

святковими звичаями краю.

Досягненням сучасної культури є проведення щорічного Міжнародного фестивалю естрадної пісні „На хвилях Світіязя”, який користується особливою популярністю як у місцевого населення, так і у відпочиваючих.

Дані об’єкти та народні традиції мають не лише історико-культурне значення, але й важливі для розвитку туризму в регіоні, адже вони можуть сприяти збільшенню кількості відпочиваючих, впроваджені нових форм відпочинку та розвантажені рекреаційно-освоєних ділянок, завдяки проведенню екскурсій історико-культурними пам’ятками території.

Важливою складовою рекреаційного природокористування є розвиток соціокультурних передумов. Провівши їх дослідження на території Шацького національного природного парку ми встановили, що дані передумови є сприятливими для розвитку рекреаційної індустрії. Територія забезпечена трудовими ресурсами, є значна кількість дворів для розвитку „сільського туризму”, розвинута транспортна інфраструктура, хоча і потребує певного оновлення, великий потенціал території у розвитку історико-культурних видів рекреації. На даний час слабо розвинута сфера обслуговування, тому потребує реорганізації. Ще одним важливим питанням є впровадження різносезонних видів рекреації, адже соціокультурна сфера сприяє розвитку таких видів. Таке впровадження дає можливість збалансовано розвивати рекреаційну діяльність на території парку та сприятиме соціо-економічному розвитку району. Отже проведені дослідження засвідчили, що територія парку володіє усіма потрібними соціокультурними передумовами розвитку рекреаційного природокористування.

Література:

1. *Бейдик О.О.* Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. – К.: КНУ, 2001. – 397с.
2. *Горбаль У.* Рекреаційний потенціал як об’єкт наукового аналізу в суспільній географії / Вісник Львів. ун-ту Серія географічна. 2007. Вип. 34. С. 52 – 55.
3. Проект організації території, охорони, відтворення та рекреаційного використання природних комплексів і об’єктів Шацького національного природного парку. – Київ, 2005. – 201 с.
4. *Топчієв О.Г.* Суспільно-географічні дослідження: методологія, методи, методика: Навч. посібн. – Одеса: Астропринт, 2005. – 632 с.
5. Офіційний сайт Шацької РДА / www.shaadm.gov.ua

Summary:

Lubomyr Bezruchko. SOCIAL AND CULTURAL PRECONDITIONS OF THE RECREATIONAL DEVELOPMENT OF THE SHACK NATIONAL NATURAL PARK AND NEIGHBORING TERRITORIES.

In the article were described social, cultural and historical preconditions of the recreational development of the Shack National Natural Park and neighboring territories. The propositions of the involving the most attractive social and cultural objects to the development of recreational way of environmental management.

Надійшла 19.05.2008р.

УДК 911.3

Надія СТЕЦЬКО

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО АНАЛІЗУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Системний підхід у туризмі дає можливість побудувати якісну модель його розвитку, де головним є облік важливих складових елементів. До таких елементів відносять: туристичні ресурси; туристична індустрія; турист; туристичний продукт; просування туристичного продукту; туроператорська й турагентська діяльність.

Дослідження і публікації. За останні роки появилось багато наукових публікацій, які присвячені цій проблемі. [2-7]

У роботі ставляться такі основні завдання: а) розглянути основні складові туристичної

індустрії (туристичні ресурси, туристична індустрія, турист, туристичний продукт, просування туристичного продукту, турсервіс та турагентська діяльність); б) розкрити системний підхід у туризмі через з'ясування його складових елементів.

Виклад основного матеріалу. У Законі України "Про туризм", який набрав чинності з 1 січня 2004 р., розкрито основні поняття в галузі туризму.

Отже, у цьому Законі наведені нижче терміни вживаються в такому значенні:

туризм – тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування;

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

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

супутні туристичні послуги та товари – послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких несуттєво скоротяться без їх реалізації туристам;

характерні туристичні послуги та товари – послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких суттєво скоротяться без їх реалізації туристам;

просування туристичного продукту – комплекс заходів, спрямованих на створення та підготовку до реалізації туристичного продукту чи туристичних послуг (організація рекламно-ознайомлювальних подорожей, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, видання каталогів, буклетів тощо); місце продажу (реалізації) туристичних послуг – країна, в якій зареєстровано відповідний суб'єкт господарювання, що реалізує туристичний продукт;

місце надання туристичних послуг – країна, на території якої безпосередньо надаються туристичні послуги.

У цьому Законі також виділені організаційні форми й 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.

Визначаючи форму туризму, слід мати на увазі, що особа може бути громадянином України, а мати місце постійного проживання в іншій країні. Зазначена обставина вносить певну невизначеність щодо того, яку форму має форма туризму (міжнародний в'їзний чи внутрішній) при подорожах громадян України, які постійно не проживають у нашій країні, в межах України.

Залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, та інших ознак, в рамках зазначених організаційних форм, Закон виділяє ряд видів туризму.

I. Залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі: дитячий; молодіжний; сімейний; для осіб похилого віку; для інвалідів.

II. Залежно від цілей туристичної подорожі: культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; спортивний;

релігійний; екологічний (зелений); мисливський.

III. Залежно від об'єктів, що використовуються або відвідуються: сільський; підводний; гірський.

До інших ознак, які відмежовують один вид туризму від іншого, можна віднести: вид транспорту, що використовується під час туристичної подорожі, кількість осіб, що подорожує тощо.

Особливості здійснення окремих видів туризму встановлюються законом.

Учасниками відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, є юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги (перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування) чи здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг, а також громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

Суб'єктами, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність (далі – суб'єкти туристичної діяльності), є: туристичні оператори (далі – туроператори); туристичні агенти (далі – турагенти); інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг; гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу.[3]

Тур – це туристична подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, що забезпечена комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо).

Отже, туризм включає комплекс матеріально-речовинних, інформаційних, організаційних та інших передумов, що забезпечують туристу умови, які дозволяють задовольнити туристичну зацікавленість і сформувані цілі, які спонукали його до цього виду рекреації.

Таким чином, наведений перелік основних понять показує, що туризм – є складне явище, яке залежить від багатьох соціально-економічних, юридичних, природно-кліматичних чинників і регулюється ними. Тому, доцільно при такій ситуації використовувати системний підхід.

Власне системний підхід у туризмі дає можливість побудувати якісну модель його розвитку, де головним є облік важливих складових елементів.

До таких елементів відносять: туристичні ресурси; туристична індустрія; турист; туристичний продукт; просування туристичного продукту; туроператорська й турагентська діяльність.

Із перелічених елементів необхідно з'ясувати такі поняття: туристичні ресурси, туристична індустрія, туроператорська й турагентська діяльність.

Згідно Закону, туристичними ресурсами України є туристичні пропозиції, які пропонуються чи можуть пропонуватися вітчизняним та іноземним туристам для ознайомлення і використання. Терміном „туристичні пропозиції” охоплюється широке коло природних, історико-культурних, географічних ознак України, котрі можуть всебічно задовольняти пізнавальні, оздоровчо-спортивні, духовні та інші потреби подорожуючих.[1; 8]

Туристичні ресурси залежать від особливостей географічного положення, рельєфу, клімату, історії України та від інших чинників. Туристична пропозиція, має свою матеріальну основу, яка може перебувати у державній, комунальній чи приватній власності.

Туристичні ресурси України, як це випливає з ч. 2 ст. 3 Закону, можуть перебувати у двох станах:

такі, що не використовуються у туристичній галузі, хоча можуть використовуватись;

такі, що використовуються у туристичній галузі. Перша група туристичних ресурсів вимагає свого освоєння, а друга – розвитку.

Напрями освоєння і розвитку туристичних ресурсів України визначаються органами державної влади, органами місцевого самоврядування відповідно до програм розвитку туризму.

На жаль, в Україні не прийнятий єдиний закон, який би встановлював класифікацію та оцінку туристичних ресурсів України, режим їх охорони, порядок використання, порядок збереження цілісності туристичних ресурсів України, заходи для їх відновлення.

Зазначені положення частково містяться в законах України, котрі регулюють відносини, пов'язані з охороною культурної спадщини та навколишнього природного середовища. До прийняття закону, який би стосувався суто туристичної галузі, слід керуватися законами України "Про охорону культурної спадщини", "Про охорону навколишнього природного середовища", "Про охорону атмосферного повітря", "Про охорону земель", №Про приєднання України до Конвенції 1979 року про охорону дикої флори і фауни та природних середовищ існування в Європі", „Про охорону археологічної спадщини” та ін.

Як уже зазначалося, на сьогодні не існує законодавчо визначеної класифікації туристичних ресурсів України. Однак у ч. 4 ст. 3 Закону виокремлений один із елементів майбутньої класифікації під назвою "унікальні туристичні ресурси". Унікальні туристичні ресурси – це надзвичайні, єдині у своєму роді, рідкісні, виняткові. До таких ресурсів можуть належати рідкісні об'єкти культурної, археологічної спадщини, унікальні природні території тощо.

Враховуючи особливу важливість унікальних туристичних ресурсів для екологічної рівноваги, для виховання у нинішнього та майбутніх поколінь поваги до своєї історії, культури, звичаїв та традицій українського народу, вони можуть бути на особливому режимі охорони, що обмежує доступ до них.

Мова не йде про повну ізоляцію унікальних туристичних ресурсів від використання (інакше б вони не називались туристичними ресурсами), а маються на увазі певні обмеження, пов'язані з реальною пропускнуою спроможністю, з рівнем припустимого антропогенного (людського) навантаження на них, з сезонними та іншими умовами.

Аналіз ч. 5 ст. 3 Закону приводить до висновку, що у ній зазначений один із основних принципів діяльності органів державної виконавчої влади та власників об'єктів містобудування при здійсненні ними містобудівного планування, проектування, розміщення, будівництва і реконструкції об'єктів містобудування на територіях рекреаційних зон, котрі теж належать до туристичних ресурсів.

Відповідно до ст. 63 Закону України „Про охорону навколишнього природного середовища”, рекреаційна зона – це ділянка суші і водного простору, призначена для організованого масового відпочинку населення і туризму.[1]

Вказаний принцип можна сформулювати так: максимальне врахування особливостей місцевого соціально-економічного, природного та культурного середовища при здійсненні робіт по плануванню і спорудженню об'єктів містобудування.

У Законі України "Про туризм" немає визначення поняття "туристична індустрія", а міститься визначення туристичного продукту. Ключовим у визначенні цього поняття є категорія "послуга".[8]

Тому подаємо загальноприйняте визначення із літературних джерел поняття "туристична індустрія" як сукупність підприємств, установ та організацій матеріальної й нематеріальної сфери, які забезпечують виробництво, розподіл, обмін й споживання туристичних ресурсів і створення туристичної інфраструктури.

Послуга – це дія, вчинок, що дає користь, допомогу іншому. Усі туристичні послуги можна поділити на дві групи: матеріальні та нематеріальні. Такий поділ має не тільки теоретичне, але і велике практичне значення.

Наука цивільного права розмежовує матеріальні та нематеріальні послуги за такими ознаками:

I. Матеріальні послуги:

- послуга знаходить втілення в матеріальному об'єкті (цей об'єкт змінюється, створюється, переміщується тощо) чи в особі споживача послуги (наприклад, надання послуг харчування, лікування, перевезення тощо);

- досягнення результатів надання матеріальних послуг може гарантуватися;

- споживач послуги проводить оплату діяльності особи, яка надає послуги, при позитивному результаті наданої послуги.

II. Нематеріальні послуги:

- результат послуги має нематеріальний характер (наприклад, надання послуги екскурсаводом);

- особа, яка надає послуги, не гарантує досягнення позитивного результату від наданої послуги;

- оплата наданої послуги проводиться незалежно від досягнення чи недосягнення позитивного результату;

- невід'ємність від особи, яка надає послуги;

- послуга споживається в момент її надання;

- позитивний ефект від наданої послуги залежить не лише від особи, яка надає послуги, але й від особи, яка є замовником послуги.

Зазначений поділ з практичної точки зору може бути корисним при виникненні спорів між суб'єктами туристичної діяльності та споживачами туристичних послуг (туристами) з приводу очікуваних результатів надання туристичних послуг.

Комплекс туристичних послуг називається туристичним продуктом при одночасному виконанні таких умов:

а) до складу комплексу входить не менше ніж дві туристичні (матеріальні та/чи нематеріальні) послуги;

б) ці послуги реалізуються або пропонуються для реалізації за визначеною ціною.

Що стосується видів туристичних послуг як складових частин туристичного продукту, то, з нашої точки зору, немає значення, які саме туристичні послуги мають включатися до його складу. Визначальним у цьому випадку є не вид, а кількість реалізованих чи запропонованих до реалізації туристичних послуг. У разі реалізації туристу не менше ніж двох туристичних послуг, можна говорити про реалізацію туристичного продукту.[3]

Очевидно, що турист теж є споживачем, котрий придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити для власних побутових потреб туристичну послугу чи туристичний продукт. Виходячи з цього, під супутніми туристичними послугами та товарами слід розуміти такі послуги і товари, котрі в основному задовольняють потреби широкого кола споживачів, у якому туристи займають незначну частину. Через це при відсутності реалізації таких послуг чи товарів туристам їх надання та виробництво несуттєво скоротиться, оскільки вони матимуть попит з боку інших споживачів.

Законодавство підкреслює необхідність комплексного підходу до всіх елементів туристичної індустрії при здійсненні державного регулювання між підприємствами, організаціями й установами, її складовими.

До туристичної індустрії характерні процеси спеціалізації, кооперування й концентрації виробництва.

Спеціалізація знаходить своє відображення у розвитку засобів розміщення (готелів, мотелів, ботелів, флотелів), різних формах обслуговування, зміні характеру діяльності підприємств харчування й розваг, зростанні кількості нових туристичних послуг, різноманітні видів турів т.д.

Кооперування є формою організації постійних економічних зв'язків між спеціалізованими, але самостійними підприємствами з виробництва й організації туристичних послуг та товарів.

Концентрація виробництва у туристичній індустрії проходить шляхом зміцнення окремих виробничих одиниць (так, у Франції п'ять провідних туроператорів контролюють 50 % продажу пекідж-турів), так і зосередження в рамках об'єднання великої кількості підприємств ("готельні ланцюги"). Сучасний етап туристичної індустрії характеризується проникненням у туристичний бізнес компаній, що мають безпосередні виробничі зв'язки (особливо авіакомпанії), так і інших галузей економіки (банків, промислових, торговельних, страхових компаній).[7]

На туристичний бізнес активно впливає залучення капіталів із інших галузей. Цьому сприяють такі обставини:

- низькі бар'єри виходу на ринок;
- наявність надлишкових фінансових засобів;
- високі темпи розвитку туризму;
- частково помилкове уявлення про туризм як про приємний та легкий вид діяльності.

Туристична діяльність - пов'язана з організацією всіх форм виїзду людей з місць постійного проживання в оздоровчих цілях, для задоволення пізнавальних інтересів або в професійно - ділових цілях без занять оплачених діяльністю в місцях тимчасового перебування.

Суб'єктами, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність є:

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

туристичні агенти (далі – турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на тур-агентську діяльність;

інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;

гідн-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом і які в установленому порядку отримали дозвіл на право здійснення туристичного супроводу, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування;

фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.[4]

Суспільні відносини, що мають місце при здійсненні туристичної діяльності, є дуже різноманітними. Вони відрізняються між собою за суб'єктним складом та змістом, мають різні об'єкти.

У ст. 5 Закону наведений перелік та визначені основні ознаки суб'єктів (учасників) відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності.

Учасників цих відносин можна розподілити на дві великі групи:

особи, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність;

особи, що споживають туристичні послуги, створені та надані суб'єктами туристичної

діяльності.

До першої групи належать:

а) юридичні особи, які забезпечують створення туристичного продукту (туристичні оператори);

б) юридичні та фізичні особи, які надають туристичні послуги – туристичні оператори;

- інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, перевезення, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;

- гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу;

- фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

- в) юридичні та фізичні особи, які здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг (туристичні оператори, туристичні агенти).

- До другої групи належать громадяни України, іноземці та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та ін.), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність, котрі є безпосередніми споживачами туристичних послуг.

Ключовою фігурою серед суб'єктів, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність, є - туроператори.[5]

Відповідно до Закону, туроператори повинні відповідати ряду вимог:

а) туроператори – це юридичні особи, створені згідно із законодавством України (може бути юридичною особою як приватного, так і публічного права, створений у будь-якій організаційно-правовій формі);

Реєстрація юридичної особи (туроператора) здійснюється відповідно до Закону України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців".

Фізична особа не може бути туристичним оператором;

б) виключною діяльністю туроператорів є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація і надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг (не має права займатися іншими видами діяльності, крім тих, що визначені Законом;

в) туроператор повинен отримати ліцензію на туроператорську діяльність.

Органом ліцензування туроператорської та турагентської діяльності є Державна служба туризму і курортів.

Турагент, як і туроператор, повинен відповідати ряду вимог:

а) турагенти – це юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності.

Відповідно до ст. 50 ЦКУ, право на здійснення підприємницької діяльності, яку не заборонено законом, має фізична особа з повною цивільною дієздатністю. Обмеження права фізичної особи на здійснення підприємницької діяльності встановлюються Конституцією України та законом.[5]

Це найбільш проста форма підприємництва, що здійснюється від імені підприємця, на свій ризик особами, які відповідають за зобов'язаннями усім майном, що належить їм на праві приватної власності.

Фізична особа здійснює своє право на підприємництво за умови державної реєстрації її як підприємця відповідно до вимог Закону України „Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців”.

До підприємницької діяльності фізичних осіб застосовуються нормативно-правові акти, що регулюють підприємницьку діяльність юридичних осіб, якщо інше не встановлено законом або не впливає із суті відносин.

Як зазначено в ч. 6 ст. 128 ГКУ, громадянин-підприємець зобов'язаний: - у передбачених законом випадках і порядку одержати ліцензію на здійснення певних видів господарської діяльності (в цьому разі – на турагентську діяльність);

- повідомляти органи державної реєстрації про зміну його адреси, зазначеної в реєстраційних документах, предмета діяльності, інших суттєвих умов своєї підприємницької діяльності, що підлягають відображенню у реєстраційних документах;

- дотримуватися прав і законних інтересів споживачів, забезпечувати належну якість товарів (робіт, послуг), що ним виготовляються, дотримуватися правил обов'язкової сертифікації продукції, встановлених законодавством;

- не допускати недобросовісної конкуренції, інших порушень антимонопольно-конкурентного законодавства;

- вести облік результатів своєї підприємницької діяльності відповідно до вимог законодавства;

- своєчасно надавати податковим органам декларації про доходи, інші необхідні відомості для нарахування податків та інших обов'язкових платежів; сплачувати податки та інші обов'язкові платежі в порядку і в розмірах, встановлених законом;

б) турагенти 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.

Туристичний агент є посередником між особою, яка „виставляє” на реалізацію туристичний продукт, окремі туристичні послуги, та споживачами. Чинний ГКУ у ст. 295 визначає поняття комерційного посередництва.[6]

Комерційне посередництво (агентська діяльність) є підприємницькою діяльністю, що полягає в наданні комерційним агентом послуг суб'єктам господарювання при здійсненні ними господарської діяльності шляхом посередництва від імені, в інтересах, під контролем і за рахунок суб'єкта, якого він представляє.

Комерційним агентом може бути суб'єкт господарювання (громадянин або юридична особа), який за повноваженням, оснований на агентському договорі, здійснює комерційне посередництво.

Таким чином, турагент має укладати агентські договори із суб'єктами туристичної діяльності, яких він представляє, і на підставі їх виконувати свої посередницькі функції.

Відповідно до ч. 1 ст. 297 ГКУ, за агентським договором одна сторона (комерційний агент) зобов'язується надати послуги другій стороні (суб'єкту, якого представляє агент) в укладенні угод чи сприяти їх укладенню (надання фактичних послуг) від імені цього суб'єкта і за його рахунок.

Предмет агентського договору, визначений у ГКУ, і предмет договору доручення, визначений у ЦКУ (статті 1000, 1003), не збігаються. Цивільний кодекс України предметом договору доручення визначає юридичні дії, тобто такі дії, які тягнуть за собою певні юридичні наслідки. Найчастіше юридичні дії полягають в укладенні повіреним від імені довірителя різноманітних угод. Однак це не виключає здійснення повіреним у процесі виконання доручення деяких фактичних дій. Але в цьому разі фактичні дії не мають самостійного характеру. Вони є підлеглими основній меті – виконанню юридичних дій. Внаслідок свого допоміжного характеру фактичні дії не є предметом договору доручення, а лише сприяють його виконанню.

До предмета агентського договору законодавець включив і надання фактичних послуг. До фактичних послуг можна віднести, наприклад, проведення рекламних заходів від імені і за кошти замовника (наприклад, туроператора), вивчення ринку туристичних послуг тощо.

Агентський договір повинен визначати сферу, характер і порядок виконання турагентом посередницьких послуг, права та обов'язки сторін, умови і розмір винагороди турагента, строк дії договору, санкції у разі порушення сторонами умов договору, інші

необхідні умови, визначені сторонами.

Договором повинна бути передбачена умова щодо території, в межах якої турагент здійснює діяльність, визначену угодою сторін. У разі, якщо територію дії турагента в договорі не визначено, вважається, що турагент діє в межах території України.

Агентський договір укладається в письмовій формі. У договорі має бути визначено форму підтвердження повноважень (представництва) турагента.

в) турагент повинен отримати ліцензію на турагентську діяльність. Коментований Закон не містить норми, яка б вказувала на те, що турагентська діяльність для юридичних та фізичних осіб-підприємців є виключною. За таких обставин можна стверджувати, що турагентом може бути юридична особа чи фізична особа – підприємець, для якої діяльність у сфері туризму не є єдино можливою. Але для здійснення турагентської діяльності суб'єкт господарювання має отримати відповідну ліцензію в порядку, передбаченому Законом України „Про ліцензування певних видів господарської діяльності”. [1]

За спеціалізацією туроператори поділяються на тих, що працюють на масовому ринку і спеціалізовані.

Туроператори масового ринку формують тури в місця масового туризму. Туроператори спеціалізовані концентрують свою діяльність на встановленому туристичному продукті або сегменті ринку. В свою чергу вони можуть бути туроператорами:

- спеціального місця призначення (тури в Італію і т.д.);
- спеціальних місць призначення (готелі, мотелі і т.д.);
- спеціального захоплення (сафарі, релігійні тури і т.д.);
- визначеного ринку (тури для молоді, сімейних пар і т.д.);
- визначеного транспорту.

За напрямком діяльності прийнято поділяти туроператори на ініціативних і рецептивних.

Ініціативні туроператори – відправляють туристів за кордон *або в інші* регіони своєї країни за домовленістю з приймаючими (рецептивними) операторами або пов'язані з виробником туристичних послуг.

Рецептивні туроператори працюють на прийомі, і обслуговування туристів на прямих договорів із виробниками туристичних послуг.

Отже, первинним у туризмі є об'єкт туристичної зацікавленості, або за Законом туристичні пропозиції. Таким чином, об'єктом є територіально, локалізований комплекс властивостей, які зумовлюють у туристів зацікавленість, що спонукає їх здійснити туристичну поїздку або інший вид діяльності для ознайомлення з цими об'єктами. Такими об'єктами є закордонні країни, вітчизняні культурно - історичні пам'ятки (церкви, монастирі, унікальні об'єкти архітектури та місця пов'язані з життям видатних людей і т.д.), ландшафтні комплекси (парки, унікальні природні об'єкти: гаї, печери, водоспади і т.д.), території з наявними природно - кліматичними умовами (узбережжя моря, степи, гори і т.д.). Території на яких є об'єкти туристичної зацікавленості та туристичних ресурсів володіють високим туристичним потенціалом.

Туристична зацікавленість є відправним моментом у розвитку об'єктів туристичної сфери. Їх облік дає можливість обґрунтувати ймовірний попит на туристичні послуги та визначити їх оптимальну структуру. Наявність об'єктів туристичної зацікавленості на конкретній території є умовою розвитку індустрії туризму.

Другий підхід передбачає створення штучних об'єктів туристичної зацікавленості, якими можуть бути великі розважальні центри, ініціювання традицій проведення різних заходів.

Індустрія туризму є складною соціально-економічною системою на структуру якої впливає велика кількість чинників, головними є якість і кількість туристичних ресурсів. Базовими складовими цієї системи є види категорій об'єктів туристичної інфраструктури,

порядок їх встановлення та зміни визначаються Кабінетом Міністрів України.[4]

На сьогодні немає єдиного нормативного документа, який би вирішував окреслені питання. Існує проект постанови Кабінету Міністрів України "Порядок встановлення та зміни видів категорій об'єктів туристичної інфраструктури".

Порядок укладення договорів на готельне обслуговування визначається в Наказі Державної туристичної адміністрації України від 16.03.2004 р. № 19 „Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг”.

Готелі та аналогічні засоби розміщення – майнові комплекси, що складаються із 7 і більше номерів, підлягають єдиному керівництву та згруповані за категоріями відповідно до переліку надаваних послуг та наявного обладнання.

Готель – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, складається з номерів, надає готельні послуги, які не обмежуються щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів.

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

Таким чином, законодавство підкреслює необхідність комплексного регулювання між підприємствами, організаціями й установами, її складовими. Отже, до складу туристичної індустрії входять:

- організатори туризму - туристичні підприємства (туроператори, турагенти);
- заклади розміщення (готелі, мотелі, кемпінги, в курортних закладах (санаторіях, пансіонатах тощо);
- заклади харчування (ресторани, кафе, бари і под.);
- транспортні підприємства транспортні послуги, а саме: (послуги залізничного, водного, повітряного, автомобільного транспорту; оренда транспортних засобів;
- установи фахівців туристичного супроводу;
- установи різних видів страхування туристів та їх майна;
- підприємства, що займаються виробництвом та реалізацією сувенірної продукції;
- установи паспортно-візових послуг;
- фінансові установи (обмін валют, обслуговування туристичних кредитів та кредитних карт);
- установи в сфері культури (музеї, театри, зоопарки, заповідники, ботанічні сади тощо);
- спортивні та рекреаційні підприємства (послуги спортивних клубів, гольф-клубів, лижних баз, пляжів, шкіл верхової їзди, оренди туристського та спортивного знаряддя тощо);
- підприємства з організації відпочинку та розваг.
- виробничі туристичні підприємства (виробництво туристичних сувенірів, спорядження і т. ін.);
- підприємства торгівлі;
- установи самодіяльного туризму (туристичні, альпіністські, велосипедні клуби);
- органи управління туризмом (державні установи, громадські організації);
- навчальні, наукові й проектні установи.[2]

До туристичної індустрії характерні процеси спеціалізації, кооперування й концентрації виробництва.

Спеціалізація знаходить своє відображення у розвитку засобів розміщення (готелів, мотелів, ботелів, флотелів), різних формах обслуговування, зміні характеру діяльності підприємств харчування й розваг, зростанні кількості нових туристичних послуг, різноманітні видів турів т.д.

Кооперування є формою організації постійних економічних зв'язків між

спеціалізованими, але самостійними підприємствами з виробництва й організації туристичних послуг та товарів.

Концентрація виробництва у туристичній індустрії проходить шляхом зміцнення окремих виробничих одиниць (так, у Франції п'ять провідних туроператорів контролюють 50 % продажу пекідж - турів), так і зосередження в рамках об'єднання великої кількості підприємств ("готельні ланцюги"). Сучасний етап туристичної індустрії характеризується проникненням у туристичний бізнес компаній, що мають безпосередні виробничі зв'язки (особливо авіакомпанії), так і інших галузей економіки (банків, промислових, торговельних, страхових компаній).[4]

На туристичний бізнес активно впливає залучення капіталів із інших галузей. Цьому сприяють такі обставини:

- низькі бар'єри виходу на ринок;
- наявність надлишкових фінансових засобів;
- високі темпи розвитку туризму;
- частково помилкове уявлення про туризм як про приємний та легкий вид діяльності.

Література:

1. Закон України " Про туризм" // Офіційний вісник України. Щотижневий збірник актів законодавства.- К.: 2003.- №50.- С.34-56.
2. Жуков М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации. - М: Финансы и статистика , 2002. - 200 с.
3. Квартальнов В. А. Туризм: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 320 с.
4. Кабушкин Н. И. Маркетинг в туризме: Учеб. пособие. Минск: Новое знание, 2003.-496 с.
5. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). -К.: "Альтерпрес". 2002. -320 с. "
6. Менеджмент туризма. Экономика туризма / Под. ред. В. А. Квартальнова: Учебник.- М.: Финансы и статистика, 2003. -320 с.
7. Организация туризма: Учеб. пособие / А. П. Дурович, Н. И. Кабушкин, Т. М. Сергеева и др.; Под общ. ред. Н. И. Кабушкина. - Минск: Новое знание, 2003 - 632 с.
8. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник / нормативно правових актів / За заг. ред. проф. В. К. Федорченка. - К.: Юрінком Інтер .-2002. -640 с.

Summary:

N.Stetsko. SYSTEMS APPROACH TO ANALYSIS OF TOURIST ACTIVITY.

In the article the basic constituents of the system of tourism are considered namely: tourist resources, tourist industry, tourist, and tourist product, advancement of tourist product, tourism operator and tourist agent activity. The characteristic processes of tourist industry are found out specialization, co-operation and concentration.

Надійшла 06.11.2008р.