порядку та заподіяних внаслідок розірвання договору, крім випадку, якщо це відбулося з вини туриста.

Турист вправі відмовитися від виконання договору на туристичне обслуговування до початку туристичної подорожі за умови відшкодування туроператору (турагенту) фактично здійснених ним документально підтверджених витрат, пов'язаних із відмовою.

Якщо під час виконання договору на туристичне обслуговування туроператор не в змозі надати значну частину туристичного продукту, щодо якого відповідно до договору на туристичне обслуговування сторони досягли згоди, туроператор повинен з метою продовження туристичного обслуговування вжити альтернативних заходів без покладення додаткових витрат на туриста, а в разі потреби відшкодувати йому різницю між запропонованими послугами і тими, які були надані. У разі неможливості здійснення таких заходів або відмови туриста від них туроператор зобов'язаний надати йому без додаткової оплати еквівалентний транспорт для повернення до місця відправлення або іншого місця, на яке погодився турист, а також

відшкодувати вартість ненаданих туроператором туристичних послуг і виплатити компенсацію у розмірі, визначеному в договорі за домовленістю сторін.

Туроператор несе перед туристом відповідальність за невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування, крім випадків, якщо:

невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування сталося з вини туриста;

невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування сталося з вини третіх осіб, не пов'язаних з наданням послуг, зазначених у цьому договорі, та жодна із сторін про їх настання не знала і не могла знати заздалегідь;

невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування сталося внаслідок настання форс-мажорних обставин або є результатом подій, які туроператор (турагент) та інші суб'єкти туристичної діяльності, які надають туристичні послуги, включені до туристичного продукту, не могли передбачити.

Договір на туристичне обслуговування може передбачати компенсацію у разі спричинення шкоди туристу невиконанням або неналежним виконанням туристичних послуг, включених до туристичного продукту, відповідно до міжнародних конвенцій, що регламентують надання таких послуг.

Права і обов'язки, відповідальність сторін та інші умови договору між туроператором і турагентом визначаються відповідно до загальних положень про агентський договір, якщо інше не передбачено договором, укладеним між ними, а також цим Законом.

Якість туристичних послуг має відповідати умовам договору на туристичне обслуговування, порядок і способи захисту порушених прав туристів визначаються Законом України «Про захист прав споживачів». Відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю та майну туриста,

встановлюється законом, якщо договором на туристичне обслуговування не передбачена більша відповідальність туроператора.

Стаття 21. Договір на екскурсійне обслуговування

За договором на екскурсійне обслуговування одна сторона (суб'єкт, що здійснює туристичну діяльність) за встановлену договором плату зобов'язується надати за замовленням іншої сторони (екскурсанта) обслуговування, істотною частиною якого є послуги екскурсовода (гіда-перекладача) загальною тривалістю не більше 24 годин, які не включають у себе послуги з розміщення.

Договір на екскурсійне обслуговування укладається за правилами, визначеними цивільним законодавством, у тому числі шляхом видачі ваучера.

Загальні положення про договір на надання послуг застосовуються до договору на екскурсійне обслуговування, якщо інше не передбачено законом та не суперечить суті зобов'язання.

Особа, яка надає екскурсійні послуги, зобов'язана до укладення договору на екскурсійне обслуговування надати екскурсанту необхідну і достовірну інформацію щодо екскурсійного обслуговування, його видів і особливостей, кваліфікації екскурсовода, про порядок і строки оплати екскурсійних послуг, а також надати екскурсанту на його прохання іншу інформацію з питань екскурсійного обслуговування.

Відповідальність сторін за невиконання, неналежне виконання зобов'язань відповідно до договору на екскурсійне обслуговування, порядок припинення договору на екскурсійне обслуговування визначаються відповідно до цивільного законодавства та законодавства з питань захисту прав споживачів.

Стаття 22. Договір на готельне обслуговування

За договором на готельне обслуговування одна сторона (готель або інший суб'єкт, що надає послуги з розміщення) зобов'язується за дорученням іншої

сторони (проживаючого) надати послуги по тимчасовому проживанню (ночівлі) у спеціально обладнаному жилу приміщенні (номері), виконати або організувати виконання інших визначених договором на готельне обслуговування послуг, пов'язаних з тимчасовим проживанням, а проживаючий зобов'язується сплатити за ці послуги встановлену плату.

До послуг, пов'язаних з тимчасовим розміщенням, належать послуги з обслуговування жилого приміщення (номера), харчування (ресторанного обслуговування), із збереження майна і багажу проживаючого, а також інші послуги, надані залежно від категорії готелю.

До відносин за договором на готельне обслуговування застосовуються норми цивільного законодавства, цей Закон, законодавство з питань захисту прав споживачів та інші нормативно-правові акти, прийняті відповідно до них. Цей Закон застосовується при наданні готельного обслуговування в мотелях, будинках відпочинку, санаторіях, пансіонатах, а також інших місцях, призначених для розміщення громадян.

Готель або інший суб'єкт, що надає послуги з розміщення, зобов'язаний до укладення договору надати необхідну і достовірну інформацію про послуги з готельного обслуговування, їх види і особливості, про порядок і терміни оплати послуг готелю та надати проживаючому на його прохання інші пов'язані із договором і відповідним готельним обслуговуванням відомості, а також іншу інформацію, передбачену законодавством про захист прав споживачів.

Договір на готельне обслуговування укладається як шляхом укладення письмового договору, так і шляхом прийняття готелем заявки на бронювання за допомогою поштового, телефонного чи іншого зв'язку, що дозволяє достовірно встановити особу, від якої надходить заявка. У разі прийняття заявки договір на готельне обслуговування вважається укладеним з моменту отримання підтвердження готелю про прийняття замовлення та вказівки можливого початку надання готельного обслуговування з визначеного часу.

Відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю чи майну проживаючого, визначається відповідно до цивільного законодавства, якщо договором на готельне обслуговування не передбачена підвищена відповідальність готелю.

Права й обов'язки, відповідальність сторін та інші умови договору між туроператором (турагентом) та готелем чи іншим суб'єктом, що надає послуги з розміщення, визначаються загальними положеннями про агентський договір, якщо інше не передбачено договором між ними та цим Законом.

Стаття 23. Ваучер

Ваучер – форма письмового договору на туристичне або на екскурсійне обслуговування, яка може використовуватися відповідно до цього Закону.

У договорі на туристичне обслуговування, укладеному шляхом видачі ваучера, мають міститися такі дані: найменування та місцезнаходження суб'єкта туристичної діяльності, номер ліцензії на відповідний вид діяльності, юридична адреса;

прізвище, ім'я (по батькові) туриста (при груповій поїздці прізвища, імена (по батькові) членів групи); строки надання і види туристичних послуг, їх загальна вартість;

назва, адреса та номер телефону об'єкта розміщення, його тип та категорія, режим харчування;

розмір фінансового забезпечення відповідальності туроператора (турагента) або межі відповідальності суб'єкта туристичної діяльності за договором агентування;

інші дані, обумовлені характером угоди, складом групи тощо; дата видачі ваучера.

Частина 3 виключено Порядок оформлення ваучера та його використання затверджується центральним органом виконавчої

влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів.

Стаття 24. Права та обов'язки суб'єктів туристичної діяльності

Суб'єкти туристичної діяльності мають право:

виробляти і реалізовувати туристичні послуги згідно із законодавством;
вносити пропозиції щодо охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, порядку використання;

вносити пропозиції щодо вдосконалення освітніх програм з професійного навчання в галузі туризму, підвищення рівня професійної підготовки працівників і фахівців у галузі туризму;

на встановлення об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення, закладам харчування, курортним закладам тощо), власниками яких вони є, відповідної категорії;

на отримання в установленому порядку інформації, необхідної для здійснення їх діяльності, в органах державної влади та органах місцевого самоврядування;

брати в установленому порядку участь у розробці програм розвитку туризму та курортно-рекреаційної сфери;

визначати та оприлюднювати шляхом опублікування загальні умови типового (публічного) договору на надання туристичних послуг;

визначати мінімальну кількість туристів (екскурсантів) у групі;

на відшкодування збитків, заподіяних внаслідок незаконних рішень, дій чи бездіяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб чи заподіяних суб'єктами туристичної діяльності.

Суб'єкти туристичної діяльності зобов'язані:

проводити діяльність у галузі туризму, яка підлягає ліцензуванню, лише за наявності ліцензій;

залучати до надання туристичних послуг осіб, які відповідають встановленим законодавством відповідним кваліфікаційним вимогам;

надавати туристам необхідну і достовірну інформацію про туристичні послуги, права, обов'язки та правила поведінки туристів (екскурсантів), умови

страхування, порядок відшкодування завданих збитків, умови відмови від послуг, правила візового митного режиму, перетинання державного кордону та іншу інформацію, передбачену цим Законом;

надавати туристичні послуги в обсягах та в терміни, обумовлені договором;

виконувати вимоги закону щодо забезпечення безпеки туристів, охорони туристичних ресурсів України та довкілля;

вести облікову та іншу визначену законодавством документацію, надавати в установленому порядку бухгалтерську та статистичну звітність;

відшкодовувати в установленому порядку збитки, завдані туристам (екскурсантам), іншим особам та довкіллю.

Стаття 25. Права та обов'язки туристів і екскурсантів

Туристи і екскурсанти мають право на:

реалізацію закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб, захист і повагу людської гідності;

необхідну і достовірну інформацію про правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування, а також виїзду з країни (місця) тимчасового перебування і перебування там, про звичаї місцевого населення, пам'ятки природи, історії, культури та інші об'єкти туристичного показу, що знаходяться під особливою охороною, стан навколишнього середовища;

інформацію про наявність ліцензії у суб'єкта, що здійснює підприємницьку діяльність у галузі туризму, інших документів, наявність яких передбачена законодавством;

отримання обов'язкової інформації, що передує укладенню договору; отримання туристичних послуг, передбачених договором; особисту безпеку, захист життя, здоров'я, прав споживача, а також майна; одержання відповідної медичної допомоги;

відшкодування матеріальних і моральних збитків у разі невиконання або неналежного виконання умов договору;

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

реалізацію інших прав.

Туристи і екскурсанти зобов'язані:

не порушувати права та законні інтереси інших осіб, вимоги законів, які діють на території країни перебування;

виконувати митні, прикордонні, санітарні та інші правила;

поважати політичний та соціальний устрій, традиції, звичаї, релігійні вірування країни (місця) перебування; зберігати довкілля, дбайливо ставитися до об'єктів природи та культурної спадщини в країні (місці) тимчасового перебування;

дотримуватися умов і правил, передбачених договором про надання туристичних послуг; надавати персональну інформацію в обсязі, необхідному для реалізації туристичного продукту; дотримуватися під час подорожі правил особистої безпеки;

відшкодувати збитки, завдані їх неправомірними діями.

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

Розділ V. Професійна підготовка фахівців та наукове забезпечення туризму. Об'єднання підприємств та неприбуткові організації в галузі туризму

Стаття 26. Професійна підготовка фахівців у галузі туризму

Професійна підготовка, перепідготовка і підвищення кваліфікації кадрів у галузі туризму здійснюються державними, комунальними та приватними навчальними закладами в порядку, визначеному законодавством.

Підготовка окремих категорій фахівців туристичного супроводу (гідів-перекладачів, екскурсоводів, спортивних інструкторів, провідників тощо), які не потребують здобуття громадянами професійно-технічної або вищої освіти із здобуттям кваліфікації за певним освітньо-кваліфікаційним рівнем, може здійснюватися у встановленому порядку юридичними чи фізичними особами.

Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів бере участь у підготовці навчальних планів і програм навчання фахівців у галузі туризму, їх професійній підготовці, перепідготовці та підвищенні кваліфікації.

Стаття 27. Наукові дослідження розвитку туризму

Наукові дослідження розвитку туризму проводяться з метою:

наукового забезпечення державної політики в галузі туризму, прогнозування та визначення перспектив його розвитку;

встановлення методик класифікації та оцінки туристичних ресурсів, режиму їх охорони, збереження та відновлення, порядку використання;

обліку гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля;

розробки пропозицій щодо проектів державних цільових, регіональних та місцевих програм розвитку туризму, а також щодо визначення ліцензійних умов та переліку посад фахівців туристичного супроводу, кваліфікаційних вимог щодо них, удосконалення професійної підготовки фахівців у сфері туристичної діяльності тощо.

Визначення пріоритетних напрямів, керівництво та координація наукових досліджень у галузі туризму належать до компетенції наукового центру розвитку туризму.

Положення про науковий центр розвитку туризму затверджується центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів.

Стаття 28. Об'єднання суб'єктів туристичної діяльності та неприбуткові організації в галузі туризму

Учасники відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, – юридичні особи та громадяни, які надають туристичні послуги, залежно від мети можуть утворювати об'єднання підприємств, що є юридичними особами чи без створення юридичних осіб, або вступати в такі об'єднання в порядку, визначеному Господарським кодексом України та іншими законами.

З метою реалізації та захисту своїх прав і законних інтересів у галузі туризму суб'єкти туристичної діяльності можуть створювати неприбуткові організації у сфері туристичної діяльності в порядку, визначеному Цивільним кодексом України або Законом України «Про об'єднання громадян» чи іншими законами.

Громадяни України, іноземці та особи без громадянства з метою реалізації та захисту прав і законних інтересів можуть об'єднуватися в громадські організації туристичної спрямованості.

Неприбуткові організації в галузі туризму можуть спрямовувати свою діяльність на: формування і поширення інформації про туристичні ресурси України;

підготовку пропозицій щодо розвитку туризму, курортно-рекреаційної сфери, охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, порядку використання;

популяризацію туризму і сприяння його розвитку;

розробку власних стандартів туристичного, готельного, екскурсійного та іншого обслуговування, схвалення кодексів ustalеної практики та правил професійної етики;

впровадження власних систем контролю якості здійснення туристичної діяльності;

пропонування для спільного використання юридичними особами та громадянами-підприємцями, що надають туристичні послуги, знаків для товарів і послуг;

вдосконалення освітніх програм з професійного навчання в галузі туризму, підвищення рівня професійної підготовки працівників і фахівців у галузі туризму;

саморегулювання в галузі туризму;

реалізацію та захист спільних прав і інтересів учасників туристичної діяльності; вирішення інших завдань, що не суперечать законодавству України.

Громадські організації туристичної спрямованості можуть відповідно до закону представляти інтереси громадян – споживачів туристичних послуг.

Розділ VI. Контроль за діяльністю в галузі туризму. Відповідальність за порушення законодавства України про туризм

Стаття 29. Органи, уповноважені на здійснення контролю за діяльністю в галузі туризму

Органи державної влади, органи місцевого самоврядування, їх посадові та службові особи у випадках і в порядку, визначених законом, здійснюють контроль за додержанням вимог законодавства з питань туристичної діяльності, проводять перевірки якості надаваних (наданих) туристичних послуг, додержання ліцензійних умов, стандартів, норм і правил щодо здійснення туристичної діяльності та відповідно до закону накладають стягнення і вживають інших заходів за порушення законодавства в галузі туризму.

Стаття 30. Відповідальність за порушення законодавства в галузі туризму

Порушення законодавства в галузі туризму тягне за собою відповідальність згідно із законом. Порушеннями законодавства в галузі туризму є:

провадження турсервісної діяльності без отримання відповідної ліцензії або недодержання ліцензійних умов;

залучення до надання туристичних послуг осіб, які не відповідають встановленим законодавством відповідним кваліфікаційним вимогам;

ненадання, несвоєчасне надання або надання туристові інформації, що не відповідає дійсності; порушення вимог стандартів, норм і правил у галузі туризму;

незаконне використання категорії об'єкта туристичної інфраструктури;

порушення умов договору між туристом і суб'єктом туристичної діяльності з надання туристичних послуг; невиконання розпоряджень уповноважених органів та осіб про усунення порушень ліцензійних умов; порушення правил щодо охорони чи використання об'єктів туристичної інфраструктури, знищення або пошкодження об'єктів відвідування;

створення перешкод уповноваженій на те законом посадовій чи службовій особі у здійсненні контролю за туристичною діяльністю, у проведенні перевірки якості надаваних (наданих) туристичних послуг або додержанні ліцензійних умов, стандартів, норм і правил щодо здійснення туристичної діяльності; незаконне втручання у здійснення туристичної діяльності;

розголошення відомостей, що становлять конфіденційну або іншу охоронювану законом інформацію. Законами може передбачатися відповідальність і за інші порушення у сфері туристичної діяльності.

Стаття 31. Відповідальність органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб у галузі туристичної діяльності

Органи державної влади, органи місцевого самоврядування, їх посадові і службові особи у галузі туристичної діяльності за порушення законодавства несуть відповідальність згідно із законом.

Рішення, дії або бездіяльність органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб можуть бути оскаржені до суду в порядку, встановленому законом.

Шкода, заподіяна органами державної влади, органами місцевого самоврядування, їх посадовими і службовими особами фізичним чи юридичним особам під час виконання ними покладених на них обов'язків, підлягає відшкодуванню в порядку, встановленому законом.

Стаття 32. Цивільно-правова та інші види відповідальності суб'єктів туристичної діяльності

За неналежне виконання своїх зобов'язань туроператор, турагент, інші суб'єкти туристичної діяльності несуть майнову та іншу відповідальність, визначену в договорі відповідно до чинного законодавства.

Розмір майнової відповідальності туроператора, турагента чи іншого суб'єкта туристичної діяльності не може перевищувати фактично завданих замовнику збитків з їх вини.

Спори майнового характеру між суб'єктами туристичної діяльності та споживачами туристичних послуг вирішуються у встановленому порядку з дотриманням вимог цього Закону.

За порушення встановлених законодавчими актами правил здійснення господарської діяльності до суб'єктів господарювання органи державної влади та органи місцевого самоврядування відповідно до своїх повноважень та в порядку, встановленому законом, застосовують заходи організаційно-правового або майнового характеру, спрямовані на припинення суб'єктом господарювання правопорушення та ліквідацію його наслідків.

Стаття 33. Відшкодування шкоди, завданої порушенням законодавства у галузі туристичної діяльності

Суб'єкт туристичної діяльності, який порушив законодавство в галузі туристичної діяльності при наданні туристичної послуги, що завдало шкоду, зобов'язаний відшкодувати туристу збитки у повному обсязі, якщо договором або законом не передбачено відшкодування у меншому або більшому розмірі.

Заподіяна туристу моральна (немайнова) шкода, якою порушені його законні права, відшкодовується суб'єктом туристичної діяльності в порядку, встановленому законом.

Суб'єктам туристичної діяльності, яким заподіяна шкода юридичними чи фізичними особами внаслідок порушення ними законодавства в галузі туризму, збитки відшкодовуються відповідно до закону.

Стаття 34. Порядок розгляду спорів з питань надання туристичних послуг

Спори з питань надання туристичних послуг розглядаються у встановленому законом порядку третейськими судами та судами загальної юрисдикції.

Розділ VII. Міжнародне співробітництво в галузі туризму

Стаття 35. Міжнародні договори України в галузі туризму. Участь України в міжнародних туристичних організаціях

Правову основу міжнародного співробітництва в галузі туризму становлять міжнародні договори України, укладені відповідно до Закону України «Про міжнародні договори України».

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

Органом державної влади, що забезпечує представництво і реалізацію інтересів України в галузі туризму у відносинах з іншими країнами та з міжнародними туристичними організаціями, є центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів, який у встановленому порядку бере участь в укладенні міжнародних договорів з питань туризму.

Україна бере участь у діяльності міжнародних туристичних організацій відповідно до міжнародно-правових зобов'язань України та статутних документів таких організацій.

Стаття 36. Представництва України в галузі туризму за межами України

З метою розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку та ефективного використання її туристичних ресурсів окремі повноваження з представництва інтересів України в галузі туризму за межами України покладаються на її торгові представництва.

За поданням центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів, Кабінет Міністрів України може відкривати за межами України туристичні представництва. Порядок створення, діяльності і ліквідації туристичних представництв визначається Кабінетом Міністрів України відповідно до міжнародних договорів України.

Стаття 37. Особливості здійснення діяльності в Україні іноземними суб'єктами туристичної діяльності

Юридичні особи, створені за законодавством інших держав, іноземці та особи без громадянства здійснюють туристичну діяльність на території України відповідно до міжнародних договорів України в порядку, визначеному законом.

Іноземні юридичні та фізичні особи можуть здійснювати туроператорську та турагентську діяльність шляхом утворення підприємств за законодавством України та отримання в установленому порядку ліцензії на здійснення туроператорської діяльності.

Туристичний супровід, що здійснюється на території України, може надаватися фахівцями туристичного супроводу, громадянами України та особами, які постійно проживають на території України, якщо інше не

передбачено міжнародним договором України, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України.

Посередницька діяльність на території України з укладення договорів на туристичне обслуговування з іноземними суб'єктами туристичної діяльності не допускається. Така діяльність може здійснюватися лише через туроператорів, створених за законодавством України.

Угоди, укладені з порушенням вимог цієї статті, є недійсними.

Розділ VIII. Прикінцеві та перехідні положення

1. Цей Закон набирає чинності з 1 січня 2004 року.

2. До приведення законодавства у відповідність із цим Законом закони та інші нормативно-правові акти застосовуються в частині, що не суперечить цьому Закону.

3. Фізичні і юридичні особи, які отримали ліцензії на організацію іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійну діяльність до дня офіційного опублікування цього Закону, до 1 квітня 2004 року можуть безкоштовно на термін дії ліцензії старого зразка отримати ліцензію на провадження туроператорської чи турагентської діяльності за умови виконання вимог цього Закону та Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності».

4. Кабінету Міністрів України у місячний строк з дня набрання чинності цим Законом:

підготувати та подати на розгляд Верховної Ради України пропозиції щодо приведення законів України у відповідність із цим Законом;

відповідно до своєї компетенції забезпечити прийняття нормативно-правових актів, передбачених цим Законом;

привести свої нормативно-правові акти у відповідність із цим Законом;

забезпечити перегляд і скасування міністерствами та іншими центральними органами виконавчої влади їх нормативно-правових актів, що суперечать цьому Закону.

5. Пункт 50 статті 9 Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» (Відомості Верховної Ради України, 2000 р., № 36, ст. 299; 2001 р., № 22, ст. 105) викласти в такій редакції:

«50) туроператорська та турагентська діяльність».

ХАРТІЯ ТУРИЗМУ

Стаття 1

1. Право кожної людини на відпочинок і дозвілля, включаючи право на розумне обмеження робочого дня та на оплачувану періодичну відпустку, а також право вільно пересуватися без обмежень, крім тих, які передбачені законом, визнається в усьому світі.

2. Використання цього права складає фактор соціальної рівноваги і підвищення національної та загальної свідомості.

Стаття 2

Як наслідок цього права, держави повинні розробляти і проводити політику, спрямовану на забезпечення гармонійного розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, а також займатись організацією відпочинку.

Стаття 3

З цією метою державам слід:

а) сприяти упорядкованому і гармонічному росту як внутрішнього, так і міжнародного туризму;

б) проводити туристську політику відповідно до політики загального розвитку, проведеної на різних рівнях – місцевому, регіональному, національному та міжнародному, – і розширювати співробітництво в галузі туризму як на двосторонній, так і на багатосторонній основі, використовуючи для цієї мети також можливість Всесвітньої туристської організації;

в) приділяти належну увагу принципам Манільської декларації по світовому туризму і Документу Акапулько «при розробці та здійсненні, де це доречно, своєї політики, планів і програми в галузі туризму відповідно до своїх національних пріоритетів і в рамках програми роботи Всесвітньої туристської організації»;

г) сприяти заходам, що дозволяють кожному брати участь у внутрішньому і міжнародному туризмі, особливо за допомогою регулювання робочого часу і дозвілля, встановлення або поліпшення системи щорічних оплачуваних відпусток і рівномірного розподілу днів таких відпусток протягом

року, а також приділення особливої уваги молодіжному туризму, туризму людей похилого віку та осіб з особливими потребами;

д) захищати в інтересах нинішнього і майбутніх поколінь туристське середовище, яке, включає в себе людину, природу, суспільні відносини і культуру, є надбанням усього людства.

Стаття 4

Держави повинні також:

а) сприяти доступу туристів – громадян своїх країн та іноземних туристів до суспільного надбання відвідуваних місць, застосовуючи положення існуючих документів щодо спрощення формальностей, випущених Організацією Об'єднаних Націй, Міжнародною організацією цивільної авіації, Міжнародною морською організацією, Радою митного співробітництва або будь-якою іншою організацією, зокрема Всесвітньою туристською організацією, з урахуванням постійного скорочення обмежень на подорожі;

б) сприяти зростанню туристської свідомості і сприяти контактам відвідувачів з місцевим населенням з метою поліпшення взаєморозуміння і взаємного збагачення;

в) забезпечувати безпеку відвідувачів і їх майна за допомогою превентивних заходів та заходів захисту;

г) надавати можливо, кращі умови гігієни і доступу до служб охорони здоров'я, а також попередження інфекційних захворювань та нещасних випадків;

д) запобігати будь-якій можливості використання туризму для експлуатації інших з метою проституції;

е) посилювати з метою захисту туристів і місцевого населення заходи щодо попередження нелегального використання наркотиків.

Стаття 5

Нарешті, державам слід:

а) дозволяти туристам – громадян своєї країни і іноземним туристам пересуватися вільно по країні, без шкоди для будь-яких обмежувальних заходів, прийнятих в національних інтересах щодо певних районів території;

б) не допускати будь-яких дискримінаційних заходів відносно туристів;

в) давати туристам можливість швидкого доступу до адміністративних та юридичних служб, а також до представників консульств і надавати в їх розпорядження внутрішні і зовнішні суспільні засоби зв'язку;

г) сприяти інформуванню туристів з метою створення умов для розуміння звичаїв місцевого населення в місцях транзиту і тимчасового перебування.

Стаття 6

1. Місцеве населення в місцях транзиту і тимчасового перебування має право на вільний доступ до своїх власних туристських ресурсів, забезпечуючи своєю поведінкою дбайливе ставлення до навколишнього природного та культурного середовища.

2. Воно також вправі очікувати від туристів розуміння і поваги їх звичаїв, релігій і інших сторін їх культури, які є частиною спадщини людства.

3. З метою сприяння такому розумінню і дбайливому відношенню необхідно сприяти поширенню відповідної інформації:

а) про звичаї місцевого населення, його традиційну та релігійну діяльність, місцеві заборони і священні місця і святині, що повинні поважатися;

б) про їх художні, археологічні та культурні цінності, які повинні бути збережені;

в) про фауну, флору та інші природні ресурси, які повинні бути захищені.

Стаття 7

Місцевому населенню у місцях транзиту і тимчасового перебування пропонується приймати туристів з можливо більшою гостинністю, ввічливим зверненням і повагою, необхідними для розвитку гармонійних людських і суспільних відносин.

Стаття 8

1. Працівники в галузі туризму і постачальники послуг для туризму і подорожей можуть зробити позитивний внесок у розвиток туризму і у втілення в життя положень цієї Хартії.

2. Вони повинні дотримуватися принципів цієї Хартії та дотримуватися будь-яких зобов'язань, взятих на себе в рамках їх професійної діяльності, забезпечуючи високу якість наданого туристичного продукту в цілях сприяння затвердженому гуманістичному характеру туризму.

3. Вони повинні, зокрема, перешкоджати заохоченню використання туризму для всіх видів експлуатації інших людей.

Стаття 9

Необхідно сприяти працівникам в галузі туризму і постачальникам послуг для туризму і подорожей шляхом надання їм через відповідні національні і міжнародні законодавства необхідних умов, що дозволяють їм:

а) займатися своєю діяльністю за сприятливих умов, без будь-яких перешкод чи дискримінації;

б) використовувати загальну і технічну професійну підготовку як всередині країни, так і за кордоном з метою забезпечення кваліфікованими людськими ресурсами;

в) співпрацювати між собою, а також з органами влади через національні та міжнародні організації з метою поліпшення координації їх діяльності та покращення якості наданих ними послуг.

Схвалено в 1985 р. на VI сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристської організації.

ГАЗЬКА ДЕКЛАРАЦІЯ

МІЖПАРЛАМЕНТСЬКА КОНФЕРЕНЦІЯ З ТУРИЗМУ

(Гаага, 10 - 14 квітень 1989 року)

Міжпарламентська конференція з туризму, проведена в Гаазі (Нідерланди) з 10 по 14 квітня 1989 спільно з Міжпарламентським союзом (МПС) і Всесвітньою туристською організацією на запрошення Міжпарламентської групи Нідерландів оголошує Гаазьку декларацію з туризму інструментом міжнародного співробітництва, зближення між народами і фактором індивідуального і колективного розвитку і закликає парламенти, уряду, державні та приватні організації, асоціації та установи, що відповідають за туристську діяльність, професіоналів в галузі туризму, а також самих туристів ретельно враховувати її принципи в тому вигляді, як вони викладені нижче, і постійно ґрунтуватися на них у своїй діяльності.

Принцип I

1. Туризм став явищем, яке увійшло в наші дні вповсякденне життя сотень мільйонів людей:

а) він включає всі вільні переміщення людей від їх місця проживання та роботи, а також сферу послуг, створену для задоволення потреб, що виникають у результаті цих переміщень;

б) він являє собою вид діяльності, що має найважливіше значення для життя людей і сучасних суспільств, що перетворилася на важливу форму використання вільного часу окремих осіб і основний засіб міжособистісних зв'язків і політичних, економічних і культурних контактів, що стали необхідними в результаті інтернаціоналізації всіх секторів життя націй;

в) він повинен бути турботою кожного. Він є одночасно наслідком і вирішальним фактором якості життя в сучасному суспільстві. Тому парламентам та урядам слід приділяти все більш активну увагу туризму з

метою забезпечення його розвитку в гармонійному відповідно до забезпечення інших основних потреб та видів діяльності суспільства.

2. Всім урядам слід прагнути до зміцнення миру і безпеки на національному, регіональному та міжнародному рівнях, що є найважливішою умовою розвитку внутрішнього та міжнародного туризму.

Принцип II

1. Туризм може бути ефективним засобом сприяння соціально - економічному зростанню для всіх країн, якщо одночасно робляться необхідні заходи відносно того, щоб вирішити найбільш термінові національні завдання і дозволити національній економіці досягти прийняттого рівня самозабезпечення, при якому країна не повинна витратити більше того, що вона сподівається отримати від туризму.

2. Відповідно слід вживати, зокрема, наступні заходи (якщо потрібно, то за допомогою різних форм двостороннього та багатостороннього технічного співробітництва) для забезпечення того, щоб:

а) була створена надійна інфраструктура та там основні об'єкти;

б) були створені навчальні заклади для задоволення потреб туристської індустрії в персоналі на різних рівнях;

в) туризм становив частину комплексного плану розвитку країни поряд з іншими пріоритетними секторами, сільським господарством, промисловістю, охороною здоров'я, соціальним забезпеченням, освітою тощо;

г) розвиток внутрішнього туризму стимулювався б так само, як і розвиток міжнародного туризму. Міцна база внутрішнього туризму була б великою перевагою при розвитку міжнародного туризму в країні;

д) навіть при плануванні внутрішнього туризму розроблявся б підхід на територіальній основі з урахуванням загального плану розвитку для формування збалансованого та комплексного зростання на благо суспільства;

е) завжди ретельно враховувалася загальна здатність природною, фізичного і культурного навколишнього середовища, місць призначення до прийому туристів (пропускна здатність).

Принцип III

1. Незіпсована природна, культурна і людська навколишнє середовище є основною умовою розвитку туризму. Більше того, раціональне управління туризмом може внести значний внесок у захист і розвиток фізичної навколишнього середовища та культурної спадщини, а також у підвищення рівня життя.

2. З урахуванням цієї глибокої взаємозв'язку, що існує між туризмом і навколишнім середовищем, слід вживати ефективних заходів для того, щоб:

а) інформувати і просвіщати туристів, які подорожують як бвсередині країни, так і за кордоном, в плані збереження і поваги природної, культурної та людської навколишнього середовища в місцях, які вони відвідують;

б) сприяти комплексному плануванню туристського розвитку на основі концепції «підтримуваного розвитку», яка була викладена в Доповіді Всесвітньої комісії з навколишнього середовища і розвитку (Брундтландській доповідь) і в доповіді «Прогноз навколишнього середовища до 2000 року і в наступні роки» Програми ООН з навколишнього середовища (ЮНЕП); причому обидва документи були схвалені Генеральною Асамблеєю ООН;

в) визначати рівень пропускної здатності місць, відвідуваних туристами, і забезпечувати його дотримання навіть у тому випадку, якщо це означатиме обмеження доступу до подібних місць певні періоди або сезони;

г) продовжити складання переліку штучних та / або природних туристських пам'яток, що представляють інтерес з точки зору відпочинку, спорту, історії, археології, мистецтва, культури, релігії, науки, соціального середовища або техніки, і вживати заходів до того, щоб плани туристського розвитку особливо враховували питання, що стосуються захисту навколишнього середовища та необхідності сприяти інформованості туристів,

туристської індустрії і громадськості в цілому про важливість захисту природної і культурного довкілля;

д) стимулювати розвиток альтернативних форм туризму, які сприяють більш тісному контакту і взаєморозуміння між туристами і приймаючим населенням, зберігають культурну самобутність і пропонують різноманітні та оригінальні туристські продукти та об'єкти;

е) забезпечувати необхідну співпрацю державного та приватного секторів у досягненні цих цілей як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Принцип IV

1. Враховуючи яскраво виражений гуманний характер туризму, слід завжди приділяти увагу специфічним проблемам самих туристів, будь то іноземні туристи або туристи, які подорожують по своїй країні. Іноземним туристом є будь-яка людина:

а) який має намір здійснити подорож і / або здійснює подорож у будь-яку іншу країну крім тієї, яка є його або її постійним місцем проживання;

б) основною метою подорожі якого є поїздка або перебування, що не перевищує трьох місяців, за винятком тих випадків, коли дозволено перебування строком більше трьох місяців або відновлено тримісячне дозвіл;

в) який не здійснюватиме якої оплачуваної діяльності в відвідувану країну незалежно від того, чи було йому це запропоновано чи ні;

г) який наприкінці зазначеної поїздки або перебування в обов'язковому порядку покине відвідувану країну або для повернення в країну його або її постійного проживання, або для поїздки в іншу країну.

2. Логічно впливає те, що конкретна особа не можна розглядати в якості іноземного туриста, якщо він або вона не задовольняють всім умовам, перерахованим у частині 1, і, в Зокрема, особа, яка після в'їзду в країну в якості туриста з метою туристичної поїздки або перебування прагне продовжити його або її термін поїздки або перебування для поселення і / або здійснення в цій країні оплачуваної діяльності.

Принцип V

1. Право кожної людини на відпочинок і вільний час, включаючи право на розумне обмеження робочого часу та періодичні оплачувані відпустки, а також право вільно подорожувати, підмет розумним обмеженням, які ясно передбачені законом і які не ставлять під сумнів сам принцип свободи пересування, повинні отримати загальне визнання.

2. Для того щоб повністю забезпечити ці основні права кожного чоловіка і жінки, необхідно:

а) розробляти і проводити політику гармонійного розвитку внутрішнього і міжнародного туризму і видів діяльності, пов'язаних з проведенням дозвілля, на благо всіх тих, хто в них бере участь;

б) приділяти належну увагу принципам, викладеним у Манильській декларації по світовому туризму, Документі Акапульк, Хартії туризму та Кодексі туриста, особливо в тих випадках, коли держави розробляють або здійснюють політику, плани і програми розвитку туризму відповідно до їх національними пріоритетами.

Принцип VI

Розвиток туризму вимагає спрощення подорожей. Тому державному і приватному секторах слід вжити ефективних заходів щодо:

а) спрощення туристських подорожей, поїздок і перебувань, як в індивідуальному порядку, так і на колективній основі, незалежно від використовуваного виду транспорту;

б) внесенню ефективного внеску в розширення туристських подорожей, поїздок і перебувань шляхом прийняття відповідних заходів щодо спрощення туристських формальностей щодо паспортів, віз, медичного і валютного контролю та статусу туристських представництв за кордоном;

в) сприяння з цією метою прийняття та виконання Будапештській конвенції щодо спрощення туристських подорожей, поїздок і перебувань, що

сприяло б лібералізації юридичних положень, застосовних до туристів, і погодження технічних норм, стосуються діяльності туристських підприємств, туристських агентств та інших організацій, що обслуговують туристів.

Принцип VII

Безпека і захист туристів і повагу їх гідності є неодмінною умовою розвитку туризму. Тому необхідно наступне:

а) щоб заходи зі спрощення туристських подорожей, поїздок і перебувань супроводжувалися заходами щодо забезпечення безпеки та захисту туристів і туристських об'єктів і гідності туристів;

б) щоб в цих цілях була сформована ефективна політика, спрямована на забезпечення безпеки та захисту туристів і туристських об'єктів, а також повагу гідності туристів;

в) точно визначати туристські товари, об'єкти і обладнання, які через те, що вони використовуються туристами, вимагають особливої уваги;

г) готувати відповідну документацію та інформацію і забезпечувати доступ до неї у разі загрози туристських об'єктів і / або туристським пам'яток;

д) виконувати згідно з процедурами, специфічними для систем законодавства в кожній окремій країні, юридичні становища в області захисту туристів, включаючи, зокрема, правоздатність туристів домагатися ефективного судового захисту в національних судах у разі дій, що завдають шкоди їм особисто або їх майну, і особливо при таких найбільш небезпечних актах, як тероризм;

е) щоб держави співпрацювали в рамках СОТ при підготовці програми рекомендованих заходів, що регулюють питання безпеки і захисту туристів.

Принцип VIII

Тероризм являє собою реальну загрозу туризму та туристським пересуванням. До терористам необхідно ставитися як до будь-яких інших кримінальних елементів, і їх потрібно переслідувати і карати без застосування

по відношенню до них терміну давності; в цьому випадку жодна країна не стане для терористів безпечним притулком.

Принцип ІХ

1. Якість туризму як міжособистісної діяльності залежить від якості наданих послуг. Тому відповідне освіта для широкої громадськості, що починається зі школи, освіта та навчання професіоналів в галузі туризму та підготовка нових осіб, які освоюють дану професію, є вкрай важливими для туристської індустрії та розвитку туризму.

2. У цьому зв'язку повинні бути прийняті ефективні заходи щодо:

а) підготовці окремих осіб для подорожей і туризму, в зокрема шляхом включення туризму в навчальні плани шкіл та вищих навчальних закладів;

б) підвищенню престижу туристських професій та заохочення в першу чергу молоді до вибору кар'єри в галузі туризму;

в) створення мережі навчальних закладів, здатних надавати не тільки навчання, але й освіта в галузі туризму на основі стандартизованого на міжнародному рівні навчального плану, який також полегшив би взаємне визнання дипломів та обмін туристським персоналом;

г) сприяння у відповідності з рекомендаціями ЮНЕСКО в цій області навчання викладачів, постійному процесу освіти та проведення курсів підвищення кваліфікації для всього туристського персоналу або викладачів, незалежно від рівня;

д) визнанням найважливішої ролі засобів масової інформації в розвитку туризму. гаага міжпарламентська конференція туризм

Принцип Х

1. Туризм повинен плануватися державними властями, а також владою і туристської індустрією на комплексній і послідовній основі з урахуванням всіх аспектів цього феномена.

2. З огляду на те що туризм має в національному житті по Шонайменше таке ж промислове значення, як і інші види економічної і соціальної діяльності, і оскільки роль туризму буде зростати в міру наукового та технічного прогресу і збільшення вільного часу, представляється необхідним розширювати у всіх країнах права та обов'язки національних туристських адміністрацій, прирівнюючи їх до того ж рівня, який мають адміністрації, що відповідають за інші найбільші економічні сектори.

3. Необхідність глобального підходу до проблем, що виникають у зв'язку з туризмом, вимагає створення справжньої національної туристської політики, при виробленні якої парламенти, отримавши відповідні можливості, могли б відігравати особливу роль з тим, щоб мати можливість прийняти окрему законодавство з туризму і, якщо буде потрібно, що має законну силу Кодекс туриста.

4. Враховуючи міжнародні масштаби туризму, для його гармонійного розвитку необхідно міжнародне співробітництво як на світовій, так і на регіональній основі через пряме міждержавне співробітництво і по каналах міжнародних організацій, таких, як СОТ, а також між різними компонентами приватного туристичного сектору через неурядові та професійні організації.

ГЛОБАЛЬНИЙ ЕТИЧНИЙ КОДЕКС ТУРИЗМУ

(Сантьяго, 1 жовтня 1999 року)

Вступ

Ми, члени Всесвітньої туристської організації (ВТО), представники світової туристської індустрії, делегати від Держав, територій, підприємств, відомств і органів, зібравшись на Генеральній асамблеї в м. Сантьяго (Чилі) в цей день 1 жовтня 1999 року, знову підтверджуючи цілі, викладені в статті 3 Статуту Всесвітньої туристської організації, і усвідомлюючи «вирішальну і провідну» роль цієї Організації, визнану Генеральною Асамблеєю Організації Об'єднаних Націй, у справі сприяння розвитку туризму для внесення вкладу в економічний розвиток, міжнародне взаєморозуміння, мир, процвітання, загальну повагу і дотримання прав людини та основних свобод для всіх людей незалежно від раси, статі, мови і релігії, будучи глибоко переконаними, що завдяки прямим, спонтанним ненастирливим контактам, які здійснюються між чоловіками і жінками, що представляють різні культури і способи життя, туризм являє собою потужний фактор забезпечення миру і зміцнення дружби та взаєморозуміння між народами нашої планети, узгоджуючись з тенденцією на примирення на стійкій основі захисту навколишнього середовища, економічного розвитку і боротьби з бідністю, як це сформулювала в 1992 році Організація Об'єднаних Націй на зустрічі на вищому рівні «Планета Земля» в Ріо-де-Жанейро і висловила у Порядку денному - 21, прийнятого з цієї нагоди, беручи до уваги швидке і постійне зростання, як в минулому, так і в прогнозованому майбутньому, туристської діяльності з рекреаційними, діловими, культурними, релігійними та оздоровчими цілями та її потужні позитивні і негативні впливи на навколишнє середовище, економіку і суспільство як у відправляючих, так і приймаючих країнах, на місцеві спільноти та корінні народи, а також на міжнародні відносини і торгівлю, ставлячи своєю метою сприяння розвитку відповідального, сталого і загальнодоступного туризму в рамках реалізації прав, якими володіють всі люди в плані використання свого вільного часу для відпочинку і подорожей, і поважаючи

суспільний вибір всіх народів, при цьому будучи переконаними, що світова туристична індустрія в цілому багато виграє, діючи в середовищі, яке сприятливе для ринкової економіки, приватного підприємництва та вільної торгівлі, і яке дозволяє оптимізувати його позитивні впливи в плані підвищення добробуту та збільшення зайнятості, також будучи твердо переконаними, що за умови дотримання певного ряду принципів і правил, відповідальний і стійкий туризм цілком сумісний із зростаючою лібералізацією умов, які регулюють торгівлю послугами та на основі яких діють підприємства туристського сектора, і що в цій області можна примирити економіку та екологію, навколишнє середовище і розвиток, відкритість для міжнародних обмінів і захист соціальної та культурної самобутності, враховуючи, що при такому підході всі учасники туристського процесу - національні, регіональні та місцеві адміністрації, підприємства, професійні асоціації, неурядові організації, працівники туристичної індустрії, а також приймаючі спільноти, засоби масової інформації і самі туристи грають різні, але при цьому взаємозалежні ролі в підвищенні індивідуальної і соціальної цінності туризму і що визначення їх індивідуальних прав і обов'язків буде сприяти досягненню цієї мети, прагнучи сприяти формуванню справжнього партнерства між усіма державними та приватними учасниками туристського процесу відповідно до мети, яку поставила Всесвітня туристська організація, прийнявши в 1997 році на своїй Генеральній асамблеї (м. Стамбул) Резолюцію 364 (XII), і бажаючи, щоб партнерство і співробітництво цього характеру на відкритій і збалансованій основі поширилися на відносини між відправляючими і приймаючими країнами і їх відповідними туристськими індустріями, у розвиток Манільської декларації 1980 року по світовому туризму і 1997 року по соціальному впливу туризму, Хартії туризму (995_640) та Кодексу туриста, прийнятих в 1985 році в Софії під егідою СОР, при цьому вважаючи, що ці документи слід доповнити комплексом принципів, на основі яких основні учасники туристського процесу будуть регулювати свою діяльність на початку 21-го століття, використовуючи з метою даного документа визначення і класифікації, пов'язані з мандрівками, і

особливо, поняття «відвідувач», «турист» і «туризм», які були прийняті на Оттавській міжнародній конференції, що проходила 24 - 28 червня 1991 року, і які були затверджені Статистичною комісією Організації Об'єднаних Націй на її двадцять сьомий сесії в 1993 році, посилаючись, зокрема, на такі документи:

- Загальна декларація прав людини від 10 грудня 1948 року (995_015);
- Міжнародний пакт про економічні, соціальні та культурні права від 16 грудня 1966 року (995_042);
- Міжнародний пакт про громадянські і політичні права від 16 грудня 1966 року (995_043);
- Варшавська конвенція про повітряний транспорт від 12 жовтня 1929 року (995_181);
- Чиказька міжнародна конвенція про цивільну авіацію від 7 грудня 1944 року (995_038), а також ухвалені у зв'язку з нею Токійська (995_244), Гаазька (995_167) і Монреальська конвенції (995_165);
- Конвенція про митні пільги для туризму від 4 липня 1954 року і відповідний Протокол до неї;
- Конвенція про захист світової культурної та природної спадщини від 23 листопада 1972 року (995_089);
- Манільська декларація по світовому туризму від 10 жовтня 1980 року;
- Резолюція шостої Генеральної асамблеї СОТ (Софія), якою були прийняті Хартія туризму (995_640) та Кодекс туриста від 26 вересня 1985 року;
- Конвенція про права дитини від 26 січня 1990 року (995_021);
- Резолюція дев'ятої Генеральної асамблеї СОТ (Буенос-Айрес), що стосується спрощення поїздок, а також безпеки та захисту туристів від 4 жовтня 1991 року;
- Ріо-де-Жанейрська декларація з навколишнього середовища і розвитку від 13 червня 1992 року (995_455);
- Генеральна угода з торгівлі і послуг від 15 квітня 1994 року (981_017);
- Конвенція про біологічне різноманіття від 6 січня 1995 року (995_030);

- Резолюція одинадцятої Генеральної асамблеї СОР (Каїр) від 22 жовтня 1995 року про запобігання організованого секс-туризму;

- Стокгольмська декларація від 28 серпня 1996 року по боротьбі із сексуальною експлуатацією дітей у комерційних цілях;

- Манільська декларація по соціальному впливу туризму від 22 травня 1997 року;

- Конвенції та рекомендації, ухвалені Міжнародною організацією праці в області колективних договорів, заборони примусової і дитячої праці, захисту прав корінних народів, рівноправності та недопущення дискримінації на робочих місцях;

стверджуємо право на туризм і на свободу туристських подорожей, висловлюємо наше бажання сприяти встановленню справедливого, відповідального і сталого світового туристського порядку, який буде приносити вигоди всім секторам суспільства в умовах відкритої і лібералізованої світової ринкової економіки, і урочисто приймаємо із цими цілями принципи Глобального етичного кодексу туризму.

Стаття 1. Внесок туризму у взаєморозуміння та повагу між народами і товариствами

1. Розуміння і поширення загальнолюдських етичних цінностей у дусі терпимості і поваги різноманітності релігійних, філософських і моральних переконань є одночасно основою і наслідком відповідального туризму; учасники туристського процесу і самі туристи повинні брати до уваги соціально-культурні традиції та звичаї всіх народів, включаючи національні меншини і корінні народи, і визнавати їх гідність.

2. Туристську діяльність необхідно здійснювати в гармонії зі специфічними особливостями і традиціями приймаючих регіонів і країн, дотримуючись при цьому їх законів, звичаїв і традицій.

3. Приймаючі спільноти, з одного боку, і місцеві учасники туристського процесу, з іншого боку, повинні знайомитися і виявляти повагу до туристів, які

їх відвідують, отримуючи уявлення про їх спосіб життя, смаки та очікування; освіта та професійна підготовка працівників сектора сприяють гостинному прийому.

4. Державна влада повинна забезпечувати захист туристів і відвідувачів та їх майна; вони повинні приділяти особливу увагу безпеці іноземних туристів, враховуючи їх особливу потенційну вразливість, вони сприяють прийняттю конкретних заходів за інформацією, профілактиці, захисту, страхуванню і допомозі, що відповідають їх потребам; необхідно суворо засуджувати і пригнічувати відповідно до свого національного законодавства замах, напади, пограбування і загрози, що стосуються туристів і працівників туристської індустрії, а також умисне нанесення шкоди туристським об'єктам та об'єктам культурної і природної спадщини.

5. Під час подорожей туристи і відвідувачі не повинні допускати ніяких злочинних діянь або дій, які можуть розглядатися як злочинні за законами відвіданої країни, а також поведінки, яка може представлятися викликаючою або навіть образливою для місцевого населення і яка може завдати шкоди місцевому середовищу; туристи та відвідувачі не повинні брати участь в обороті наркотиків, зброї, старожитностей, видів фауни і флори, що охороняються, а також предметів і речовин, які небезпечні або заборонені національним законодавством.

6. Туристи і відвідувачі повинні ще до виїзду намагатися ознайомитися з характеристиками країн, які вони мають намір відвідати; вони повинні усвідомлювати ризики для здоров'я і безпеки, які неминуче пов'язані з виїздами за межі свого звичайного середовища, і вести себе таким чином, щоб звести ці ризики до мінімуму.

Стаття 2. Туризм – фактор індивідуального і колективного удосконалення

1. Туризм - діяльність, найчастіше асоціюється з відпочинком, дозвіллям, спортом і спілкуванням з культурою і природою, має плануватися та

практикуватися як привілейований засіб індивідуального і колективного вдосконалення; коли туризм практикується з духовним розкріпаченням, він стає унікальним фактором самоосвіти, терпимості і пізнання законних відмінностей між народами та культурами та їх різноманітності.

2. У всіх видах туристської діяльності необхідно дотримуватися рівності чоловіків і жінок; вони мають сприяти забезпеченню прав людини і особливо специфічних прав найменш захищених груп населення, особливо, дітей, літніх осіб та інвалідів, етнічних меншин і корінних народів.

3. Експлуатація людини у всіх її формах, особливо, сексуальної, і особливо по відношенню до дітей, суперечить основним цілям туризму і є запереченням туризму та в зв'язку з цим, у відповідності з міжнародним правом, повинна енергійно переслідуватися при співпраці всіх зацікавлених держав без будь-яких поступок відповідно до національного законодавства як відвідуваних країн, так і країн походження авторів цих діянь, навіть коли вони відбуваються за кордоном.

4. Особливо корисними формами туризму, які слід заохочувати, є поїздки з релігійними, оздоровчими, освітніми цілями, а також для культурних і мовних обмінів.

5. Слід заохочувати введення в освітні програми курсу про цінність туристських обмінів, їх економічних, соціальних і культурних вигод, а також про пов'язані з ними ризики.

Стаття 3. Туризм – фактор сталого розвитку

1. Всі учасники туристського процесу зобов'язані охороняти природне середовище і ресурси з метою забезпечення здорового, поступального і сталого економічного зростання на благо рівноправного задоволення потреб і устремлінь сьогоденних і завтрашніх поколінь.

2. Центральна, регіональна та місцева влада повинна надавати першочергову увагу і стимулювати у фінансовому плані усі ті форми розвитку туризму, які дозволяють економити рідкісні і цінні природні ресурси, особливо,

воду і енергію, а також в максимально можливій мірі уникати утворення відходів.

3. З метою зменшення тиску туристської діяльності на навколишнє середовище і для підвищення її корисного впливу на туристську індустрію і на місцеву економіку, слід сприяти більш рівномірному розподілу потоків туристів та відвідувачів у часі і просторі, особливо, пов'язаних з оплачуваними відпустками і шкільними канікулами, а також сприяти згладжуванню сезонності.

4. Слід планувати об'єкти туристської інфраструктури та види туристської діяльності таким чином, щоб забезпечувати захист природної спадщини, яку складають екосистеми та біологічне різноманіття, а також охороняти види дикої фауни і флори, яким загрожує зникнення; учасники туристського процесу, і особливо, професіонали сфери туризму повинні погоджуватися з встановленням певних обмежень і меж на діяльність, яку вони здійснюють в особливо вразливих місцях - зонах пустель, полярних і високогірних районах, прибережних зонах, тропічних лісах і вологих зонах, які підходять для створення природних парків чи заповідників.

5. Природний туризм і екотуризм визнаються як цінні форми туризму в силу того, що вони виявляють повагу до природної спадщини і місцевого населення і дотримуються потенціалу прийому туристських об'єктів.

Стаття 4. Туризм – сфера, яка використовує культурну спадщину людства і вносить свій внесок у її збагачення

1. Туристські ресурси є загальним надбанням людства; спільноти, на території яких вони розташовані, мають по відношенню до них особливі права і обов'язки;

2. Туристська політика та діяльність здійснюються на основі поваги художньої, археологічної та культурної спадщини з метою її захисту і збереження для майбутніх поколінь; особлива увага при цьому приділяється охороні і піклуванню про пам'ятки, святилища та музеї, які повинні бути

широко доступні для відвідування туристами; слід заохочувати доступ публіки до культурних цінностей і пам'ятників, що знаходяться в приватному володінні, з повагою до прав їх власників, а також в будівлях релігійного характеру, без шкоди для культових потреб.

3. Фінансові кошти, одержувані завдяки відвідуванню об'єктів і пам'ятників культури, слід хоча б частково використовувати для підтримки, охорони, поліпшення і реставрації цієї спадщини.

4. Туристську діяльність слід планувати таким чином, щоб забезпечити збереження і процвітання традиційних ремесел, культури та фольклору, а не вести до їх стандартизації і збіднення.

Стаття 5. Туризм – діяльність, вигідна для приймаючих країн і співтовариств

1. Місцеве населення має залучатися до туристської діяльності і брати участь на рівноправній основі в отриманні економічних, соціальних і культурних вигод, що утворюються, особливо, у формі прямого і опосередкованого створення в результаті цієї діяльності робочих місць.

2. Туристська політика повинна проводитися таким чином, щоб вона сприяла підвищенню життєвого рівня населення районів, які відвідуються, і відповідала їх потребам; при містобудівному та архітектурному плануванні та експлуатації туристських центрів і засобів розміщення необхідно передбачати їх максимальну інтеграцію в місцеве соціально-економічне середовище; при рівних умовах у першу чергу слід вишукувати можливість найму місцевої робочої сили.

3. Необхідно приділяти особливу увагу специфічним проблемам прибережних зон та острівних територій, а також вразливим сільським і гірським районам, для яких туризм часто є однією з рідкісних можливостей розвитку в умовах занепаду традиційних видів економічної діяльності.

4. Професіонали сфери туризму, особливо інвестори, повинні, в рамках правил, встановлених державною владою, проводити дослідження впливу своїх

проектів розвитку на навколишнє середовище і природу, вони також повинні, з максимальною транспарентністю і об'єктивністю, надавати інформацію про свої майбутні програми та їх можливі наслідки, і сприяти діалогу з зацікавленим населенням щодо їх змісту.

Стаття 6. Обов'язки учасників туристського процесу

1. Професіонали сфери туризму зобов'язані надавати туристам об'єктивні правдиві відомості про місця призначення і про умови поїздки, прийому та перебування; вони повинні забезпечувати ясність положень договорів, пропонуваних їх клієнтам, як у плані характеру, ціни і якості послуг, які вони зобов'язуються надати, так і в плані фінансових зобов'язань у випадку одностороннього порушення договірних зобов'язань з їхнього боку.

2. Професіонали сфери туризму, в тій мірі, в якій це від них залежить, спільно з органами державної влади повинні дбати про безпеку, запобігання нещасних випадків, охорону здоров'я та гігієну харчування для осіб, що звертаються за їх послугами; вони повинні забезпечувати належні системи страхування і допомоги; брати зобов'язання звітувати у відповідності з умовами, передбаченими в їх національному законодавстві, і надавати справедливу компенсацію при невиконанні своїх договірних зобов'язань.

3. Професіонали сфери туризму, в тій мірі, в якій це від них залежить, повинні сприяти культурному і духовному вдосконаленню туристів і дозволяти їм відправляти в ході поїздок свої релігійні потреби.

4. Влада держав, які направляють і приймають туристів, в контакті з зацікавленими професіоналами сфери туризму та їх асоціаціями, повинна забезпечувати прийняття та дотримання туристськими компаніями вищевказаних правил і зобов'язань з репатріації туристів у разі неспроможності компаній, які організували їх поїздки.

5. Уряди мають право і несуть обов'язок – особливо в кризових ситуаціях, інформувати своїх громадян про складні умови і навіть небезпеки, з якими вони можуть зіткнутися при поїздках за кордон, однак вони повинні повідомляти

такі відомості, не завдаючи невинуватої або перебільшеної шкоди туристській індустрії приймаючих країн та інтересам компаній у своїх країнах; зміст таких можливих попереджень має попередньо обговорюватися з владою приймаючих країн та зацікавленими професіоналами; вироблені рекомендації повинні суворо відповідати серйозності сформованих ситуацій і обмежуватися тими географічними зонами, в яких підтверджені проблеми з безпекою; ці попередження повинні пом'якшуватися чи скасовуватися, як тільки відновлюється нормальне положення.

6. Преса, особливо, спеціалізована туристська преса та інші засоби масової інформації, включаючи сучасні засоби електронного зв'язку, повинні забезпечувати правдиву і збалансовану інформацію про події та ситуації, які можуть вплинути на відвідуваність туристами; вони також повинні забезпечувати споживачів туристських послуг точними і надійними відомостями; з цією метою також розробляються і застосовуються нові інформаційні технології; при цьому преса та інші засоби масової інформації жодним чином не повинні сприяти секс-туризму.

Стаття 7. Право на туризм

1. Можливість безпосередньо і особисто відкривати для себе і насолоджуватися визначними пам'ятками нашої планети являє собою право, яким в рівній мірі володіють всі жителі Землі; все більш активна участь у внутрішньому і міжнародному туризмі має розглядатися як одне з найкращих можливих проявів збільшення вільного часу, і цьому явищу не можна чинити жодних перешкод.

2. Загальне право на туризм є наслідком права на відпочинок і рекреацію, включаючи розумне обмеження робочого часу і періодичні оплачувані відпустки, що гарантується у статті 24 Загальної декларації прав людини (995_015) і в статті 7 «d» Міжнародного пакту про економічні, соціальні і культурні права (995_042).

3. Необхідно стимулювати і розвивати при підтримці державної влади соціальний туризм і особливо колективний туризм, який сприяє широкому доступу до відпочинку, поїздок і відпусток.

4. Слід заохочувати і сприяти розвитку сімейного, молодіжного та студентського туризму, а також туризму для осіб похилого віку та інвалідів.

Стаття 8. Свобода туристських подорожей

1. Відповідно до статті 13 Загальної декларації прав людини (995_015), туристи та відвідувачі мають право, з урахуванням міжнародного права і національних законодавств, вільного пересування по території своїх країн, а також з однієї держави в іншу, вони повинні мати можливість доступу в зони транзиту та перебування, а також на туристські і культурні об'єкти, не піддаючись надмірним формальностям або дискримінації.

2. Туристи і відвідувачі повинні мати доступ до всіх наявних форм внутрішніх і зовнішніх комунікацій; вони повинні мати оперативний і безперешкодний доступ до місцевого адміністративного, юридичного та медичного обслуговування; у відповідності з діючими дипломатичними конвенціями вони повинні мати можливість вільно звертатися до консульської влади країн свого походження.

3. Туристи і відвідувачі повинні користуватися тими ж правами, що і громадяни відвідуваної ними країни в плані конфіденційності їх особистих даних та відомостей, особливо, що стосується даних, що зберігаються електронним способом.

4. Адміністративні формальності перетину кордонів, які введені державами або випливають з міжнародних угод, як наприклад, візові, санітарні та митні формальності, повинні у міру можливості адаптуватися таким чином, щоб сприяти свободі подорожей і доступу максимального числа людей до міжнародного туризму; слід заохочувати угоди між групами країн, спрямовані на гармонізацію і спрощення цих формальностей; слід поступово скасовувати

або коректувати спеціальні податки і збори, що обтяжують туристську індустрію і завдають шкоди її конкурентоспроможності.

5. Відвідувачі повинні мати можливість купувати, відповідно до економічного стану країни, з якої вони виїжджають, суми у вільно конвертованій валюті, необхідні для їх поїздок.

Стаття 9. Права працівників і підприємців туристичної індустрії

1. Основні права найманих і незалежних працівників туристської індустрії та суміжних галузей необхідно гарантувати під контролем адміністрацій як держав їх походження, так і приймаючих країн, з урахуванням специфічних обмежень, пов'язаних, зокрема, з сезонним характером їх діяльності, глобальним масштабом туристської індустрії і гнучкістю, яка потрібно від них у зв'язку з характером їх роботи.

2. Наймані і незалежні працівники сфери туризму і суміжних галузей мають право і зобов'язані проходити належне початкове навчання та постійно підвищувати свою кваліфікацію, вони повинні мати гідне соціальне забезпечення; слід максимально підвищувати надійність їх зайнятості; для сезонних працівників сектора повинен бути запропонований особливий статус, особливо в плані їх соціального захисту.

3. Всі фізичні та юридичні особи, які володіють необхідними здібностями і кваліфікацією, повинні мати право займатися професійною діяльністю в сфері туризму у рамках діючих національних законодавств; підприємці та інвестори, особливо представники малих і середніх підприємств, повинні мати вільний доступ до туристського сектору з мінімальними юридичними та адміністративними обмеженнями.

4. Обмін досвідом, пропонований управлінським кадрам і працівникам з різних країн, як найманим, так і самодіяльним, сприяють вдосконаленню світової індустрії туризму; їм слід максимально сприяти з урахуванням національних законодавств і міжнародних конвенцій.

5. Багатонаціональні компанії туристської індустрії, які є незамінним чинником солідарності в справі розвитку і динамічного зростання міжнародних обмінів, не повинні зловживати домінуючим положенням, яке вони іноді займають; вони повинні уникати свого перетворення в засоби штучного нав'язування приймаючим співтовариствам соціально-культурних моделей; в обмін на їх свободу інвестувати і торгувати, яку слід повністю визнати, вони повинні брати участь у місцевому розвитку, не допускаючи зменшення внесеного ними вкладу в економіку, в яких вони діють, внаслідок надмірної репатріації своїх прибутків або стимулювання імпорту.

6. Партнерство та встановлення збалансованих відносин між підприємствами відправляючих і приймаючих країн сприяють сталому розвитку туризму і справедливому розподілу вигод, що утворюються в результаті його зростання.

Стаття 10. Реалізація принципів Глобального етичного кодексу туризму

1. Державні і приватні учасники туристського процесу повинні співпрацювати в справі реалізації цих принципів і повинні контролювати їх ефективне застосування.

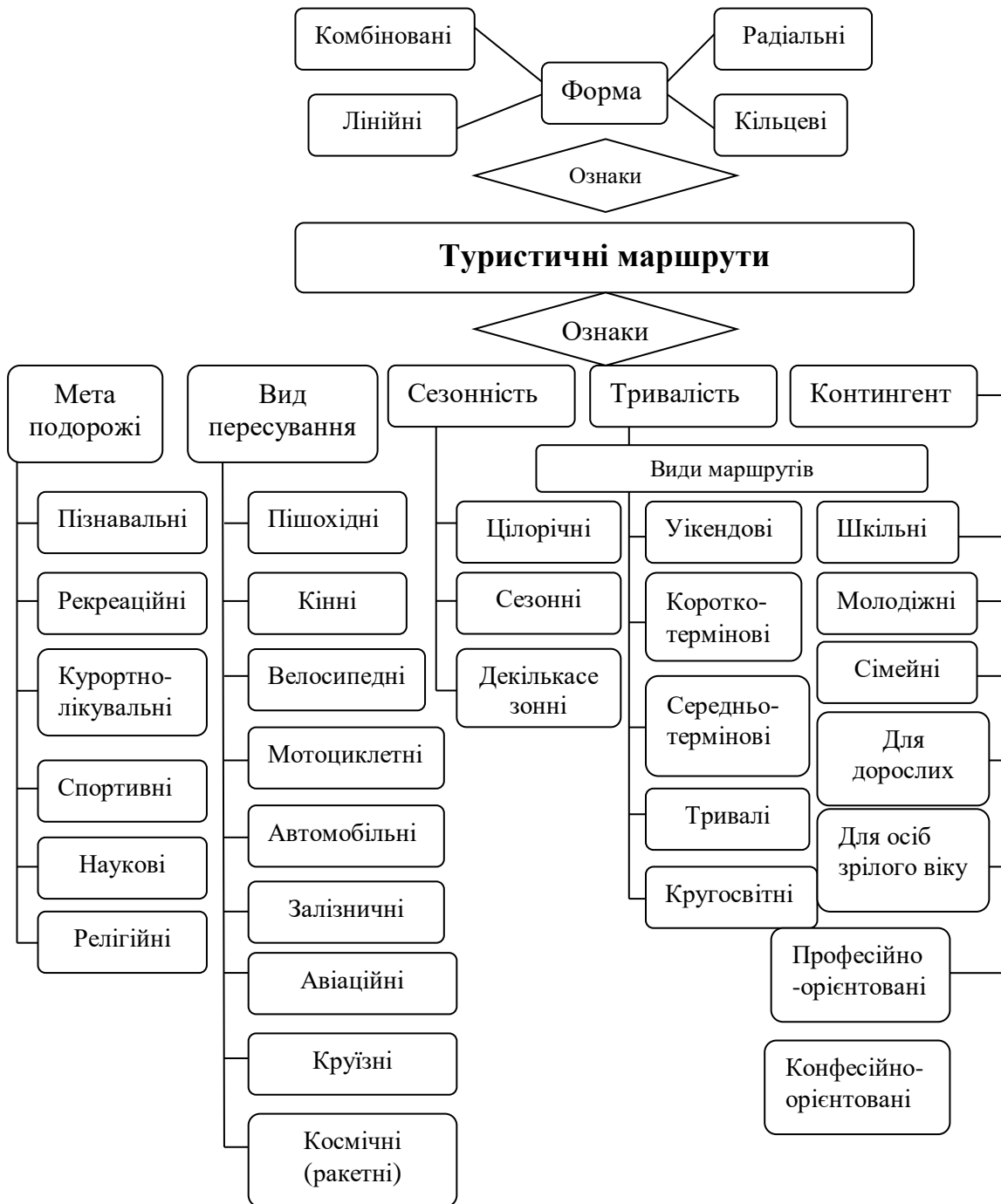
2. Учасники туристського процесу повинні визнати роль, яку відіграють міжнародні організації, в першу чергу Всесвітня туристська організація, і неурядові організації, які займаються питаннями просування та розвитку туризму, захисту прав людини та охороною навколишнього середовища і здоров'я, з урахуванням дотримання основних принципів міжнародного права.

3. Ті ж учасники туристського процесу повинні проявити намір передавати з метою примирення всі спірні питання, пов'язані із застосуванням або тлумаченням Глобального етичного кодексу туризму, неупередженому третьому органу, іменованому «Всесвітній комітет з етики туризму».

Стандартна класифікація засобів розміщення туристів

Категорія	Розряд	Група
1. Колективні засоби розміщення туристів	1.1. Готелі та аналогічні засоби розміщення туристів	1.1.1. Готелі 1.1.2. Аналогічні заклади
	1.2. Спеціалізовані заклади	1.2.1. Оздоровчі заклади 1.2.2. Табори праці та відпочинку 1.2.3. Громадські засоби транспорту 1.2.4. Конгрес-центри
	1.3. Інші колективні заклади	1.3.1. Житло для відпочинку 1.3.2. Площадки для кемпінгу 1.3.3. Інші колективні заклади
2. Індивідуальні засоби розміщення туристів	2.1. Індивідуальні засоби розміщення	2.1.1. Власне житло 2.1.2. Орендовані кімнати у сімейних будинках 2.1.3. Житло, яке орендується у приватних осіб чи агентств 2.1.4. Розміщення, що надається безкоштовно родичам чи знайомим 2.1.5. Інше розміщення на індивідуальній основі

Класифікація туристичних маршрутів



Міжнародні акти України про співробітництво у галузі туризму

Назва країни	Назва міжнародного договору	Дата набрання чинності
Австрія	Меморандум про українсько-австрійське співробітництво у галузі туризму	04.11.2004
Азербайджан	Угода про співробітництво в галузі туризму між Кабінетом Міністрів України та Урядом Азербайджанської Республіки	16.12.1999
Албанія	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Албанія про співробітництво в галузі туризму	07.12.2002
Андорра	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Князівства Андорра про співробітництво в галузі туризму	31.10.2011
Білорусь	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Білорусь про співробітництво в галузі туризму	16.02.2006
Болгарія	Угода між Урядом України та Урядом Республіки Болгарія про співробітництво в галузі туризму	18.01.1997
Боснія і Герцеговина	Угода між Кабінетом Міністрів України та Радою Міністрів Боснії і Герцеговини про співробітництво в сфері туризму	Контрагентом виконуються відповідні внутрішньодержавні процедури (підписана 14.03.2019)
Бразилія	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Федеративної Республіки Бразилія про співробітництво в галузі туризму	30.06.2000
Бруней	Меморандум про взаєморозуміння між Кабінетом Міністрів України та Урядом Його Величності Султана і Янг Ді-Пертуана Брунею Даруссаламу щодо співробітництва в	18.06.2004

	галузі туризму	
В'єтнам	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Соціалістичної Республіки В'єтнам про співробітництво в галузі туризму	06.04.2000
Вірменія	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Вірменія про співробітництво у галузі туризму	19.07.1999
Греція	Угода про співробітництво у сфері туризму між Урядом України та Урядом Грецької Республіки	01.06.1998
Грузія	Угода між Урядом України та Урядом Республіки Грузія про співпрацю в галузі туризму	28.10.1997
Естонія	Угода про співробітництво в галузі туризму між Державним комітетом України по туризму та Державним Департаментом по туризму Естонії	04.12.1994
Єгипет	Угода про співробітництво в сфері туризму між Державним комітетом України по туризму та Міністерством туризму Арабської Республіки Єгипет	16.10.1995
Ізраїль	Угода про співробітництво в сфері туризму між Урядом України та Урядом Держави Ізраїль	27.03.1996
Індія	Угода між Урядом України і Урядом Республіки Індія про співробітництво в галузі культури, мистецтва, освіти, туризму, спорту та засобів масової інформації	27.03.1992
	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Індія про співробітництво в галузі туризму	12.08.2003
Іран	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Ісламської Республіки Іран про співробітництво в галузі туризму	22.05.2002
Італія	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Італійської Республіки про співробітництво в галузі туризму	Контрагентом виконуються відповідні внутрішньодержавні процедури

		(підписана 08.10.2008)
Йорданія	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Йорданського Хашимітського Королівства про співробітництво в галузі туризму	12.02.2006
Казахстан	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Казахстан про співробітництво в галузі туризму	24.04.2003
Киргизстан	Угода між Урядом України та Урядом Республіки Киргизстан про співробітництво у галузі туризму, альпінізму і готельної індустрії	23.02.1993
Кіпр	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Кіпр про співробітництво в галузі туризму	10.09.2010
КНР	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом КНР про співробітництво в галузі туризму	21.07.2001
	Меморандум про взаєморозуміння між Державним агентством України з туризму та курортів та Національною туристичною адміністрацією Китайської Народної Республіки про сприяння груповим поїздкам китайських туристів до України	05.12.2013
Корея	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Корея про співробітництво в галузі туризму	08.07.2009
Кувейт	Угода між Урядом України та Урядом Держави Кувейт про співробітництво в сфері туризму	30.05.2019
Куба	Угода про співробітництво в сфері туризму між Урядом України та Урядом Республіки Куба	14.04.1997
Ліван	Угода про співробітництво в галузі туризму між Кабінетом Міністрів України та Урядом Ліванської Республіки	08.07.2003
Литва	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Литовської Республіки про співробітництво в галузі туризму	11.01.2005

Лівія	Угода між Кабінетом Міністрів України та Великою Соціалістичною Народною Лівійською Арабською Джамагірією про співробітництво в галузі туризму	08.09.2004
Люксембург	Угода між Урядом України і Урядом Великого Герцогства Люксембург про співробітництво в галузі культури, науки, освіти і туризму	30.09.1996
Македонія	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Македонія про співробітництво в галузі туризму	01.08.2000
Мальта	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Мальти про співробітництво в галузі туризму	09.07.2008
Молдова	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Молдова про співробітництво в галузі туризму	25.07.2008
Монголія	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Монголії про співробітництво в галузі туризму	08.12.2004
Польща	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Польща про співробітництво в галузі туризму	24.06.2006
Португалія	Угода між Україною та Португальською Республікою про співробітництво в галузі туризму	28.06.2008
Румунія	Меморандум про взаєморозуміння щодо співробітництва у сфері туризму між Міністерством економічного розвитку і торгівлі України та Міністерством туризму Румунії	25.06.2019
Сербія	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Сербія про співробітництво у сфері туризму	13.06.2019
Сирія	Угода між Урядом України та Урядом Сирійської Арабської Республіки про співробітництво в галузі туризму	21.01.2004

Словаччина	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Словацької Республіки про співробітництво в галузі туризму	04.03.2004
Словенія	Меморандум про взаєморозуміння щодо співробітництва в галузі туризму між Міністерством інфраструктури України та Міністерством економіки Республіки Словенія	11.10.2011
Таджикистан	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Таджикистан про співробітництво в галузі туризму	20.09.2010
Туніс	Угода про співробітництво в сфері туризму між Державним комітетом України по туризму та Міністерством по туризму і ремісництву Туніської Республіки	07.04.1995
Туреччина	Угода між Урядом України і Урядом Турецької Республіки про співробітництво в сфері туризму	15.09.1994
Туркменістан	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Туркменістану про співпрацю в галузі туризму	28.01.1998
	Угода між Міністерством економічного розвитку і торгівлі України та Державним комітетом Туркменістану з туризму щодо співробітництва у сфері туризму	29.10.2015
Угорщина	Угода між Державним комітетом молодіжної політики, спорту і туризму України та Міністерством економіки Угорської Республіки про співробітництво в галузі туризму	02.08.2001
Узбекистан	Угода між Урядом України та Урядом Республіки Узбекистан про співробітництво в сфері туризму	20.06.1995
Фінляндія	Угода між Державним комітетом молодіжної політики, спорту і туризму України та Державною радою з питань туризму Фінляндії про співробітництво в галузі туризму	16.06.2000
Франція	Меморандум про взаєморозуміння	18.12.2012

	між Державним агентством України з туризму та курортів та Генеральною Дирекцією конкурентоспроможності, промисловості і послуг Французької Республіки та Адетеф, агентство міжнародного співробітництва Міністерства економіки та фінансів Французької Республіки	
Хорватія	Угода між Урядом України та Урядом Республіки Хорватія про співробітництво в галузі туризму	28.04.1998
Чехія	Угода про співробітництво в галузі туризму між Міністерством культури і туризму України та Міністерством регіонального розвитку Чеської Республіки	17.02.2006
Чорногорія	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Чорногорії про співробітництво в галузі туризму	09.12.2011
Шрі-Ланка	Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Демократичної Соціалістичної Республіки Шрі-Ланка про співробітництво в галузі туризму	15.04.2013
Країни СНД	Угода про співробітництво в галузі туризму(Азербайджанська Республіка, Республіка Молдова, Республіка Білорусь, Російська Федерація, Республіка Вірменія, Республіка Таджикистан, Республіка Грузія, Туркменістан, Республіка Казахстан, Республіка Узбекистан, Киргизька Республіка, Україна)	23.12.1993

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна:

1. ДСТУ «Системи управління якістю. Основні положення та словник» / ISO 9000/2000, ІДТ / К.: Держстандарт України, 2001. 40 с.
2. Кляп М. П., Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 334 с.
3. Лук'яненко В. А. Охорона праці в туризмі : конспект лекцій. Київ.: 2007. 230 с.
4. Любіцева О. О., Бабрицька В. К. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник. К. Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. 335 с.
5. Любчук О. К. Організація туризму. Основи туризмознавства: навч. посібник. Маріуполь : ГВУЗ «ПДТУ», 2018. 154 с.
6. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
7. Мальська, М.П., Гамкало М.З., Бордун О.Ю. Туристичне країнознавство. Європа: навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2009. 224 с.
8. Михайліченко Г.І. Основи туризмознавства: Опорний конспект лекцій. К.: КНТЕУ, 2003. 99 с.
9. Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей: навч. посіб. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. 156 с.
10. Організація туризму: підручник / Л. М. Алексеєнко, Т. І. Божук, В. Я. Брич [та ін.]; за заг. ред. В. Я. Брича. Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 448 с.
11. Основи туризмознавства: навчальний посібник / Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ; уклад.: О. В. Литвин, М. Г. Акулов. Умань : Візаві, 2019. 169 с.
12. Про внесення змін до Закону України «Про туризм». Закон України від 18 листопада 2003 р. № 1282 // Урядовий кур'єр. 2003. 25 груд. (№ 244) С. 15-19.

13. Про Національну раду з туризму. Постанова Кабінету Міністрів України від 13 березня 1996 р. № 322.
14. Про ратифікацію Кіотського протоколу до Рамкової Конвенції Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату. Закон України від 04.02.2004 р. №1430-IV.
15. Про туризм. Закон України від 15.09.1995 № 323/95. Урядовий кур'єр, 1995. 40 с.
16. Про утворення Наукового центру розвитку туризму. Постанова Кабінету Міністрів України від 17 серпня 2002 р. № 1132.
17. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: підручник. К.: Грамота, 2006. 264 с.
18. Горяник В.М., Джинджоян В.В. Безпека туризму: навч. посіб. Д. : ДГУ, 2018. 284 с.
19. Горяник В.М., Джинджоян В.В. Механізм державного управління туристичною галуззю в Україні (ліцензування, сертифікація, стандартизація). Словник-довідник: навч. посіб. Д. : ВНПЗ «ДГУ», 2020. 182 с.
20. Горяник В.М., Джинджоян В.В. Піхун Н.А. Реклама та PR у сфері туризму: підручник. Д. : ДГУ, 2018. 320 с.
21. Горяник В.М., Сардак С.Е., Джинджоян В.В. Туризмологія: підручник. Д. : ДГУ, 2022. 306 с.
22. Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку. – Тернопіль, "Терно-граф". 2008 976 с.
23. Устименко Л. М. Основи туризмознавства: навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. і доп. К. Альтерпрес, 2011. 345 с.
24. Устименко Л. М., Булгакова Н. В. Основи туризмознавства: практикум. Київ : Видавництво Ліра-К, 2018. 80 с.
25. Холловей Дж. К., Тейлор Н. Туристический бизнес: пер. с 7-го англ. изд. К.: Знання, 2007. 798 с.

Допоміжна:

1. Бойко З.В., Горб К.М, Горожанкіна Н.А. Танцювальні фестивалі України як складова фестивального туризму. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: географія*. Тернопіль: СМП «Тайп». №1 (випуск 46). 2019. С. 129-133.

2. Бойко З.В., Горожанкіна Н.А Івент-туризм як фактор формування туристського іміджу території у регіональному аспекті. Існуюча практика та новітні тенденції в управлінні суб`єктами господарювання різних організаційно-правових форм: монографія / за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріна. Дніпро, 2020. С. 495-515/

3. Бойко З.В., Горожанкіна Н.А. Основи туризмознавства як теоретичне вивчення сутності туризму. Сучасні реалії фінансово-економічного розвитку регіонів, галузей, підприємств, бізнесу: монографія /за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. Дніпро: Пороги, 2020. С.410-425

4. Бойко З.В., Горожанкіна Н.А. Розвиток спеціалізованого туризму в Україні як одне з практичних питань організації туризму (на прикладі кінного туризму). *Сучасні процеси трансформації у бізнесі та виробництві: теорія, методологія, практика (фінансовий сектор, аграрна галузь та сфера послуг): монографія/за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної*. Дніпро: Журфонд. 2019. С. 504-519.

5. Бойко З.В., Горожанкіна Н.А., Горб К.М. Methods of tourist resources evaluation as a component of tourism organization. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: географія*. Тернопіль: СМП «Тайп». №1 (випуск 48), 2020.С. 70-76

6. Гаагская декларация по туризму. Конкретные выводы и рекомендации. Приложение к Гаагской декларации по туризму от 14 апреля 1989 г. *Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Зб. нормат. актів / За ред. В.К. Федорченка*. – К.: Юрінком Інтер, 2002. 640 с.

7. Джинджоян В.В. Базисні детермінанти розвитку туристичних підприємств на основі їх соціальної діяльності: монографія. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2020. 248 с.

8. Джинджоян В.В. Новітні методи китайського освітнього менеджменту з підготовки фахівців для туристичного бізнесу. *Туристичний бренд як фактор формування позитивного іміджу України на світовому ринку* : Зб. матер. II Всеукр. наук.-практ. інтернет конф. (Львів, 20 лютого 2020 р.). Львівський інститут економіки і туризму. Львів: ЛІЕТ, 2020. С. 201-203.

9. Джинджоян В.В. Продвижение турпродукта современными инструментами туристического маркетинга. Сучасні технології управління розвитком підприємств України: механізми, реалії, перспективи : колект. монограф. / за заг. ред. Т.В. Гринько. Дніпропетровськ : Біла К. О., 2016. 504 с.

10. Джинджоян В.В. Реалізація туристичних програм в сфері освіти, медицини, природо охорони. *Економіка і держава*. 2020. № 1. С. 50-53.

11. Джинджоян В.В., Волок В.В. Влияние уровня использования IT на развитие туризма и гостеприимства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. №1(18).

12. Джинджоян В.В., Ємельянова М.О., Штонда Г.А. Стратегічне управління розвитком туризму. *Право і суспільство*. 2018. №6-1. С. 132-137

13. Джинджоян В.В., Зубко О.Є., Матвейчук В.К. Особливості розвитку туризму в Україні. *Актуальні проблеми та перспективи сталого розвитку підприємств та регіонів України* : зб. наук. праць Всеукр. наук.-практ. конф., 12 трав. 2016 р. Дніпропетровськ: Ліра, 2016. С. 46-48.

14. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / Укл.: В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух. К.: Вид. Дім «Слово», 2006. 372 с.

15. Інформаційні інтернет-ресурси галузей туризму та готельно-ресторанного господарства : інформ.-довід. вид. / [уклад. : Пітин М. П., Антал Л. В.]. Львів : 2009. 52 с.

16. Методичні рекомендації для семінарських (практичних) занять та самостійної роботи студентів з дисципліни «Основи туризмознавства»

підготовки фахівців ступеня вищої освіти «бакалавр» спеціальність 242 «Туризм». Укл. Бойко З.В., Язіна В.А. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2020. 37 с.

17. Петрова К.В., Джинджоян В.В., Сардак С.Е. Особливості екскурсійного обслуговування іноземних туристів. *Економічний простір. Збірник наукових праць*. Дніпро: ПДАБА. 2017. №126. С. 71-81.

18. Редько В.Є. Посібник до самостійного вивчення дисципліни «Основи туризмознавства». Дніпропетровськ : Біла К.О., 2014. 63 с.

19. Федорченко В.К., Дворова Т.А. Історія туризму в Україні: навч. посіб. К.: Вища шк., 2002. 195 с.: іл.

20. Федорченко В.К., Пазенок В.С. Філософія туризму: навч. посіб. К.: Кондор, 2004. 298 с.

Інформаційні ресурси мережі Internet:

1. Глобальный этический кодекс туризма ВТО.URL: http://www.world-ecotourism.org/ruso/declarations/dec_quebec.htm

2. Квебекская декларация по экологическому туризму 22 мая 2002 г. URL: <http://www.world-ecotourism.org/ruso/global/globalcodeethicscode documents>

3. Офіційний сайт Міністерства культури і туризму України.URL: www.mincult.gov.ua

4. Офіційний сайт Державного Комітету статистики України.URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

5. Офіційний сайт Конференції ООН з торгівлі і розвитку ЮНКТАД.URL: <http://www.unctad.org>

6. Офіційний сайт Організації економічного співробітництва і розвитку.URL:<http://www.oecd.org/>

7. Офіційний сайт Світового економічного форуму.URL: <http://www.weforum.org/>

8. Офіційний сайт Світової Організації торгівлі.URL: <http://www.wto.org>

9. Офіційний статистичний сайт Євросоюзу.URL:
<http://www.europa.eu.int/comm/eurostat>

10. Положення про Державне агентство розвитку туризму України. URL:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1162-2019-%D0%BF#n11>

Платформи для самоосвіти:

1. Громадський проект масових відкритих онлайн-курсів
«PROMETEUS»

2. ВУМ – відкритий університет майдану

3. Динамічне навчальне середовище MOODLE

4. Студія онлайн-освіти EDERA