

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»**

На правах рукопису

ЛЯШЕНКО АНДРІЙ АРТУРОВИЧ

УДК 346.7:338.48 (477)

ДИСЕРТАЦІЯ

**ГОСПОДАРСЬКО-ПРАВОВІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ
ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ**

Спеціальність: 12.00.04 – господарське право,
господарсько-процесуальне право

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата юридичних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

(А.А. Ляшенко)

Науковий керівник:
Подцерковний Олег Петрович,
доктор юридичних наук, професор,
член-кореспондент НАПрН України

Одеса-2021

АНОТАЦІЯ

Ляшенко А.А. «Господарсько-правові основи розвитку туристичної індустрії в Україні».– Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата юридичних наук за спеціальністю 12.00.04 – господарське право; господарсько-процесуальне право. – Національний університет «Одеська юридична академія», Одеса, 2021.

У роботі досліджуються господарсько-правові основи розвитку туризму в Україні як економічної галузі.

Здійснено комплексний аналіз господарсько-правових засад туристичної діяльності, особливостей формування та надання комплексної туристичної послуги, питань, пов'язаних з наданням пільг та преференцій учасникам відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, 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 питань, пов'язаних із захистом прав споживачів турпродукту.

Обґрунтовано, що генеза світової індустрії гостинності (туризму) з найдавніших часів і до новітнього часу тісно і нерозривно пов'язана з розвитком господарської (торговельної) діяльності окремих поселень, міст, держав - там, де торговий шлях набував сталості та регулярності, там виникала індустрія гостинності та її господарство.

Доведено необхідність визнання на державному рівні поняття «туристична індустрія», яку визначено як систему виробничих, транспортних, торговельних, сервісних підприємств і засобів розміщення. Туристична індустрія є цілісною відкритою системою надання туристичних послуг, основу якої складає господарська діяльність туроператора та інших

суб'єктів господарювання, що формують інтегрований вид економічної діяльності - туристичну галузь України.

Обґрунтовано, що туристична індустрія функціонує завдяки механізму упорядкованих горизонтальних господарських зв'язків, в межах яких вирішуються питання укладення та виконання договорів, які за своєю правовою природою є господарськими договорами надання послуг, а також вертикальних господарських зв'язків, метою яких є створення ефективної туристичної системи для збільшення туристичних потоків в формі ВТ і МВТ.

У роботі здійснено аналіз підходів до визначення туристичної діяльності як предмету правового регулювання, зокрема, як сукупності дій державних органів та органів місцевого самоврядування, громадських організацій, суб'єктів підприємницької діяльності, їх об'єднань з організації та ведення господарської діяльності суб'єктами ТП, спрямованої на ощадливе та доцільне використання туристичних ресурсів країни, сталий розвиток ТП та її інфраструктури, що складають матеріально-технічну базу туризму, та як діяльності із забезпечення попиту у сфері особистого споживання, захисту прав споживачів. Відзначено, що головним завданням системоутворюючої діяльності туроператорів, державних органів і органів місцевого самоврядування є оптимізація процесів з виробництва вітчизняного турпродукту з метою підвищення її конкурентоспроможності на світовому ринку ТП.

Обґрунтована багатозначність туристичної діяльності, яка здійснюється суб'єктами ТП України, виділенням господарської діяльності по забезпеченню надання комплексної ТП (формування турпродукту) у сфері ВТ і МВТ, що не є посередництвом, та посередницької господарської діяльності (як правило, агентської) у сфері виїзного туризму, що дозволяє врахувати специфіку кожної окремої форми туризму.

Обґрунтовано необхідність закріплення юридичних гарантій сталого розвитку системи вітчизняного туризму, запобігання негативному впливу на економіку та туристичні ресурси країни, докiлля при здійсненні

господарської діяльності суб'єктами ТП України, зокрема, шляхом розмежування туроператорів на дві категорії, а саме: на тих, які надають комплексну турпослугу (турпродукт), сформовану на базі вітчизняної туристичної індустрії, та на тих, що сприяють наданню комплексної турпослуги (турпродукту), сформованої на базі зарубіжної індустрії з урахуванням наявної матеріально-технічної бази та поставлених завдань щодо розвитку вітчизняної економіки взагалі та вітчизняного туризму зокрема.

Удосконалено визначення змісту основних туризмологічних понять, серед яких: 1) комплексна ТП (КТП) – послуга, яка надається туристу на його замовлення виключно туроператором і полягає в організації подорожі шляхом розробки туристичного маршруту, а також формуванні та наданні турпакету за єдиною ціною; 2) турпакет – це комплекс товарів і послуг, які формуються туроператором і надаються туристу особами, які є виконавцями за договором надання КТП на підставі договору, укладеному між ними та туроператором на користь туриста; 3) договір надання КТП – це домовленість сторін, згідно якої туроператор зобов'язується надати на замовлення туриста комплексну ТП, а турист зобов'язується її оплатити; 4) розробка туристичного маршруту – це визначення туроператором шляху пересування туриста із зазначенням способу пересування, напрямку руху щодо географічних орієнтирів або координат, початкового, проміжного і кінцевого пунктів призначення, а також тривалості перебування у цих пунктах; 5) формування турпакету – це господарська діяльність туроператора, спрямована на забезпечення туриста товарами та послугами під час подорожі; 6) подорож – організована туроператором поїздка, що здійснюються протягом певного терміну, за певним маршрутом та визначеною туристичною програмою метою.

Досліджено підходи до детінізації відносин у сфері надання туристичних послуг шляхом кардинальної зміни регуляторної політики

держави відносно суб'єктів ТІ України, удосконалення правового режиму їх господарської діяльності

Для ефективної реалізації протекціоністської політики держави запропоновано ввести пільгове оподаткування туроператорів, які надають комплексну ТП, упорядкувати механізми надання їм державної підтримки та стимулювання їх діяльності.

Обґрунтовано, що державну підтримку суб'єктів малого і середнього підприємництва у сегменті МВТ та ВТ доцільно здійснювати шляхом: 1) сприяння просуванню на ринку іноземних держав вітчизняної КТП (турпродукту); 2) співпраці з міжнародними організаціями та іноземними державами у сфері розвитку малого і середнього підприємництва у сфері туризму; 3) утворення об'єктів інфраструктури підтримки суб'єктів ТІ (бізнес-центрів, бізнес-інкубаторів, фондів підтримки малого підприємництва, лізингових компаній, консультативних центрів та ін.), що сприятимуть їх експортній діяльності, 4) надання фінансової підтримки (пільгове кредитування, гарантування, часткове покриття витрат суб'єктів ТІ, пов'язаних із здійсненням маркетингових заходів на зовнішньому ринку, пошуком партнерів, участю у виставково-ярмарковій діяльності за кордоном для представлення продукції вітчизняного виробництва тощо); 5) сприяння поширенню за кордоном інформації про потенційні можливості вітчизняного малого і середнього підприємництва та забезпеченню доступу до іноземних інформаційних мереж для пошуку ділових партнерів та ін.

Доведено, що для туроператорів, які здійснюють господарську діяльність у сфері ВТ і МВТ існуючі правила щодо фінансового забезпечення їх діяльності доцільно замінити на страхування їх господарської відповідальності шляхом створення пулу страховиків (подібно Моторно-транспортному бюро України), предметом діяльності якого повинно стати страхування господарської та цивільної відповідальності туроператорів перед контрагентами, що дозволить істотно знизити трансакційні витрати туроператора та надасть можливість туристу швидше і простіше отримати

компенсацію за шкоду, спричинену у результаті порушення його прав як споживача.

У дисертації зроблено висновок, що у туристичній галузі доцільним є використання інструментарію договірної співробітництва між державою і бізнесом, зокрема, договорів оренди, концесії, управління майном щодо об'єктів державної власності, що мають туристичний потенціал чи віднесені до об'єктів туристичної інфраструктури, проте, у достатньому обсязі не фінансуються державою чи не використовуються у спосіб, необхідний для досягнення максимального економічного і соціального ефекту та задоволення туристичних потреб населення.

У роботі розглянуті питання модернізації законодавства України, зокрема, шляхом доповнення ГКУ окремою главою щодо забезпечення довгострокового сталого розвитку ТІ України; Цивільний кодекс України (ЦКУ) рекомендовано доповнити положеннями, предметом правового регулювання яких є захист прав туристів як споживачів КТП (турпродукту). Запропоновано прийняття закону про розвиток туризму, у якому повинні бути обумовлені цілі, завдання та принципи розвитку ВТ і МВТ, а також розроблено програми створення туристичних кластерів у регіонах.

Відзначено, що туристичний кластер є господарським об'єднанням / системою, елементами якої є наділені господарською компетенцією суб'єкти національної туристичної індустрії України, пов'язані між собою субординаційними та координаційними господарськими зв'язками, які формують та надають споживачу специфічну комплексну ТП з використанням місцевого туристичного ресурсу. Відзначено необхідність розробки та впровадження державних та регіональних програм створення туристичних кластерів як одного із різновидів технологічних перетворень в ТІ, сталий розвиток якої повинен стати головним напрямом державної політики у сфері туризму.

SUMMARY

Liashenko A.A. Economic and legal basis for the development of the tourism industry in Ukraine." - Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

The dissertation on competition of a scientific degree of the candidate of legal sciences on a specialty 12.00.04 - economic law; economic and procedural law. - National University "Odesa Law Academy", Odesa, 2021.

The paper examines the economic and legal aspects of tourism development in Ukraine as an economic sector.

The complex analysis of economic and legal bases of tourist activity, features of formation and rendering of complex tourist service, the questions connected with granting of privileges and preferences to the participants of the relations arising at realization of tourist activity which create a tourist product, render tourist services (transportation, temporary accommodation, food, excursion, resort, sports, entertainment and other services) or carry out intermediary activities for the provision of specific and related services, as well as issues related to protection of the tourist product consumer, is carried out.

It is substantiated that the genesis of the world hospitality industry (tourism) from ancient times to modern times is closely and inextricably linked with the development of economic (trade) activities of individual settlements, cities, states - where the trade route became sustainable and regular, there the hospitality industry and its economy appeared.

The paper proves the need to recognize at the state level such a concept as the tourism industry, which is defined as a system of production, transport, trade, service enterprises and accommodation. The tourism industry is a holistic open system of tourist services, the basis of which is the economic activity of the tour operator and other business entities that form an integrated type of economic activity - the tourism industry of Ukraine.

It's substantiated that the tourist industry operates through a mechanism of orderly horizontal economic relations, within which the issues of concluding and

executing contracts, which by their legal nature are economic contracts for the provision of services, as well as vertical economic relations, the purpose of which is to create an effective tourist system to increase tourist flows in the form of domestic and international inbound tourism.

The paper analyzes the approaches to the definition of tourism activity as a subject of legal regulation, in particular, as a set of actions of state bodies and local governments, public organizations, business entities, their associations for the organization and conduct of business activities by TI subjects, aimed at the economical and appropriate use of tourist resources of the country, sustainable development of TI and its infrastructure, which constitute the material and technical base of tourism, and as activity which ensures demand in the field of personal consumption, consumer protection. It is marked, that the main task of the system-forming activity of tour operators, government agencies and local governments is to optimize the processes of domestic tourism product production in order to increase its competitiveness in the global TS market.

The work substantiates the ambiguity of tourist activity, carried out by the subjects of TI of Ukraine, by separation of economic activity to ensure the provision of integrated TS (formation of a tourist product) in the field of domestic and inbound tourism, which is not mediation, and intermediary economic activity (usually agency) in sphere of outbound tourism, which allows to take into account the specifics of each form of tourism.

The paper sustantiates the necessity of consolidating legal guarantees of sustainable development of the domestic tourism system, prevention of negative impact on the economy and tourist resources of the country, environment in the carrying out the economic activities by the subjects of TI of Ukraine, in particular, by dividing tour operators into two categories, namely: those that provide a complex tourist service (tourist product), formed on the basis of the domestic tourist industry, and those that promote the provision of a complex tourist service (tourist product), formed on the basis of foreign industry, taking into account the

available material and technical base and tasks for the national economy in general and domestic tourism in particular.

Improved the definition of the content of basic tourism concepts, including: 1) complex TS (CTS) - a service provided to a tourist at his request exclusively by the tour operator and is to organize a trip by developing a tourist route, as well as the formation and provision of a tourist package at a single price; 2) tour package - a set of goods and services that are formed by the tour operator and provided to the tourist by persons who are performers under a contract for the provision of CTS on the basis of an agreement concluded between them and by the tour operator in favor of the tourist; 3) the contract of granting CTS is the agreement between the parties according to which the tour operator undertakes to provide at the request of the tourist a complex SP, and the tourist undertakes to pay it; 4) development of a tourist route - is the determination by the tour operator of the tourist's route, indicating the method of movement, direction of movement relative to geographical landmarks or coordinates, starting, intermediate and final destinations, as well as length of stay at these points; 5) the formation of the tour package - is the economic activity of the tour operator, aimed at providing tourists with goods and services during the trip; 6) travel - a trip organized by a tour operator, carried out during a certain period, along a certain route and a specific tourist program purpose.

Were researched the approaches to the de-shadowing of relations in the field of tourist services by a radical change in the regulatory policy of the state in relation to the subjects of TI of Ukraine, improving the legal regime of their economic activity.

In order to effectively implement the protectionist policy of the state, it is proposed to introduce preferential taxation of tour operators that provide comprehensive TS, organize mechanisms for providing them with state support and stimulating their activities.

It is substantiated that the state support of small and medium business entities in the segment of IIT and DT should be carried out by: 1) promoting the domestic

CTS (tourism product) on the market of foreign countries; 2) cooperation with international organizations and foreign countries in the field of small and medium business development in the field of tourism; 3) creation of infrastructure facilities to support TI entities (business centres, business incubators, small business support funds, leasing companies, consulting centres, etc.) that will promote their export activities, 4) provision of financial support (preferential lending, guarantee, partial coverage of costs of TI subjects related to the implementation of marketing activities in the foreign market, search for partners, participation in exhibition and fair activities abroad for the presentation of domestic products, etc.); 5) promoting the dissemination abroad of information about the potential of domestic small and medium enterprises and providing access to foreign information networks to find business partners, etc.

It is proved that for tour operators engaged in business activities in the field of DT and IIT, the existing rules for financial support of their activities should be replaced by insurance of their economic liability by creating a pool of insurers (like the Motor Transport Bureau of Ukraine), the subject of whose activity should be business and civil liability of tour operators to contractors, which will significantly reduce the transaction costs of the tour operator and allow the tourist to quickly and easily obtain compensation for damage caused by the violation of his rights as a consumer.

The dissertation concludes that in the tourism industry it is advisable to use the tools of contractual cooperation between the state and business, in particular, lease agreements, concessions, property management for state-owned objects that have tourism potential or are related to tourism infrastructure, but are not sufficiently funded by the state or are not used in the way necessary to achieve maximum economic and social effect and meet the tourist needs of the population.

The issues of modernization of the Ukrainian legislation are considered in the work, in particular, by supplementing the ECU with a separate chapter on ensuring long-term sustainable development of TI of Ukraine; It is recommended to supplement the Civil Code of Ukraine (CCU) with provisions, the subject of legal

regulation of which is the protection of the rights of tourists as consumers of CTS (tourism product). The author proposes to adopt a law on tourism development, which should stipulate the goals, objectives and principles of international inbound and domestic tourism, as well as the development of a program to create tourism clusters in the regions.

It is noted that the tourist cluster is a business association / system, the elements of which are the subjects of the national tourism industry of Ukraine endowed with economic competence, interconnected by subordination and coordination of economic relations, which form and provide the consumer with a specific complex TS using local tourist resource. The study marks the need to develop and implement state and regional programs to create tourist clusters as one of the types of technological transformations in TI, the sustainable development of which should become the main direction of state policy in the field of tourism.

Список публікацій здобувача:

1. Ляшенко А.А. Особливості господарсько-правового регулювання туристичної діяльності в Україні та в зарубіжжі: досвід євроінтеграції та міжнародного співробітництва. *Национальный юридический журнал: теория и практика. Научно-практическое правовое издание.* Республика Молдова. 2016. № 5 (21). С. 110-115.

2. Ляшенко А.А. Правова природа і понятійний апарат туристичної діяльності по створенню і реалізації турпродукту. *Юридичний науковий електронний журнал.* № 5/2016. С. 35-38.

3. Ляшенко А.А. Особливості структури туристичного продукту як комплексу господарських зобов'язань. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Юриспруденція».* 2016. № 22. С.113-117.

4. Ляшенко А.А. Туристичні послуги: сутнісна характеристика та специфічні ознаки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Право*. 2016. Випуск 40. Том 1. С. 91-96.

5. Ляшенко А.А. Господарська діяльність як визначальна ознака туризму: аналіз існуючих доктринальних підходів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Юридичні науки»*. 2016. Вип. 5. Т.1. С. 128-133.

6. Ляшенко А.А. Господарсько-правові засоби державного впливу на розвиток індустрії гостинності України: шляхи підвищення конкурентоспроможності. *Visegrad Journal on Human Rights*. 2020. № 6 (volume 1). p. 265-270.

7. Ляшенко А.А. Особливості структури туристичного продукту як комплексу господарських зобов'язань. *Інтеграція юридичної науки і практики як основа сталого розвитку вітчизняного законодавства*: матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Дніпро, 25–26 листопада 2016 р.). Юрид. факультет Дніпропетровського гуманітарного університету. м. Дніпро, 2016. С. 113-116.

8. Ляшенко А.А. Розвиток правової системи сучасної України: питання вдосконалення правового регулювання туристичної діяльності. *Актуальні питання розвитку державності та правової системи в сучасній Україні*: матер. Міжнар. наук.-практ. конф.(м. Запоріжжя, 28–29 жовтня 2016 р.). Юрид. факультет Запорізького національного університету. Запоріжжя, 2016. С. 61-64.

9. Ляшенко А.А. Туристичні послуги: сутнісна характеристика та специфічні ознаки. *Верховенство права та правова держава*: матер. Міжнар. наук.-практ. конф.(м. Ужгород, 21–22 жовтня 2016 р. Юрид. факультет Ужгородського національного університету. Ужгород, 2016. С. 80-82.

10. Ляшенко А.А. Господарська діяльність як визначальна ознака туризму: аналіз існуючих доктринальних підходів. *Тенденції та пріоритети*

реформування законодавства України: матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Херсон, 9–10 грудня 2016 р.). Відп. за вип. В.М. Стратонов.Юрид. факультет Херсонського державного університету. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2016. С. 62-65.

11. Ляшенко А.А. Особливості господарсько-правового регулювання туристичної діяльності в Україні та в зарубіжжі: досвід євроінтеграції та міжнародного співробітництва. *Концепція розвитку правової держави в Молдові і Україні в умовах євроінтеграційних процесів*: матер. Міжнар. наук.-практ. конф.(м. Кишинів, 4–5 листопада 2016 р.). Відп. ред. проф. В. Бужор. Ин-т юридических и политических исследований Академии наук Республики Молдова,Славянский университет,Институт уголовного права и прикладной криминологии. м. Кишинів, Республіка Молдова, 2016. С. 146-148.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	15
ВСТУП.....	17
РОЗДІЛ 1. ФЕНОМЕН ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ ЯК ВИДІВ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРАВОВІДНОСИН.....	28
1.1. Основні етапи становлення туризмологічного знання.....	28
1.2. Зародження та розвиток світової і вітчизняної індустрії гостинності та туризму.....	40
1.3. Законодавство та судова практика про туризм в Україні.....	58
РОЗДІЛ 2. ГОСПОДАРСЬКО-ПРАВОВА ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ.....	78
2.1. Основні концептуальні та змістовні підходи до господарсько- правового розуміння туристичної індустрії.....	78
2.2. Економіко-правові властивості, цілі та завдання індустрії туризму.....	91
2.3. Господарсько-правове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання зі створення та реалізації туристичного продукту.....	108
РОЗДІЛ 3. ГОСПОДАРСЬКО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОСНОВНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	135
3.1. Засоби державного регулювання та стимулювання господарської діяльності суб'єктів ТІ України.....	135
3.2. Державна підтримка та державно-приватне партнерство у сфері туризму.....	159
3.3. Правове забезпечення створення туристичних кластерів як шляху підвищення конкурентоспроможності ТІ України.....	177
ВИСНОВКИ.....	191
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	196
ДОДАТКИ.....	222

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ВТ	внутрішній туризм
ГКУ	Господарський кодекс України
ДССУ	Державна служба статистики України
ЄДРСР	Єдиний державний реєстр судових рішень
ЄЕС	Європейське економічне співтовариство
ЄС	Європейський Союз
КВЕД	Класифікація видів економічної діяльності
КТП	комплексна туристична послуга
КУТЕП	Київський університет туризму, економіки і права
МАДУ СНД	Міжпарламентська асамблея держав-учасників СНД
МВТ	Міжнародний в'їзний туризм
МЕРТУ	Міністерство економічного розвитку і торгівлі України (з 2010 р. - Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України)
НАН України	Національна академія наук України
НЦУ	Німецьке цивільне уложення
Одеська ОДА	Одеська обласна державна адміністрація
ОМР	Одеська міська рада
ПКУ	Податковий кодекс України
НП(С)БО	Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку
СОТ	Світова організація торгівлі

ТЕУ	Туристично-екскурсійне управління
ТІ	індустрія туризму або туристична індустрія
ТП	туристична послуга
турпакет	туристичний пакет
турпродукт	туристичний продукт
ЦКУ –	Цивільний кодекс України
ЮНВТО –	Всесвітня туристична організація (англ. - United Nations World Tourism Organization; UNWTO)

ВСТУП

Актуальність теми. Забезпечення національної (зокрема, економічної) безпеки суспільства є однією з найважливіших функцій української держави. Україна як суверенна держава повинна діяти, виходячи із своїх національних інтересів, стимулюючи пріоритетні напрями економічного розвитку та усуваючи загрози для суспільства та споживачів послуг суб'єктів господарювання. Саме такі проблеми виникають у туристичній галузі. Наразі відзначається неконкурентоспроможність вітчизняної туристичної індустрії (ТІ) у порівнянні із зарубіжною, що є причиною низьких темпів розширення внутрішнього ринку туристичних послуг (ТП) та критичної залежності від кон'юнктури аналогічних ринків за кордоном.

Проблеми розвитку вітчизняної ТІ зумовлює низка причин. Зокрема, слід відзначити неузгодженість державних та регіональних програм розвитку туризму та відсутність системних заходів, спрямованих на комплексне освоєння та розвиток туристичних ресурсів, прогалини у правовому регулюванні господарської діяльності суб'єктів вітчизняної ТІ, обмежене застосування до них заходів державної підтримки та стимулювання їх розвитку.

Теоретичні та практичні основи господарської діяльності вітчизняної ТІ необхідно будувати на досягненнях різних наукових дисциплін, зокрема туризмознавчої, господарсько-правової і економічної науки, щоб повною мірою врахувати, оцінити та визначити напрями і перспективи розвитку тих її форм та видів, що сприятимуть отриманню максимальної економічної віддачі із забезпеченням збереження та відновлення туристичних ресурсів країни. Отже, створення міцного правового фундаменту для господарської діяльності ТІ України є однією із першочергових задач, які постають перед науковцями та практикуючими фахівцями у цій сфері державних інтересів.

Прийняття Верховною Радою України на 4 сесії IX скликання проекту Закону про внесення змін до Закону України «Про туризм» № 4162 від

29.09.2020 р., який очікує розгляду, не містить істотних позитивних змін. У ньому відсутнє поняття вітчизняної ТІ, не передбачено ніяких адресних пільг та преференцій для її суб'єктів, що свідчить про необхідність посилення регуляторної функції держави в даній сфері.

Питання, пов'язані з господарсько-правовим регулюванням туристичної індустрії (за винятком дисертаційного дослідження М.В. Семенової) поки не стали предметом ґрунтовного дослідження вчених-правників.

На жаль, туризм є предметом дослідження в основному вчених-економістів. В окремих наукових працях вітчизняних і зарубіжних авторів, безпосередньо присвячених туризму та правовому регулюванню туристичної діяльності, серед яких А.Г. Бобкова, О.Н. Вікулова, Н.І. Волошин, Я.В. Вольвач, М.М. Гудима, О.Ю. Димінська, І.В. Зорін, В.А. Квартальнов, Є.В. Козловський, А.С. Кусков, М.П. Мальська, Я.Є. Парцій, Є.Л. Пісаревський, К.С. Свірідов, С.І. Селецький, Н.В. Сірік, А.В. Стрігуліна, Д.П. Стрігунова., В.К. Федорченко, Н.В. Федорченко, вирішені лише окремі проблеми правового регулювання туристичної діяльності, у них явно домінує цивільно-правовий аспект, який регулює, передусім, сферу договірних відносин між туристами і туристичними компаніями, а не особливості господарської діяльності суб'єктів ТІ.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертація виконана відповідно до плану науково-дослідної програми Національного університету «Одеська юридична академія» «Стратегія інтеграційного розвитку України: правовий та культурний вимір» (державний реєстраційний номер 0116 U001842) на 2016-2020 рр., а також відповідно до спеціальної науково-дослідної теми кафедри господарського оправа і процесу НУ «ОЮА» «Дослідження механізму сталого розвитку господарського та господарсько-процесуального законодавства».

Мета і завдання дисертаційного дослідження. Метою роботи є розробка теоретичних і практичних положень щодо особливостей правового регулювання діяльності суб'єктів ТІ України, виявлення проблем практичної

реалізації законодавчих положень у цій сфері, обґрунтування можливих шляхів їх розв'язання, формулювання пропозицій щодо удосконалення правового забезпечення розвитку ТІ. Відповідно до вказаної мети були поставлені та вирішені такі завдання:

встановити основні етапи становлення туризмологічного знання в Україні та світі;

обґрунтувати етапи зародження та розвитку світової і вітчизняної індустрії гостинності та туризму, історичні та економічні фактори, що їй сприяли;

визначити основні концептуальні та змістовні підходи до господарсько-правового розуміння туристичної індустрії;

обґрунтувати господарсько-правове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання зі створення та реалізації туристичного продукту;

встановити актуальні засоби державного регулювання та стимулювання господарської діяльності суб'єктів ТІ України;

визначити засоби державної підтримки та форми державно-приватного партнерства, що застосовуються у сфері туризму;

встановити правове забезпечення створення туристичних кластерів як шляху підвищення конкурентоспроможності ТІ України;

із врахуванням дослідженого зарубіжного досвіду розробити пропозиції щодо удосконалення вітчизняного правового забезпечення діяльності суб'єктів туристичної індустрії, засобів її державного регулювання та стимулювання.

Об'єктом дослідження є комплекс суспільних відносин, що виникають у процесі організації та здійснення діяльності суб'єктами вітчизняної ТІ.

Предметом дослідження є господарсько-правові засади розвитку туристичної індустрії в Україні.

Методи дослідження. У дисертаційному дослідженні використано низку методів та прийомів наукового пізнання, основна роль серед яких належить діалектичному, формально-логічному, а також методам системного

(у рамках праксеологічного підходу) та порівняльного-правового аналізу, за допомогою яких досліджуються: поняття, властивості, цілі та ефективність ТІ України як системи, а також споріднених з нею інших галузей народного господарства в економічній системі України (підрозділи 1.2, 2.1, 2.2,), питання реалізації ідеї збалансованого урахування публічних і приватних інтересів у специфічних умовах правового режиму господарювання суб'єктів ТІ України (підрозділи 2.1, 2.3, 3.1., 3.2, 3.3), співвідношення загальних і спеціальних норм права у цій сфері (підрозділи 1.3, 2.3, 3.1), сутність господарської діяльності суб'єктів ТІ України (підрозділ 2.3). За допомогою етимологічного, телеологічного, семантичного та системного методів аналізу правових норм з'ясовано динаміка та основні тенденції розвитку законодавства України про туризм (підрозділи 1.3, 2.3, 3.1, 3.2, 3.3). При дослідженні генезису туристичної діяльності на теренах нашої держави та закордоном, еволюції її нормативно-правової бази, вивченні окремих аспектів правового регулювання та результатів цієї діяльності в зарубіжних країнах були застосовані історичний, історико-правовий та порівняльно-правовий методи (п.п. 1.1., 1.2, 1.3, 2.3, 3.2, 3.3).

Теоретичну основу дисертаційного дослідження складають роботи зарубіжних та вітчизняних учених у сфері господарського права, серед яких: О.А. Беляневич, А.Г. Бобкова, О.М. Вінник, О.А. Воловик, Р.А. Джабраїлов, В.В. Джуль, Г.Л. Знаменський, В.В. Лаптев, В.К. Мамутов, О.П. Подцерковний, В.В. Рєзнікова, В.С. Щербина, та ін.; цивільного права: М.І. Брагінський, В.В.Вітрянський, О.В. Дзера, О.С. Іоффе, А.Я. Кабалкін, О.А. Красавчіков, В.В. Луць, Н.В. Федорченко, Г.Ф. Шершеневич та ін.; туризмології: М.Б. Біржаков, Н.І. Волошин, І.В. Зорін, В.А. Квартальнов, К. Крапф, А. Кручек, Н. Лейпер, С. Лещицький, Р. Макінтош, М.П. Мальська, В.С. Пазенок, Є.Л. Пісаревській, В.К. Федорченко, Ф. Франжаллі, В. Хунцікер тощо.

Нормативну основу дослідження склали господарське, цивільне, адміністративне, земельне та інше законодавство України, низка відомчих

нормативних актів Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України та його структурного підрозділу – Департаменту туризму та курортів (до грудня 2019 р.), Державної статистичної служби України, а також нормативно-правові акти зарубіжних країн.

Емпірична база дисертаційного дослідження охоплює результати господарської діяльності суб'єктів вітчизняної ТП та судової практики щодо здійснення туристичної діяльності, статистично-довідкові дані Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, Державної прикордонної служби України, органів місцевого самоврядування у досліджуваних сфері.

Наукова новизна одержаних результатів. Дисертація є першим у юридичній науці України комплексним дослідженням господарсько-правових основ ТП, на основі якого визначено системні заходи щодо вдосконалення господарсько-правового регулювання діяльності вказаних суб'єктів та обґрунтовано основні напрями розвитку туризму в Україні. На підставі дослідження отримані такі основні наукові результати:

уперше:

визначено поняття ТП з погляду господарсько-правового регулювання як системи економічних зв'язків між суб'єктами господарювання, господарська діяльність яких спрямована на вироблення та реалізацію туристичного продукту, організацію подорожей (надання комплексної туристичної послуги);

обґрунтована багатозначність туристичної діяльності, яка здійснюється суб'єктами ТП України, виділенням господарської діяльності по забезпеченню надання комплексної ТП (формування турпродукту) у сфері ВТ і МВТ, що не є посередництвом, та посередницької господарської діяльності (як правило, агентської) у сфері виїзного туризму, що дозволяє врахувати специфіку кожної окремої форми туризму;

обґрунтована необхідність закріплення юридичних гарантій сталого розвитку системи вітчизняного туризму, запобігання негативному впливу на

економіку та туристичні ресурси країни, докiлля при здiйсненнi господарської дiяльностi суб'єктами ТП України, зокрема, шляхом розмежування туроператорiв на двi категорiї, а саме: на тих, якi надають комплексну ТП (турпродукт), сформовану на базi вiтчизняної ТП, та на тих, що сприяють наданню комплексної ТП (турпродукту), сформованої на базi зарубiжної iндустрiї з урахуванням наявної матерiально-технiчної бази та поставлених завдань щодо розвитку вiтчизняної економiки взагалi та вiтчизняного туризму зокрема;

обгрунтовано межi державно-правового впливу на сферу туризму шляхом визначення таких юридичних аспектiв туристичної дiяльностi суб'єктiв господарювання, як необхiднiсть створення та розвитку туристичних кластерiв, прийняття програм на рeгiональному та державному рiвнях, фiнансування створення туристичної iнфраструктури та сприяння веденню туристичної дiяльностi;

визначено iсторичний взаємозв'язок мiж розвитком господарської (торговельної) дiяльностi окремих поселень, мiст, держав iз розвитком свiтової iндустрiї гостинностi (туризму) з найдавніших часiв до новiтнього часу;

удосконалено:

визначення поняття «ТП», пiд якою запропоновано розумiти цiлiсну вiдкриту систему надання туристичних послуг, основу якої складає господарська дiяльнiсть туроператора та iнших суб'єктiв господарювання, що формують iнтегрований вид економiчної дiяльностi - туристичну галузь України;

розумiння туристичної послуги як результату виключної господарської дiяльностi туроператора, що полягає у створеннi комплексу благ нематерiального характеру з метою органiзацiї подорожей людей у вiдповiдностi зi споживчим попитом туриста;

поняття «туристичного кластеру» – господарського об'єднання як системи, в якiй поєднуються господарська дiяльнiсть i її органiзацiя;

елементами цієї системи є наділені господарською компетенцією суб'єкти національної туристичної індустрії України, пов'язані між собою субординаційними та координаційними господарськими зв'язками, які формують та надають споживачу специфічну комплексну ТП з використанням місцевого туристичного ресурсу;

визначення змісту основних туризмологічних понять: 1) комплексна ТП (КТП) – послуга, яка надається туристу на його замовлення виключно туроператором і полягає в організації подорожі шляхом розробки туристичного маршруту, а також формуванні та наданні турпакету за єдиною ціною; 2) турпакет – це комплекс товарів і послуг, які формуються туроператором і надаються туристу особами, які є виконавцями за договором надання КТП на підставі договору укладеному між ними та туроператором на користь туриста; 3) договір надання КТП – це домовленість сторін, згідно якої туроператор зобов'язується надати на замовлення туриста комплексну ТП, а турист зобов'язується її оплатити; 4) розробка туристичного маршруту – це визначення туроператором шляху пересування туриста із зазначенням способу пересування, напрямку руху щодо географічних орієнтирів або координат, початкового, проміжного і кінцевого пунктів призначення, а також тривалості перебування у цих пунктах; 5) формування турпакету – це господарська діяльність туроператора, спрямована на забезпечення туриста товарами та послугами під час подорожі; 6) подорож – організована туроператором поїздка, що здійснюються протягом певного терміну, за певним маршрутом та визначеною туристичною програмою метою;

підходи до напрямів підтримки сталого розвитку ТІ України, яка полягає у максимальному зниженні трансакційних витрат її суб'єктів, зокрема, шляхом змін у формі оподаткування та спрощення процедури легітимації туристичної діяльності для суб'єктів, які спеціалізуються на обслуговуванні туристичних потоків у формі ВТ і МВТ; крім того, пропонуються зміни до порядку притягнення та до самої форми відповідальності туроператора у разі порушення договірних зобов'язань перед споживачем;

підходи до детінізації відносин у сфері надання туристичних послуг шляхом кардинальної зміни регуляторної політики держави відносно суб'єктів ТІ України, удосконалення правового режиму їх господарської діяльності;

напрями запозичення зарубіжного досвіду щодо правового стимулювання розвитку ТІ, зокрема, обґрунтування потреби використати законодавчий підхід у сфері готельного господарства;

підходи до модернізації контрольно-наглядових заходів у сфері ТІ шляхом запровадження на пропорційній основі різного роду вимог, умов, стандартів, гарантій, обмежень, а також пільг і преференцій з урахуванням специфіки різних організаційних форм туризму;

положення щодо створення спеціальних туристично-рекреаційних економічних зон як частин території України, на яких встановлюються і діють спеціальний правовий режим підприємницької діяльності у галузі туризму, ТІ та порядок застосування і дії законодавства України;

набули подальшого розвитку:

підходи до визначення туристичної діяльності як предмету правового регулювання, зокрема, як сукупності дій державних органів та органів місцевого самоврядування, громадських організацій, суб'єктів підприємницької діяльності, їх об'єднань з організації та ведення господарської діяльності суб'єктами ТІ, спрямованої на ощадливе та доцільне використання туристичних ресурсів країни, сталий розвиток ТІ та її інфраструктури, що складають матеріально-технічну базу туризму, та як діяльності із забезпечення попиту у сфері особистого споживання, захисту прав споживачів;

пропозиції щодо поглиблення спеціалізації правового регулювання відносин, які виникають при здійсненні туристичної діяльності, шляхом чіткого позначення на особливість господарсько-правового регулювання туризму по відношенню до цивільно-правового регулювання;

питання модернізації законодавства України шляхом поглиблення кодифікації господарського законодавства, зокрема шляхом доповнення ГКУ окремою главою щодо забезпечення довгострокового сталого розвитку ТІ України; Цивільний кодекс України (ЦКУ) запропоновано доповнити положеннями, предметом правового регулювання яких є захист прав туристів як споживачів КТП (турпродукту);

положення щодо видів державної підтримки суб'єктів малого і середнього підприємництва у сегменті МВТ та ВТ, яку доцільно здійснювати шляхом: 1) сприяння просуванню на ринку іноземних держав вітчизняної КТП (турпродукту); 2) співпраці з міжнародними організаціями та іноземними державами у сфері розвитку малого і середнього підприємництва у сфері туризму; 3) утворення об'єктів інфраструктури підтримки суб'єктів ТІ (бізнес-центрів, бізнес-інкубаторів, фондів підтримки малого підприємництва, лізингових компаній, консультативних центрів та ін.), що сприятимуть їх експортній діяльності, 4) надання фінансової підтримки (пільгове кредитування, гарантування, часткове покриття витрат суб'єктів ТІ, пов'язаних із здійсненням маркетингових заходів на зовнішньому ринку, пошуком партнерів, участю у виставково-ярмарковій діяльності за кордоном для представлення продукції вітчизняного виробництва тощо); 5) сприяння поширенню за кордоном інформації про потенційні можливості вітчизняного малого і середнього підприємництва та забезпеченню доступу до іноземних інформаційних мереж для пошуку ділових партнерів та ін.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що висновки та рекомендації дослідження можуть бути використані у: науково-дослідній діяльності – у подальших наукових розробках механізму правового захисту сталого розвитку вітчизняної ТІ; нормотворчій діяльності – для удосконалення господарського, цивільного та особливо туристично-спеціального законодавства, що регламентує господарську діяльність суб'єктів ТІ; освітній діяльності – при викладанні курсів «Господарське право України», «Туристичне право України», «Актуальні питання правового

забезпечення туристичної діяльності» та ін., при підготовці підручників і навчальних посібників для студентів юридичних та економічних вищих навчальних закладів з вказаних дисциплін.

Положення дослідження можуть використовуватися у навчальному процесі НУ «ОЮА» при викладанні навчальних дисциплін, при підготовці молодих фахівців, а також в діяльності Управління туризму, рекреації та курортів Одеської обласної державної адміністрації (ОДА), Департаменту культури та туризму Одеської міської ради (ОМР) та інших суб'єктів ТІ України.

Особистий внесок здобувача. Наукові результати дисертації отримані автором самостійно на підставі опрацювання вітчизняної та зарубіжної наукової літератури, законодавства України та інших країн і практики його застосування.

Апробація результатів дисертації. Результати дослідження обговорювалися на: Міжнародній науково-практичній конференції «Інтеграція юридичної науки і практики як основа сталого розвитку вітчизняного законодавства» (м. Дніпро, 25-26 листопада 2016 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні питання розвитку державності та правової системи в сучасній Україні» (м. Запоріжжя, 28-29 жовтня 2016 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Верховенство права та правова держава» (м. Ужгород, 21-22 жовтня 2016 р.); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Тенденції та пріоритети реформування законодавства України» (м. Херсон, 9-10 грудня 2016 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Концепція розвитку правової держави в Молдові та Україні в умовах євроінтеграційних процесів» (м. Кишинів, Республіка Молдова, 4-5 листопада 2016 р.); засіданнях кафедри господарського права і процесу НУ «ОЮА».

Публікації. Основні наукові положення та висновки дослідження висвітлено у шести статтях, з яких чотири опубліковано у фахових виданнях

України, дві - у зарубіжних періодичних наукових виданнях, а також п'яти працях апробаційного характеру.

Структура та обсяг дисертації. Робота складається зі вступу, трьох розділів, поділених на дев'ять підрозділів. Загальний обсяг дисертації становить 225 сторінок, з них 26 сторінок – список використаних джерел, який складається з 257 найменувань.

РОЗДІЛ 1.

ФЕНОМЕН ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ ЯК ВИДІВ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРАВОВІДНОСИН.

1.1 Основні етапи становлення туризмологічного знання.

Сучасний світовий туризм являє собою надзвичайно багате за змістом і проявами соціально-економічне явище як феномен соціокультурних масових добровільно-адресних переміщень людей, який втілює в собі як безмежні можливості залучення людини до природних і культурних скарбів Землі, так і ті загрози, які супроводять цей рух. Тому актуальним завданням всіх, хто причетний до справи організованих подорожей є налаштування роботи сектору туризму у відповідності із його можливостями, з врахуванням вимог теперішнього часу [1,с.4].

На рубежі XX і XXI століть туризм став одним з провідних напрямів соціально-економічної, культурної та політичної діяльності більшості держав і регіонів світу. Туризм гармонійно поєднує питання культури, транспорту, безпеки, готельного бізнесу та багато інших соціальних інститутів і економічних сегментів.

Поняття «туризм» сприймається, перш за все, як походи і подорожі людей з метою пізнання, відпочинку чи оздоровлення або специфічна галузь господарської діяльності, що задовольняє різноманітні потреби туристів. В той же час варто визначити, що поступово утворюється туристична наука, організована система знань про туризм, яка узагальнює різноманітний матеріал спостережень за практикою туризму [2, с.60].

Туризм, як і будь-яка інша сфера суспільного життя, змінюється разом з розвитком цивілізації, вбирає в себе усі нововведення сучасності з урахуванням процесів глобалізації як світової мегатенденції з усіма її перевагами та недоліками.

Тільки за останні три десятиліття число туристів у світі збільшилось майже в 4 рази: з 7 млрд. людей на планеті близько 1 млрд. кожного року відвідують зарубіжні країни в туристичних цілях. Міжнародний туризм перетворився не тільки в популярний вид відпочинку, але і сферу світової економіки, яка активно розвивається, а доходи від неї постійно зростають.

Будучи високоприбутковою галуззю, сьогодні туризм входить до числа трьох найкрупніших експортних галузей разом з нафтогазовидобувною промисловістю і автомобілебудуванням. На частку туризму припадає приблизно 30% світової торгівлі послугами, близько 7% світових капіталовкладень і 10,5% світового валового внутрішнього (національного) продукту (ВВП). Більш того, туризм характеризується тим, що економічна діяльність при ньому здійснюється 24 години на добу, 7 днів на тиждень, 52 тижні у році.

Крім того, сучасний туризм – істотна складова інноваційного розвитку будь-якої країни, джерело валютних надходжень і засіб забезпечення зайнятості населення (в світі в ТІ зайнято близько 297 млн. чоловік). Передбачається, що найближчим часом ТІ буде давати щороку більш 5,5 млн. робочих місць [3, с.42].

«Галузь вражень», як іноді називають туристичний бізнес – це єдина виробнича галузь, про яку майже усі згадують із задоволенням, а головне, вона підтримує майже п'ятдесят суміжних галузей та створює додаткові робочі місця[4, с.7].

Слід зауважити, що привабливість туризму для підприємців пояснюється рядом факторів. По-перше, для того щоб почати займатися туристичним бізнесом, не потрібно великих інвестицій. По-друге, на туристичному ринку цілком успішно взаємодіють великі, середні та малі (з невеликою кількістю персоналу) фірми.

Туристичний бізнес, як складова економічного комплексу країни, характеризується наступними властивостями і функціями:

- має свою індустрію виробництва і надання послуг;

- надає ТП, створює і реалізує турпродукт;
- формує ринок ТП різного рівня комплексності;
- виступає мультиплікатором зростання національного доходу, ВВП, зайнятості населення, розвитку місцевої інфраструктури і підвищення рівня життя населення;
- є сферою, в якій дешево створюються робочі місця, забезпечується високий рівень ефективності і швидка окупність інвестицій;
- виступає ефективним засобом охорони довкілля і історико-культурної спадщини людства, є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, який утворює специфічну сферу діяльності;
- поєднується практично з усіма сферами, галузями і видами діяльності людини;
- має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі [5, с.10].

У зв'язку з цим, уявляється слушним висновок В. Г. Герасименка, що туризм – це і вид господарської діяльності і, одночасно, сфера теоретичної праці [2, с. 60], яку В. В. Абрамов сприймає як соціогуманітарну науку – туризмологію, тобто теорію туризму як галузь соціокультурного та економіко-бізнесового знання, що характеризується розгалуженими міжнародними зв'язками, які фокусуються в теоретичному з'ясуванні та концептуальному оформленні багатоаспектного феномену туризму[7, с.5], (беручи за основу визначення Енциклопедичного словника-довідника з туризму[8, с.325]). Автори наведеної дефініції фактично ототожнюють поняття «туризмологія» і «теорія туризму», проте зауважують, що це питання залишається відкритим та дискусійним.

Вірною також уявляється точка зору О.О. Любіцевої, яка розглядає туризмологію як науковий міждисциплінарний напрям, у межах якого поєднуються різноманітні дослідження туризму як суспільного явища [9, с.11].

Дж. Джафарі у передмові до монографії «Туристика» зазначив, що вивчення туризму представляє область інтересів багатьох наук і дисциплін [10]. На думку А. І. Сесьолкіна, наука про туризм (туристика, туризмологія, туризмознавство) – комплексна міждисциплінарна наука, об'єктом якої є сфера туризму, а предметом дослідження – сукупність явищ, процесів, результатів, зв'язків і відносин, що виникають у соціально-економічній, гуманітарній, особистісній, культурній, політичній та інших предметних областях туристичної діяльності, діяльності туристів, ТІ та туристичної дестинації і включає різні наукові дисципліни [11, с.74].

З урахуванням наведених думок, науку та теорію туризму можна представити наочно у вигляді таблиці:

Туризмологія	
Економіка туризму	Соціологія туризму
Географія туризму	Туристичне право
Історія туризму	Культурологія туризму
Психологія туризму	Етика туризму
Філософія туризму	Конфліктологія туризму
Екологія туризму	Екскурсологія
Маркетинг туризму	Менеджмент туризму та ін.
Теорія туризму	

Необхідно відзначити, що поряд з поняттям «туризмологія» існують також інші, які відображують різноманітні властивості та прояви туризму як багатоаспектного феномену:

▪ «Туризмознавство» – найзагальніше поняття, яке охоплює будь-яке знання про туризм, починаючи з історії і теорії, закінчуючи особливостями національних кухонь.

▪ «Туризмографія» – термін, який позначає сукупність письмових свідчень щодо туризму, від наукових описів та картографічних документів до написів а-ля графіті, зроблених подорожуючими.

▪ «Туризмометрія» – спосіб виміру та відображення показників туристичної діяльності в економічному, соціальному та культурному аспектах.

«Туристика» або «турологія» – певний аналог таких понять як «туризмознавство» та «туризмологія», ці терміни частіше використовуються у роботах російських та білоруських авторів, зокрема М.Б. Біржакова, І.В.Зоріна, В.А. Квартальнова, А.Н. Дулова, К.А. Дюхової, Д.В. Юрчака, які розглядають туристику як цілісну систему сучасних фундаментальних і прикладних наук про туризм, туристичну діяльність, туристичну економіку, менеджмент туризму і туристичне законодавство, але, на думку В.С. Пазенка, згадані терміни, на відміну від термінів «туризмознавство» і «туризмологія», не відображають всю повноту сутнісних властивостей такого явища як «туризм» і з цим варто погодитись [6, с.16].

При цьому, В.К. Федорченко та В.С. Пазенок підкреслюють, що межа між туризмологією і туризмознавством досить умовна, але вона існує, оскільки саме туризмологія утворює методологічний фундамент конкретних концепцій туризму – економічної, екологічної, правової, бізнесової практики.

Сплеск інтересу до туристичних подорожей сприяв стрімкому розвитку ТІ. Набутий емпіричний досвід і необхідність вирішення нагальних проблем потребували наукової рефлексії [16, с. 59].

Історію знань про туризм, перш за все, пов'язують із західноєвропейською і північно американською школами наукової думки про туризм, і це не випадково. Саме європейці були першими мандрівниками, саме в Західній Європі стали формуватися різні види туризму і різні типи туристичних DESTINACIY, саме в Західній Європі були створені перші організації та установи туризму, перші туристичні школи, кафедри, університети, журнали. Із Західної Європи досвід туристичних досліджень, а потім і професійної туристичної освіти були розповсюджені та отримали розвиток в університетах і коледжах Північної Америки [11, с.45].

Особливою творчою активністю вирізнялися: австрійська (П. Бернекер, Дж. Страднер, К. Штюцц, Р. Енгельман, В. Фрейер), німецька (В. Нарштед, А. Грбнталь, Г. Вегенер, Р. Глюксман, А. Кох), британська (З. Бауман,

Д.Пірс, Дж. Суорбрак, Е. Коен, Дж. Ленгкік), датська (Н. Лейпер), швейцарська (К. Крапф, В. Хунцікер, Д. Кріппендорф, С. Каспар), французька (Р. Бланшар, М. Байер, П. Деферт, Ф. Франжіаллі, С. Перро, Ж.М. Оернер), польська (С. Лецицький, К. Лібер, К. Пшецлавський, І. Енджейчик), болгарська (М. Бочваров, Л. Дичев, М. Нешков) школи та ін. [15, с.146].

Взагалі, туризмологія постала як окрема галузь соціоекономічного знання тільки у ХІХ—ХХ ст., у час перетворення подорожей на власне туризм як соціальний інститут [6, с.19].

Знання про туризм розширювалися в міру розширення турпотоків, збільшення кількості і типів туристичних напрямків (дестинацій), розвитку ТІ, диверсифікації видів туризму, розширення його впливу на спільноти, що приймають туристів: природу, культуру, соціальну сферу.

Знання про туризм були вперше систематизовані в 1930-і рр., і це були дослідження істориків. Потім, у 1920-30 рр., тобто за 20-30 років до того, як з'явилася офіційна статистика туризму в 1950 р., туристичні знання були розширені дослідженнями географів, а потім і економістів [11, с.47].

Більшість наукових досліджень у галузі туризму західні вчені присвячували економічним аспектам.

Одним з перших, хто звернув увагу на економічний аспект туристичної діяльності, був австрійський вчений К. Штюптц (насамперед, монографія «Географічні умови та наслідки туризму в Тіролі» – 1919 р.). У своєму дослідженні він обґрунтував трансформаційне значення «гостьового промислу» для поселенських інфраструктур в економічному, соціальному і культурному аспектах.

Ще один представник австрійської туризмологічної школи Р. Енгельман уперше застосував методи статистики для дослідження туризму. Таким чином, туристичне наукове знання було поставлене на верифіковану основу кількісних показників [16, с.59; 65].

Французький дослідник Р. Бланшар в своїй роботі «Туризм у французьких Альпах» (1924 р.) ввів у науковий обіг поняття «туристична промисловість», під яким розумів експлуатацію принад країни, які бажають бачити іноземці. При цьому автор наголошував на необхідності створення під'їзних шляхів до місць рекреації та відповідного облаштування територій відпочинку [15, с.146].

Німецька туризмознавча школа стала автором численних наукових досліджень у сфері туризму.

У Берліні у 1929 році був створений Дослідницький інститут туризму при Вищій торговій школі. Завданнями інституту було вивчення туризму не тільки з географічної та економічної, а і з організаційної, соціологічної, правової, метеорологічної та медичної сторін [11, с.48].

На початку 50-х років у ФРН було утворено Німецький економічний інститут туризму при університеті в Мюнхені та Інститут туризму при університеті у Франкфурті-на-Майні, що вивчали переважно економічну проблематику[6, с.41].

Одними з перших, хто здійснив спробу багатопланового теоретичного осмислення туризму як суспільного феномену, були британські дослідники Е.Коен та Дж.Ленгкік. З позиції феноменології, вчені розкривають теоретичні засади науки про туризм – її зміст, об'єкт дослідження і структуру.

Проблеми антропології туризму досліджує британський вчений Д. Неш. В роботі «Антропологія туризму», яка побачила світ в 1996 р. Автор розглядає туризм як специфічну систему виробництва і споживання. Предметом антропології туризму були проголошені різноманітні комбінації економічного розвитку, індивідуальних трансформацій пізнавального і емоційного плану, колективних репрезентацій і політики.

В умовах розвитку глобалізаційних процесів новий погляд на сучасний туризм сформулював британський соціолог З. Бауман. Характеризуючи новий тип сучасної суспільної організації як суспільства споживання, автор підкреслює важливість і цінність в ньому поняття мобільності. В рамках

даної категорії споживаються не тільки товари і послуги, а і місцезнаходження [15, с.152].

Слід також особливо відзначити внесок польської школи в розвиток туристичної науки, оскільки частина західноукраїнських земель на той час (20-30 роки ХХ ст.) входила до складу Польщі. Засновником польської школи по праву вважають видатного теоретика туризму С. Лешицького, роботи якого були присвячені осмисленню складної природи туризму, автор підкреслював його міждисциплінарний характер, взаємообумовленість економічних, географічних, статистичних, юридичних, культурних і соціологічних складових. У Польщі в 1936-1939 рр. працювали Лабораторія туризму при Інституті географії Ягеллонського університету в Кракові і Дослідницька комісія під егідою Ліги підтримки туризму [11, с.48]. Загалом, увага польських туризмознавців була направлена на дослідження туристично-курортного руху, передусім в Карпатах. Роботи цього періоду були насичені значним статистичним матеріалом, в них досліджувались економічні аспекти розвитку туризму [6, с.41].

Характерно, що польська наукова школа досліджень у сфері туризму не припинила свого існування і після встановлення соціалістичного режиму. Прикладом дослідницьких підходів цього часу може бути проведений А. Вжосек порівняльний аналіз районів Карпат і Судет з точки зору їх туристичної привабливості [16, с.62]. У середині 50-х років під керівництвом К. Лібера було організовано Інститут правових і економічних проблем туризму, що став головним науковим центром польського туризмознавства. Польські вчені проваджують масштабні дослідження туризму. Класик польської соціології туризму К. Пшецлавський осмислює «просторову рухливість людини» як суспільний феномен на основі економічних, статистичних, соціологічних підходів [6, с.41]. У праці І. Енджейчик «Сучасний туристичний бізнес. Екостратегії в управлінні фірмою» комплексно проаналізовано сутність турбізнесу з відповідним використанням категорій і якісних характеристик [17].

У Російській імперії, до складу якої входила частина східних земель України, початок розвитку теорії туризму прийшовся на 1900 рр., коли вийшли перші статті по екскурсійній справі і теорії туризму в журналах «Російський турист» і «Російська школа»[11, с.49]. У цей період почалось теоретичне обґрунтування гуманістичних, економічних, управлінських та інших аспектів рекреаційної діяльності. Прикладом слугує монографія «Теоретичні основи рекреаційної географії», яка була підготовлена співробітниками Інституту географії Академії наук (АН) СРСР під керівництвом В.С.Преображенського. В ній вперше, рекреаційна географія була представлена як гілка не фізичної, а соціальної географії, були виділені суспільно-корисні функції рекреаційної діяльності: медико-біологічні, соціально-культурні та економічні[18, с.14-20].

У другій половині XX століття наукові дослідження у сфері туризму проводили Інститут географії АН СРСР, Центральний і зональні інститути курортології і фізіотерапії Міністерства охорони здоров'я СРСР, Всесоюзна науково-дослідна лабораторія туризму і екскурсій Центральної ради по туризму та екскурсіях, Науково-дослідна лабораторія іноземного туризму та інші організації [11, с.49].

На початку 30-х років XX ст. почала формуватися північноамериканська туризмознавча школа. Дослідники зосередилися на економічних проблемах розвитку туризму, особливо після закінчення економічної кризи. Піонером створення теорії туризму в США вважають Р. Макінтоша. Сутність своєї концепції він виклав у працях «Міжнародні подорожі та туризм», «Туризм: принципи, практики, філософії» та в інших працях [6, с.21].

Міждисциплінарні методики дослідження були розширені в працях представників північноамериканської школи за допомогою активного впровадження у сферу туристичних досліджень математичного інструментарію (використання елементів диференціального аналізу, матричної алгебри, теорії ймовірностей). Приклад використання в туристичних дослідженнях прийомів системного моделювання – розробка

колективом під керівництвом Дж. Елліса багатофакторної моделі динаміки туристичних потоків за аналогією з принципом функціонування станцій-генераторів електроенергії. Саме завдяки американським ученим набула принципово нового якісного рівня практика застосування в туристичних дослідженнях традиційних методів соціологічних дисциплін [16, с.62-63].

Плідно працюють московська та Санкт-Петербурзька туризмологічні школи (В. Квартальнов, І. Зорін, В. Гріцкевіч, М. Біржаков). Колишній президент РМАТ В. Квартальнов у п'ятитомній праці «Біосфера і туризм» та підручнику «Теорія і практика туризму» розробив теоретичне визначення туризму, висвітлив його історичні форми, охарактеризував значення туризму в різноманітних проявах. Зусиллями науковців РМАТ створено дисципліну «туристика» — цілісну систему сучасних фундаментальних і прикладних наук про туризм, туристичну діяльність, туристичну економіку, менеджмент і законодавство про туризм. І. Зорін розробив базові поняття про об'єкт, предмет і суб'єкт цієї дисципліни [6, с.46].

В. Квартальновим та І. Зоріним запропонована гносеологічна модель науки про туризм, яка включає елементи і відносини між ними. До елементів відносяться: турист (суб'єкт); ТІ (об'єкт) і турпродукт (предмет туристики). Відносини включають в себе рекреаційні потреби, рекреаційну діяльність, ТП, технології виробництва послуг, туropolерейтинг (туроператорську і турагентську діяльність) і анімацію. До ключових понять науки про туризм автори відносять: туризм, турист, екскурсант, туроператор, турпакет, ТІ, туристичний оборот, туристичні потреби, мотив (мотивація), ТП, турпродукт, туристичний ринок, туристичний попит [11, с.68].

Сучасна туризмологічна школа існує і в Україні. Центром цієї школи став очолюваний членом-кореспондентом НАН України В.С. Пазенком колектив дослідників КУТЕП. Так науковці КУТЕП разом з вченими Інституту філософії НАН України, інших академічних наукових установ розробили такі інноваційні загальнометодологічні наукові дисципліни як філософія туризму, педагогіка туризму, історія туризму, соціологія туризму,

психологія туризму тощо. На базі вищезазначеного навчального закладу, за сприяння ЮНВТО, було організовано чотири міжнародні науково-практичні конференції туризмологічного характеру. Туризмологічні проблеми знаходять своє висвітлення на сторінках щорічника «Наукові записки КУТЕП»[15, с.159].

Більшість сучасних досліджень з теми туристичного розвитку здійснили зарубіжні економісти, такі як Б. Х. Арчер, Д. Л. Мак-Кі, А. Маммозаде, Р. Сеніор, С. Л. Дж. Сміт, Д. І. Вівер, Дж. Ф. Флетчер. В них набув висвітлення широкий спектр проблем розвитку сучасного туризму: характер і особливості, тенденції світового туристичного ринку, вплив туризму на національну економіку, особливо країн, що розвиваються, проблеми взаємодії національних і транснаціональних інтересів та багато інших. Економічний аспект туризму став предметом вивчення таких економістів, як К. Холовей, Г. Біовські, Р. Котас, котрі розкрили основи економіки туризму, туристичного ринку і механізмів його функціонування. Методику обліку внеску туристичної галузі в народне господарство опрацювали такі західні економісти, як К. Каспар, Ф. Кларк, А. Кох, М. Опперман, К. Ріхтер, Х. Рюттер, В. Фрейєр.

Кластерний підхід в управлінні національними економічними процесами, що дозволяють формувати конкурентоспроможність території, вивчався в теоріях таких авторів як М. Портер, Е. Лімер, І. Толенадо, Д. Сольє, Е. Дахма та інших [16, с.66].

Слід відзначити, що досліджуючи феномен туризму, більшість вчених так чи інакше схиляються до системного підходу як провідного методу наукових досліджень. Швейцарські вчені В. Хунцікер і К. Крапф спиралися на системний підхід і подавали туризм як сукупність стосунків і явищ, що виникають під час переміщення, і перебування людей в місцях, відмінних від їх постійного місця проживання і роботи. У комплексному трактуванні туризму В. Хунцікер і К. Крапф виділяли соціально-економічну домінанту [15, с.147].

Теоретичний образ туризму як цілісної системи, яка поєднує три основні елементи - туриста, туристичну дестинацію, ТІ - представлений у працях Н. Лейпера (Данія). Сильний аспект у позиції Н. Лейпера - у наголошуванні на необхідності системного підходу до визначення сутності туризму. Таке розуміння з часом набуло статусу методологічного принципу в аналізі туризму [6, с.9; 21].

Як вже наголошувалось, британський вчений Д.Неш розглядає туризм, як специфічну систему виробництва і споживання [15, с.152], а Дж. Елліс використав в туристичних дослідженнях прийоми системного моделювання багатофакторної моделі динаміки туристичних потоків[16, с.62-63].

За висловом одного із апологетів системного підходу до вивчення туризму як глобального суспільного (перш за все, економічного) феномену Є.Л. Пісарєвського: «В міру того, як туризм потрапляє до поля зору різних наук, з'являється необхідність виділення специфічних для кожної з наук сторін цього об'єкта наукового вивчення відповідно до визначених завдань. При цьому кожна з наук виділяє свій предмет вивчення і через свій внесок формує комплексну науку про туризм на основі міждисциплінарного підходу, нагадуючи процес ограновування алмазу. Між тим, науці про туризм працями майбутніх дослідників ще доведеться стати «діамантом», але цей процес вже почався» [11, с.75].

Таким чином, туристична наука як організована система знань про туризм, яка узагальнює різноманітний матеріал спостережень над практикою туризму, дає підстави визначити туризм як вид господарської діяльності і одночасно, як сферу теоретичної праці, соціогуманітарну науку – туризмологію - теорію туризму як галузь соціокультурного та економіко-бізнесового знання. Сучасний туризм представляє собою єдину виробничу галузь, що підтримує десятки суміжних галузей.

1.2. Зародження та розвиток світової і вітчизняної індустрії гостинності та туризму.

Початок формування світової ТІ, як феномену суспільного життя, слід шукати в культурних традиціях стародавніх цивілізацій. При цьому, тема нашого дослідження вимагає особливу увагу приділити економіко-правовому аналізу і систематизації процесу становлення та розвитку туризму взагалі і ТІ зокрема, розглянутого через призму еволюції історії подорожей, організаційних форм і видів туризму, правової регламентації цього явища. Для цього доцільним буде звернутись до періодизації, запропонованої В.С. Пазенком [6, с.34]:

I період (III – I тис. до н.е. – перша половина XIX ст. н.е.).
Доіндустріальне суспільство:

- виникнення перших ознак туризму у подорожах людей давнього світу, коли більшість дослідницьких і військових походів мали саме економічне підґрунтя;
- розвиток ознак туризму у середні віки;
- епоха Великих географічних відкриттів (розширення соціального простору подорожей, удосконалення транспортних засобів та розвиток інфраструктури подорожування);
- змістовне збагачення подорожей у часи Просвітництва (поширення подорожей з метою здобуття освіти, поява екскурсійної практики).

II період (перша половина XIX – початок XX ст.), індустріальне суспільство. Час виникнення і становлення власне туризму. Виокремлюють такі етапи:

- з 1847 р. – до Першої світової війни. Поява перших національних і міжнародних туристичних організацій, початок формування сучасної інфраструктури туризму;
- 1914 – 1918 рр. Фактичне припинення туристичної діяльності, масові примусові переміщення людей;

- 20–30-ті роки XX ст. Відродження та вдосконалення інфраструктури туризму, становлення соціального туризму.

III період (друга половина XX – початок XXI ст. – перехід до постіндустріального суспільства). Цей етап відзначається перетворенням туризму на масове соціальне явище, розвинену галузь суспільного виробництва [14, с. 29].

Найбільш ранні державні форми (протодержави) стали складатися в давньосхідних цивілізаціях: у Древньому Єгипті, Древній Індії, Древній Месопотамії, Древньому Китаї ще в IV-III тис. до н.е.

Зростання числа подорожей було обумовлено активізацією товарообміну і торгівлі після виникнення ранніх держав, так як саме торговці найчастіше ставали першопрохідцями на багатьох стародавніх шляхах. Розвиток транспорту незабаром став причиною будівництва не тільки мережі доріг, причалів і портів, а й більш складних інженерних споруд з метою спрощення переміщення між різними частинами світу [28, с.13 - 15].

У III-II тисячоліттях до н.е. поступово склалися зовнішні торговельні маршрути Великого індійського шляху, в освоєнні яких значну роль зіграли різні народи [30, с.30–32].

Для активізації торгівлі в Стародавньому Китаї з VII ст. до н.е. створювалися докладні географічні огляди, які можна розглядати як прообраз путівника. У них описувалися не тільки природні умови, а й господарство, транспорт і т.п. [29, с.25]. Великий шовковий шлях – система караванних доріг, що зв'язували в античний період Східну Азію, в першу чергу Китай, із Середземномор'ям, з Римською та Візантійською імперіями, а в середні віки – з Арабським халіфатом і європейськими державами [30, с. 38]. На караванних шляхах будувалися укріплені готельні комплекси (караван-сараї), які включали приміщення для ночівлі, загони для худоби і інші споруди [21, с.21–22]. За якістю обслуговування і кількістю послуг караван-сараї значно перевищували подібні заклади Риму і середньовічної Європи, які виникли набагато пізніше.

Таким чином, вже в давнину в країнах Стародавнього Сходу почалося формування індустрії гостинності. Зокрема, в Кодексі Хаммурапі містяться відомості про існування у II тисячолітті до н.е. в Межиріччі таверн і заїжджих дворів [14, с.40].

Одночасно з завойовними походами, подорожами торговців і дослідників в Стародавній Греції простежуються багато характерних рис сучасного туризму [29, с.25 - 26]. Там почав формуватися культурно-пізнавальний та лікувальний туризм, паломництво [14, с.43] [21, с.19]. Зупинялися стародавні греки під час своїх подорожей за певну плату в заїжджих будинках і заїжджих дворах, розрахованих для бідних і порівняно небагатих людей. Державні чиновники і багаті люди зупинялися в спеціальних гостьових будинках при віллах знатних друзів або знайомих [30, с.50].

Давньогрецька культура збагатила людство знаннями про навколишній світ, звівши подорожі в ранг масового явища, але говорити про початкові етапи ТІ можна лише з епохи Стародавнього Риму.

Найвищого розквіту Римська імперія досягла в I – II ст. нашої ери. Подорожі, на відміну від Стародавньої Греції, римляни могли здійснюватися завдяки наявності прекрасних доріг [29, с.34]. Існували в Римі і прообрази сучасних турбюро, представлені відділеннями римської державної пошти (*cursus publicus*), де можна було придбати ітінерарії – путівники із зазначенням пам'яток, відстані, об'єктів сервісу, цін), а також документ схожий на сучасний туристичний ваучер для розміщення та харчування в державних готелях [23, с.57]. Мав місце навіть регулярний рух суден, що було обумовлено економічними потребами величезної держави. Відбувалось страхування вантажів [14, с.47]. Для зручності мандрівників в усіх великих і портових містах імперії, особливо в святих місцях, свої послуги пропонували численні провідники, які на всіх мовах могли розповісти про визначні пам'ятки, а також вирішити багато побутових проблем, пов'язаних з розміщенням, харчуванням, торгівлею і т.д. [30, с.52].

Готелі та об'єкти харчування в Стародавньому Римі становили досить складну систему і розрізнялися за типами залежно від класу обслуговуваних клієнтів, репутації, кількості і якості послуг, що надаються. Було створено мережу державних готелів для того, щоб окупити будівництво доріг [29, с.35]. «Taberna», «porina», «hospitium», «deversorium», які цілком відповідали сьогоднішнім готелям. У віддалених районах – «сауропа» [28, с.34-35].

В античний період сформувалися стійкі торговельні шляхи в Європі, Азії та Африці, за якими подорожували люди з багатьох країн і з різними цілями, в тому числі і з військовими. До нашого часу дійшли назви і маршрути деяких з них: «Царський шлях», «Дорога спецій», «Бурштиновий шлях», «Великий шовковий шлях», «Шлях із варяг в греки», «Шлях пахощів» та інші, деякі з них відроджуються сьогодні в якості брендів в рамках масштабних туристичних проектів [30, с.54].

В історії Європи час переходу від Античності до Середніх віків супроводжувався найбільшим економічним і демографічним занепадом [Там же, с.67-68].

В Середні віки в Європі найпоширенішим видом подорожей стало паломництво: віруючі відправлялися до релігійних святинь, здійснюючи тривалі піші походи разом з військовими експедиціями, такими як Хрестові походи 1095–1291 рр. Часто для прийому мандрівників влаштовувалися готелі – госпіталі (hospes). Поступово лицарями-госпітальєрами була створена ціла мережа готелів не тільки на Святій Землі, але і по всьому Ближнього Сходу [29, с.43-45].

У IX ст. варяги проклали міжнародний торговий шлях від Балтійського моря в Чорне і далі на схід, який отримав в Скандинавії назву «Великого Східного шляху» (Storösterled)[39, с.4], а на Русі – «Шляху із варяг у греки». Даний шлях був представлений декількома маршрутами. Один з них був описаний в «Повісті врем'яних літ» [40, с.26].

Найвідомішим торговим шляхом в Середньовіччі продовжував залишатися вже згадуваний Великий шовковий шлях, його інтенсивність в

цей історичний період то зростала, то знову знижувалася. Вона цілком залежала від політичної стабільності у відповідних регіонах [30, с.69].

Наприкінці VIII – у першій половині IX ст. утворилося стабільне проукраїнське державне об'єднання Руська земля, яка підтримувала активні відносини з Візантією, деякими іншими країнами Близького Сходу та Європи. Важливими торговими шляхами були Соляний і Залізний, які з'єднували Київську Русь з Кримським узбережжям Чорного моря та Кавказом [32, с.44].

Давня Русь завдяки своєму географічному положенню стала центром, де перехрещувались торговельні шляхи між Заходом і Сходом, Північчю та Півднем. Гостинності та мандрям іноземних гостей надавалось велике значення. Так, київський князь Володимир Мономах у своїх «Повчаннях» заповідав синам добре приймати гостей, вшановувати їх, тому що ці люди, мимоходом, рознесуть по світу добру або лиху вість.

Попередники перших готелів на Русі – постоялі двори називалися «ямами» і розташовувалися на відстані кінного переходу один від одного. У XV ст. постоялі двори створювалися при поштових станціях, що знаходилися у підпорядкуванні Ямського наказу. До XV ст. відносять також будівництво у великих містах гостинних дворів, які відрізняються від постоялих тим, що крім розміщення і харчування тут були створені умови для здійснення комерційних операцій, тобто в гостинних дворах поєднувалися мебльовані кімнати, торгові ряди, крамниці, склади [41, с.21-22].

З середини XIII ст. посли Великих князів литовських, їх воєначальники і дружинники переміщалися по території сучасних Білорусі, Литви, України, Росії, Польщі, Латвії, Германії, відвідували з дипломатичними місіями Золоту Орду, Польщу, Лівонський і Тевтонський орден, Священну Римську Імперію. Збереглися свідчення про гостинність великого князя Витовта: «Витовт великий князь литовский наблюдает в стране своей такой порядок, что ни один иностранец, приезжающий в Литву или проезжающий через нее, ничего не издерживает: там князь велит доставлять им провизию и

препровождать их без всяких издержек и платы, везде, куда только захотят они в сказанной стране отправиться».

Почало формуватись законодавство, що регламентувало також виїзд за кордон. Так, в статті 5 привілею великого князя Казимира (1447) говорилося: «Також призволяем, абы княжата, рытеры, шляхтичи, бояре, добровольно имели бы мощь выехати з наших земель князьства великого...» [14, с.63].

Прогресивні погляди вчених Нового часу, зміни в наукових підходах стали передумовами змін епохи Великих географічних відкриттів[21, с.38]. Багаті жителі цих країн охоче давали гроші на морські експедиції, які обіцяли їм володіння найважливішими торговими шляхами і чільне місце у європейській торгівлі. Епоха Великих географічних відкриттів перейшла в фазу колоніального суперництва[30, с.92].

Розвиток науки і техніки сприяли урбанізації, зміні життєвого укладу, психології та менталітету городян, появі потреби у відпочинку, що включала зміну місця, а «транспортна революція» зробила поїздки більш доступними [21, с.64].

Завдяки індустріальному прориву в XIX ст. відбувається так звана «транспортна революція», яка докорінно змінила у людей уявлення про відстані і подорожі [28, с.95].

З 1830-х рр. пароплавне сполучення між Європою і США стало регулярним. Майже одночасно з'явився і залізничний транспорт[23, с.204]. Незабаром залізнична мережа зв'язала різні регіони планети, а винахід телеграфу в 1837 р. дозволило надати перевезенням залізничним та водним транспортом постійний характер.

Особливу роль у розвитку цього напрямку турбізнесу зіграв німець Карл Бедекер (Karl Baedeker), який в 1827 р. заснував фірму для випуску путівників[22, с.59,192].

Громадське харчування в XIX в. мало колосальний вплив на готельну справу, що пов'язано з широким розповсюдженням в кінці XVIII століття кав'ярень і ресторанів сучасного типу (найперші кав'ярні з'явилися в другій

половині XVII, а перші ресторани – в середині XVIII ст.). Відтепер історія підприємств громадського харчування і засобів розміщення тісно переплітається, оскільки розвиток одних неодмінно позначався на розвитку інших [31, с.14]. Історія розвитку готельної індустрії, її суть, види та становлення детальніше викладені У. Левкович [47, с.156-161].

Таким чином, в XVIII-XIX ст. на європейському континенті склалися об'єктивні умови для появи організованого туризму, а, отже і ТІ, яка поступово набувала сучасні риси.

Проведений аналіз дає можливість зробити висновок, що генеза світової індустрії гостинності (туризму) з найдавніших часів і до новітнього часу тісно і нерозривно пов'язана з розвитком господарської (торговельної) діяльності окремих поселень, міст, держав - там, де торговий шлях набував сталості та регулярності, там виникала індустрія гостинності та її господарство. Одночасно спостерігається розвиток суміжних/допоміжних галузей – готельного господарства, закладів громадського харчування та ін., а з часом - і економічного та організаційного оформлення компаній, що професійно займались організацією подорожей та наданням інших туристичних послуг.

Примітно, що перша групова поїздка була організована Томасом Куком (1808-1892 рр.) 5 липня 1841 р. у вигляді перевезення залізницею мандрівників із прогулянковою метою, а у 1847 р. він вже заснував туристичне товариство, яке поширювало квитки та путівки за межами Англії.

При цьому слід зазначити, що задовго до Томаса Кука ідею організації комплексної групової подорожі висунув власник шляхетного пансіону в Росії Веніамін Генш, що у додатку до газети «Московські відомості» у грудні 1777 р. опублікував «План предприемлемого путешествия в чужие края». Це була перша пропозиція росіянам здійснити групову поїздку в країни Західної Європи, організацію якої брав на себе укладач «Плану...». Відповідно до «Плану...» передбачалася поїздка молодих дворян в один із німецьких, італійських або французьких

університетів, потім проїзд за маршрутом, що пролягає через Швейцарію, Італію і Францію, для ознайомлення з мистецтвом цих країн і фабричною справою. Особливості подорожі були обумовлені в спеціальному контракті [21, с.54].

Проте саме народження фірми Томаса Кука прийнято вважати історичним стартом в розвитку сучасних форм туризму. Т. Кук став піонером і в створенні конгломератних структур, зайнятих в ході підготовки і здійснення комерційних поїздок. Він першим створив пакетний тур, який представляв собою комплекс послуг, які продаються за єдиною ціною. Договірні відносини з залізничними, пароплавними компаніями, готелями та ресторанами створювали умови для забезпечення захищеності туристів. Агенти контор Т. Кука зустрічали і проводжали туристів, тобто займалися трансфером [30, с.123,125]. Отже, Т. Кук не тільки став засновником ТІ в сучасному її розумінні, а й заклав господарські основи її подальшого розвитку.

Слідом за бюро подорожей Т. Кука виникли бюро подорожей Карла Різеля (Німеччина, 1854 р.), «Райзебюро Штанген» (Німеччина, 1863 р.), у Росії 28 лютого 1871 р. було зареєстровано акціонерне товариство (АТ) «Іматри» [21, с.54].

Наприкінці ХІХ – початку ХХ ст. більшість українських земель залишалися розділеними між двома імперіями: Російською й Австро-Угорською, тому розвиток туризму в українських землях того часу відбувався в контексті розвитку цих імперій.

У 1885 р. в Петербурзі організовується перше в Росії «Підприємство для громадських подорожей в усі країни світу» Леопольда Ліпсона. Воно поклало початок бурхливому розвитку екскурсійної діяльності.

У 1890 р. в Одесі було створено Кримський гірський клуб з філіями в Ялті та Севастополі. В Ялті у 1896 році було створено Ялтинське туристичне бюро та інші подібні організації. З 1867 року почало функціонувати Одеське бальнеологічне товариство, а наприкінці ХІХ ст. було розроблено проекти

законів «Про санітарну і гірську охорону лікувальних місцевостей» та «Про охорону курортів» [48, с.17].

У 1895 р. в Петербурзі організовується Російський турінг-клуб (товариство велосипедистів-туристів), який у 1901 р. був перетворений на РТТ, що мало свої відділення і на території України – у Києві, Харкові, Полтаві, Єкатеринославі, Кам'янці-Подільському, Одесі та деяких інших містах. У перші ж роки своєї діяльності РТТ вступило до Міжнародної ліги туристичних товариств[41, с.24-25].

З 1896 р. на Прикарпатті, що на той момент входило до складу Австро-Угорської імперії, почало діяти туристичне товариство «Друзі природи». На початку ХХ ст. у Галичині виникло молодіжне товариство «Пласт», що було частиною міжнародного скаутського руху[21, с.61].

Туризм як вид спорту виник у 1862 р. в Австрії. На Україні перше спортивно-пожежне товариство «Січ» було засноване в 1910 р. на Станіславщині, воно організовувало екскурсії та походи [41, с.39]. Там же, 20 травня 1910 р. відбулися загальні збори туристичного товариства «Чорногора», де був прийнятий його статут. Серед цілей організації варто виділити вивчення гір Західної України, збір про них матеріалів, популяризацію гірських подорожей [21, с.61-62].

Також на початку ХХ ст. починається історія авіаційного транспорту, вже в 1920-х рр. почалося будівництво зручних багатомісних літаків для повітряних перевезень[30, с.165-166].

Уздовж автомобільних доріг велося будівництво мотелів зі стоянками та прилеглими об'єктами харчування. З'являлися навіть цілі сімейні «готельні імперії». Зокрема, в 1927 р. К. Хілтоном була створена мережа готелів (група готелів, які здійснюють колективний бізнес під єдиним керівництвом) під брендом «Hilton». Такі ж мережі незабаром стали виникати і в ресторанному бізнесі [22, с.93].

Перша світова війна, революції та громадянські війни початку ХХ століття послідовно знищили Німецьку, Російську, Австро-Угорську та Османську імперії, давши початок новим державним утворенням. Зазнало докорінних змін і геополітичне становище українських земель, отже і ТІ на цих землях стала розвиватися по-різному.

В Радянській Україні у 1926 р. було створено АТ «Укртур». У цей період діяли такі організації як Українське міжпайове екскурсійне товариство (УМПЕТ), відділення РТТ, відділення АТ «Радтур»[41, с.47-49].

Значно активизується процес створення матеріально-технічної бази туризму у рамках профспілкових організацій. Формувалася мережа туристично-екскурсійних бюро, які грали роль безпосередніх організаторів туристичних подорожей, походів і екскурсій на місцях[Там же, с.53].

По-іншому розвивалась туристично-рекреаційна діяльність у Західній Україні, яка входила до складу Польщі (Галичина, Волинь), Румунії (Буковина) та Чехословаччини. Найкраще ця галузь була розвинута у Галичині де функціонувала низка курортів, які отримали європейське визнання: Трускавець, Морша, Черче. Більшість курортів належало приватним особам [48, с.18].

Президією ЦВК СРСР 7 лютого 1933 р. було створено ВАТ «Інтурист», який розпочав співпрацю з такими найбільшими світовими компаніями, як «American Express Co.» (США) і «Thomas Cook & Son» (Великобританія) [21, с.124].

Після Другої світової війни у СРСР (до складу якого входила УРСР, і яка об'єднувала більшу частину українських земель) поступово склалася система трьох монопольних туристичних структур: ВАТ «Інтурист», ТЕУ (з 1962 р. - Центральна рада з туризму) ВЦРПС, Бюро міжнародного молодіжного туризму «Супутник» ЦК ВЛКСМ. Усі вони з середини 50-х рр. почали активно займатися як міжнародним (в'їзним і виїзним), так і внутрішнім туризмом[41, с.82-83].

Поступово склалися передумови для формування вже не елітарного і стихійного, як раніше, а масового і організованого туризму [30, с.133].

У 1971 - 1975 рр. темпи розвитку туризму і екскурсій були особливо високими. Комплексні заходи щодо подальшого розвитку туризму були визначені прийнятою в жовтні 1980 р. постановою ЦК КПРС, Ради Міністрів СРСР і ВЦРПС «Про подальший розвиток і вдосконалення туристично-екскурсійної справи в країні»[41, с.91].

Розвиток туризму в СРСР відбувався достатньо різносторонньо, система організованого відпочинку включала не тільки туристичні готелі й бази, але й санаторії, пансіонати, курортні поліклініки.

Процес перебудови у СРСР, направлений у тому числі на децентралізацію господарської діяльності в області туризму, відбувався без належного урахування інтересів держави, галузі, трудових колективів, громадськості, що у результаті призвело до серйозного занепаду у сфері туризму, руйнуванню інфраструктури, налагоджених зв'язків, розкраданню майна і фінансових ресурсів [21, с.154].

У західноєвропейських країнах 1950-1960-і рр. стали часом масового будівництва готелів, мотелів і розважальних закладів. На початку 1960-х рр. на Заході з'явилися перші автоматизовані системи бронювання авіаквитків. Освоєння систем комп'ютерного бронювання сприяло розвитку глобальних систем резервування: WorldSpan, Apollo, SystemOne, Amadeus, Galileo і ін. Розширюються асортимент послуг, туристичні фірми проникають в інші сфери сервісної діяльності. Приймання і обслуговування туристів стають комплексними, в туристичних регіонах утворюється єдиний комплекс індустрії гостинності [30, с.168].

У 1975 р. під патронажем ООН була створена ЮНВТО, основною метою, якої було проголошено «сприяння розвитку туризму для внесення вкладу в економічний розвиток, міжнародного взаєморозуміння, миру, процвітання, загальну повагу і дотримання прав людини та основних свобод для всіх людей без відмінності раси, статі, мови і релігії» [50, с.58].

До кінця XX ст. в єдиній інституційній системі міжнародної взаємодії і співпраці в області туризму налічувалося більше двохсот міжнародних неурядових організацій, чия діяльність прямо або побічно пов'язана з ТІ. У багатьох випадках їх діяльність підтримується системою ООН, її Економічною і Соціальною радою. На рівні ООН були прийняті ключові угоди правового регулювання щодо міжнародного туризму [30, с.170].

Поява комп'ютерних систем бронювання і мережі Інтернет зробило туристичну галузь досить мобільною і здатною в максимально стислі терміни запропонувати практично будь-який турпродукт з набором найрізноманітніших послуг найвимогливішому клієнту. Лідерами світового туристичного ринку у другій половині XX на початку XXI ст. залишались компанії «Thomas Cook Group», «American Express», «TUI», «Bentour International», «Mouzenidis Travel», «Інтурист» і ін. [14, с.113].

Туризм, як і будь-яка інша сфера суспільного життя, змінюється разом з розвитком цивілізації, вбирає в себе усі нововведення сучасності з урахуванням процесів глобалізації як світової мегатенденції з усіма її достоїнствами та недоліками.

Тільки за останні три десятиліття число туристів у світі збільшилось майже в 4 рази: з 7 млрд. людей на планеті близько 1 млрд. кожного року відвідують зарубіжні країни в туристичних цілях. Міжнародний туризм перетворився не тільки в популярний вид відпочинку, але і сферу світової економіки, яка активно розвивається, а доходи від неї постійно зростають (згідно з прогнозами Всесвітньої ради з туризму і подорожей к 2020 року вони збільшились до 2 трлн. дол. США).

Основу ТІ утворюють фірми з організації туристичних поїздок. Але на туризм працюють і інші галузі, для яких обслуговування туристів не є основним видом діяльності. Це підприємства культури, торгівлі та інші. Вважається, що крім витрат туриста на проїзд в країну і з країни на харчування припадає 40% його витрат, 8% - на проїзд всередині країни, 30% - на проживання, а решта - на інші витрати.

Основна маса туристичних поїздок в світі здійснюється між промислово розвиненими країнами з ринковою економікою. В першу чергу це відноситься до західноєвропейських країн. У Іспанії і Австрії, наприклад, доходи від експорту туристичних послуг складають близько однієї третини доходів від експорту товарів. Ці країни, а також Італія, Франція, Швейцарія зводять баланс за статтею «туризм» з великим позитивним сальдо. У той же час, ряд західних країн з розвинутою туріндустрією зводять баланси за статтею «туризм» з негативним сальдо. В першу чергу це відноситься до Німеччини і Японії [30, с.9-10].

Слід зауважити, що привабливість туризму для підприємців пояснюється рядом факторів. По-перше, для того щоб почати займатися туристичним бізнесом, не потрібно великих інвестицій. По-друге, на туристичному ринку цілком успішно взаємодіють великі, середні та малі (з невеликою кількістю персоналу) фірми.

Взагалі туристичний бізнес, як складова економічного комплексу країни, має свою індустрію виробництва і надання послуг та виступає мультиплікатором зростання національного доходу, ВВП, зайнятості населення, розвитку місцевої інфраструктури і підвищення рівня життя населення [5, с.10]. При цьому слід повністю погодитись з В.С. Пазенком, який вважає ілюзорною думку підприємців та інших фахівців, зайнятих у сфері туризму, щодо абсолютної самодостатності туристичного бізнесу і у зв'язку з цим його повного ототожнення з таким явищем як «туризм». Наслідки неконтрольованої індустріалістської практичної діяльності виявилися надто тяжкими для суспільства, – вважає автор, – запобігти руйнівному господарюванню, яке ігнорує соціальні, власне людські потреби і бажання, покликана соціально і гуманістично орієнтована теорія як вища форма наукового знання, яка дає цілісне уявлення про закономірності та суттєві якісні характеристики досліджуваного явища [6, с.16].

Слід визнати, що вищенаведені тенденції і пов'язані з ними проблеми, висувають на перший план необхідність поглиблення різного роду наукових

досліджень, особливо у сфері господарсько-правового регулювання вказаної галузі.

Майже 400 років тому видатний економіст, один з основоположників класичної політичної економії в Англії У. Петті зробив припущення про зміну пропорцій між сферами матеріального і нематеріального виробництва на користь останнього. У сучасній світовій економіці прискорене зростання сфери послуг є характерною структурною зміною [82, с.8].

Великий внесок у наведену динаміку робить сфера туризму. Згідно зі статистикою, тревел-сектор – це 10% всього світового ВВП і 292 млн. робочих місць. Сьогодні у світі налічується 1,2 млрд. мандрівників, а щорічне зростання в туристичному секторі становить 5%, незважаючи на економічні та політичні проблеми. За оцінками ЮНВТО, питома вага туризму у створенні ВВП країн становить близько 9%, близько 30% у світовому експорті послуг та 6% від обсягів світової торгівлі. У галузі туризму працює більш ніж 235 млн. осіб, або кожний 12-й працівник. У 2015 р. послугами туристичної галузі скористалося близько 983 млн. іноземних туристів, у 2017 р. – 1 млрд. осіб. У 2017 р. товарообіг світового туризму досягнув понад 1,2 трлн. дол. США.

Дохід індустрії подорожей і туризму у ВВП Євросоюзу в 2014 р. становив 669,9 млрд. дол. США (3,6% від загального ВВП), протягом 2015-2025 рр. прогнозується його щорічне зростання на 2,7%, що становитиме 898,7 млрд. дол. США у 2025 р. [83, с.15-20].

За період з 1950 по 2012 р., число міжнародних туристичних прибуттів в світі зросло в 41,4 рази, а обсяг надходжень від міжнародного туризму збільшився в 512 разів [82, с.8].

За даними щорічного рейтингу Mastercard Global Destination Cities Index, який складається виходячи із загальної кількості іноземних туристів, які приїжджали у 132 міста світу, та кількості витрачених ними тут коштів, 10 найпопулярніших серед іноземних туристів міст світу – це Бангкок, Лондон, Париж, Дубай, Сінгапур, Нью-Йорк, Сеул, Куала-Лумпур, Токіо та Стамбул.

З 20 найпопулярніших міст найбільше витратили відвідувачі Дубая - \$28,5 млрд., а найменше – відвідувачі Мюнхена - \$5,3 млрд. [231].

За даними того ж джерела топ-11 найпопулярніших серед іноземних туристів країн і територій очолили Франція – за рік країну відвідали 82,6 млн. туристів. туристична галузь принесла їй \$43 млрд. США – трохи відставши від Франції за кількістю туристів - 75,6 млн. протягом року – Сполучені Штати значно обігнали її за доходами від туристичної галузі - \$206 млрд. Іспанія – почесне друге місце за кількістю туристів із США ділить Іспанія, яку в минулому році також відвідали 75,6 млн. людей, принісши цій країні \$60 млрд доходу. Китай та Іспанія відповідно 59,3 млн. туристів і \$44 млрд. та 52,4 млн осіб і \$40 млрд. доходу. Слід особливу увагу звернути на феномен Мексики, яка посідає сьоме місце у наведених топ-11, незважаючи на дуже складну криміногенну обстановку у країні, яка за масштабами більш нагадує багаторічну громадянську війну між наркокартелями та урядом. Між тим Мексику щорічно відвідують приблизно 35 млн. туристів.

Наведені приклади яскраво свідчать про те, що за певних умов рівень розвитку ВТ у світі критично не залежить ані від загального рівня економічного розвитку країни, ані від наявності чи відсутності статусу так званих «великих держав», ані від криміногенної обстановки. Перелічені причини такого феномену є однією із складових нашого дослідження.

Порівняно з цими гігантами досягнення України в туристичній галузі здаються вельми скромними - 13,6 млн. туристів за рік і \$1 млрд. доходів від туристичної галузі [232]. За даними ЮНВТО, частка України в туристичних потоках Європи становить близько 4% та близько 0,9% – в загальноєвропейських надходженнях від туристичної діяльності. В Україні туризм формує приблизно 1%-2% сукупного ВВП (в країнах Європи – близько 10%), частка експорту ТП в структурі експорту товарів та послуг в Україні становить 0.7% (в країнах Європи – 30%) [84, с.160-161].

За даними Всесвітньої ради подорожей і туризму (WTTC), у 2017 р. прямий внесок туристичного сектору економіки України у ВВП становив

39,5 млрд. грн. (1,5% від загального ВВП), що становить приблизно \$1,3 млрд., але прогнозується його щорічне зростання на 2,7% до 2028 р. [83].

Слід підкреслити, що саме за показниками МВТ формується рейтинг туристичних держав світу [88, с.5], де за міжнародними туристичними прибуттями до першої десятки входять такі європейські країни, як Франція, Іспанія, Італія, Туреччина, Німеччина, Велика Британія. Росія у загальному рейтингу на 43-му місці, Україна – на 88-му [83, с.15-20]. Колишній Голова Підкомітету з питань розвитку туризму, курортів та рекреаційної діяльності ВРУ А.А. Романова (депутат ВРУ VIII скликання) зазначала, щороку Україна втрачає близько 10 млрд. доларів від занепаду туристичної галузі[233].

Слід визнати справедливим висновок відомих українських фахівців у сфері туризмології, що нерозробленість понятійного апарату, неузгодженість у визначеннях основних концептів туризмознавства, довільність трактувань понять туризмологічної науки істотно позначаються на змісті засадничих документів туристичного спрямування, туристичній статистиці, офіційній звітності, яка має аналітично відображати стан туризму, зокрема в Україні [6, с.5].

На сьогодні статистика туризму охоплює величезне коло питань. Статистичні дослідження проводять для того, щоб виявити, як туризм впливає на економіку країни, на платіжний баланс, а також для виявлення основних напрямків та тенденцій розвитку туризму для планування його матеріально-технічної бази, проведення маркетингових досліджень та просування продукту до потенційних споживачів [86, с.5]. Тому проблеми статистичного обліку є одними з центральних у вивченні сфери туризму. В інформаційну епоху статистика туризму є найважливішим джерелом аналітичної інформації про сферу туризму і одночасно інструментом функціональної діагностики [82, с.5].

Про важливість проведення конкретних економіко-правових досліджень із застосуванням спеціальних наукових методів, зокрема конкретно-соціологічних і економіко-математичних, неодноразово вказує в своїх

наукових працях Г.Л. Знаменський [19, с.82], підкреслюючи неприпустимість умоглядної постановки правових питань і псевдонаукового їх вирішення, в результаті чого ніхто серйозно не думає про виконання вимог, закладених в Законі України від 11 вересня 2003 року «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» [79], в тому числі в контексті «детінізації» економіки [80].

Уявляється, що подібний підхід можна застосувати і до проблем розвитку туризму України з урахуванням ключових ідей, закладених в ГКУ – свобода підприємницької діяльності в межах суспільного господарського порядку, без якого неможливе відродження вітчизняної економіки, і суть якого полягає в тому, щоб приватні інтереси бізнесу визнавалися, а в необхідних випадках підтримувалися і гарантовано захищалися державою, але без ущемлення інтересів суспільства, коли головним інструментом правового впливу на економіку стає гармонійне поєднання приватноправових та публічно-правових засобів регулювання [19, с.90, 92].

Використовуючи певною мірою у якості зразка дослідження, проведене О.А. Воловик, оберемо у якості об'єкта дослідження офіційні статистичні дані та новітню українську судову практику за участю туроператорів та турагентів з метою аналізу особливостей спорів, які виникають в різних організаційних формах туризму (виїзний, в'їзний, внутрішній) [81, с.203-204].

Проаналізувавши офіційні дані ДССУ [12] та МЕРТУ, яке на даний час реорганізовано, а Департамент туризму у його складі ліквідовано (більша частина функцій Департаменту було передано Державному агентству розвитку туризму України [20], [24]), можна зробити наступні висновки:

1. громадяни України організованому внутрішньому туризму воліють організований виїзний. Кількість неорганізованих внутрішніх туристів встановити неможливо за відсутністю методики підрахунку;

2. до 2014 р. в'їзний туристичний потік України перевищував туристичні потоки більшості країн Центральної та Східної Європи, сягаючи 25 млн. осіб

у 2013 р. У 2014-2015 рр. кількість іноземних громадян, що приїжджали в Україну, знизилася вдвічі [83, с.16];

3. громадяни України та іноземці (які прибули в Україну) організованому туризму воліють неорганізований;

4. визначити економічну ефективність вітчизняної індустрії гостинності з високим ступенем вірогідності можна тільки шляхом підрахунку проданих іноземцям та внутрішнім туристам путівок-ваучерів, оскільки тільки вони є надійним доказом продажу повноцінного вітчизняного турпродукту;

5. обслуговуючі туриста, туроператор або турагент часто виступають виключно в ролі посередників, зокрема, сприяючи самодіяльному туристові в отриманні віз, страховок, бронюванні готелів, авіаквитків і т.п., що підтверджується різницею між середньою кількістю іноземних і внутрішніх туристів, обслугованих вітчизняними туроператорами та турагентами, а також середньою кількістю реалізованих путівок-ваучерів (іноземцям та громадянам України);

6. суттєва різниця між показниками організованого і неорганізованого (самодіяльного) туризму свідчить про здійснення деякими господарюючими суб'єктами туристичної діяльності без відповідної легітимації.

7. статистичні методики потребують суттєвого вдосконалення. Особливої уваги потребує розробка одноманітного категоріального апарату, узгодженого із законодавством України про туризм.

Поширеним методом статистичної характеристики явищ і процесів у сфері туризму є економічні класифікації. Питання класифікації займають гідне місце в «Міжнародних рекомендаціях по статистиці туризму» (IRTS-2008) - основоположному документі ЮНВТО у відповідній області [82, с.15-16], а методологія обчислення статистичних показників, що затверджені ДССУ, є офіційними статистичними стандартами України [86, с.22]. Крім того, державою встановлено стандарти, якими зафіксовано вимоги до різноманітних відносин, пов'язаних з розвитком туризму в Україні [69].

Загальний огляд та статистичний аналіз правозастосовної практики за участю суб'єктів ринку туристичних послуг України дозволив виявити особливості і рівень інфраструктурного розвитку вітчизняної індустрії гостинності та визначити його як дуже низький. І.І. Січка виділяє ряд факторів, які впливають на розвиток ТІ України, деякі з них багато в чому підтверджують обґрунтованість висновків, зроблених автором. Особливо слід відзначити: велику кількість туристичних ресурсів; відсутність чіткої стратегії розвитку ТІ та чіткого її регулювання; неефективний менеджмент та відсутність преференціювання територій; значну «тінізацію» туристичного ринку [84, с.160].

Отже, зародження і розвиток господарських відносин між різними країнами і народами генетично пов'язані з виникненням туризму і господарської інфраструктури, яка його обслуговує. Як показав короткий історичний аналіз, коріння цього явища сягають глибокої давнини. Туризм гармонійно поєднує питання культури, транспорту, безпеки, готельного бізнесу та багато інших соціальних інститутів і економічних сегментів. При цьому туризм є однією з найрентабельніших галузей світової економіки та одночасно однією з найбільших експортних галузей, що актуалізує необхідність зосередження уваги законодавця на належному правовому регулюванні туристичної діяльності та заходах стимулювання розвитку ТІ України. Визначення проблем у цій сфері та можливих шляхів їх розв'язання становлять предмет нашого подальшого дослідження.

1.3. Законодавство та судова практика про туризм в Україні.

Основний профільний законодавчий акт, що визначає загальні засади здійснення туризму в Україні - Закон України «Про туризм» № 324/95-ВР - ВРУ прийняла 15 вересня 1995 року [53].

Незважаючи на те, що Закон України «Про туризм» у цілому відповідає стандартам правового регулювання туризму в Європі, ряд експертів

відмічають, що в ньому відсутні процедури і механізми його застосування у підзаконних нормативно-правових актах, розробки потребують норми щодо фінансових гарантій діяльності туроператорів і турагентів, статусу індивідуальних засобів розміщення, ліцензійних умов діяльності тощо. Водночас Закон регулює туристичну діяльність загалом, не враховуючи особливостей окремих її сфер (зокрема, і ВТ). Є нагальна потреба розробки законів щодо розвитку окремих видів туризму, серед яких особливо актуальними є в'їзний та сільський туризм [88, с.66].

Важливим кроком в еволюції туристичного законодавства України стало прийняття 18 листопада 2003 року Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» № 1282-IV, у відповідності з яким Закон України «Про туризм» № 324/95-ВР від 15 вересня 1995 року було викладено у новій редакції [94].

Слід особливо відзначити, що отримання Україною права на проведення у 2012 році фінальної частини чемпіонату Європи з футболу стало важливим етапом у розвитку як вітчизняного туризму, так і туристичного законодавства України. У зв'язку з цим Законом №2468-VI від 08 липня 2010 року до Закону України «Про туризм» були внесені чергові зміни, які стосувались розвитку та підготовки готельної інфраструктури країни до форуму світового рівня. Статтю першу Закону було доповнено такими визначеннями як «готель», «готельна послуга» та «аналогічні засоби розміщення». КМУ було доручено забезпечення перегляду державного стандарту України щодо ТП та класифікації готелів у частині підвищення вимог до матеріально-технічного оснащення готелів та якості відповідних послуг [96].

Закон України № 2608-VI від 19 жовтня 2010 року було направлено на обмеження державного регулювання господарської діяльності. Цим законом були змінені статті 5; 17 ; 20 та 37 Закону у зв'язку з відміною процедури ліцензування турагентської діяльності [97].

Зміни, внесені Законом України № 3679-VI від 08 липня 2011 року, були одним із заходів підготовки до Євро-2012 і стосувались захисту прав

споживачів, у зв'язку з чим статтю 19 Закону було викладено у новій редакції: "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 КМУ" [98]. Таким чином, з'явилося поняття вітчизняної туристичної інфраструктури.

Процес гармонізації законодавства України та держав-членів ЄС в туристичній галузі в рамках підготовки до Євро-2012 мав на меті також посилення захисту прав споживачів турпродукту, що знайшло відображення у чергових змінах до Закону України «Про туризм», який Законом № 4385-VI від 09 лютого 2012 року було доповнено статтею 19¹ щодо порядку інформування споживачів про умови надання ТП, а статтю 20 «Договір на туристичне обслуговування» було викладено у новій редакції, що посилює правові гарантії захисту прав туристів як споживачів турпродукту [99].

Питання посилення захисту прав туристів розглядались також Верховним Судом України, який аналізуючи судову практику з розгляду цивільних справ про захист прав споживачів у витязі від 01 лютого 2013 року, вказав на необхідність чіткого визначення судами належного відповідача, оскільки існує неоднозначність у питанні розподілу зобов'язань та відповідальності між туроператором і турагентом перед замовником ТП.

Поширеною є практика, коли між туроператором та турагентом укладаються договори доручення або комісії. У зв'язку з цим споживачу важко визначитись, який саме суб'єкт надає йому ТП: туроператор чи турагент. В підсумку, Верховний Суд визначив, що відповідальність за невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування перед туристом в будь-якому випадку несе туроператор [197].

Незначні зміни до Закону стосувались питань виготовлення документів та бланків документів суворого обліку або звітності. Законом № 5316-VI від 02 жовтня 2012 року частину третю статті 23 Закону було виключено.

Ваучер як форма письмового договору на туристичне або на екскурсійне обслуговування нажаль перестав бути документом суворой звітності, що, на думку автора, послабило регуляторні можливості держави у цій сфері, а також знизило ефективність методу статистичного аналізу діяльності учасників відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності [100].

Скороченню кількості документів дозвільного характеру присвячені зміни, внесені Законом № 1193-VII від 09 квітня 2014 року. Зміни торкнулися статей 5; 6; 23; 24; 25; 26; 30 щодо отримання дозволів та ліцензій. Між тим особливу увагу слід звернути на те, що у тексті Закону слова "центральний орган виконавчої влади в галузі туризму" було замінено словами "центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів", це, на погляд автора, свідчить, що законодавець став розглядати поняття «туризм» у більш широкому значенні.

У зв'язку з прийняттям Закону України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» № 124-VIII до статей 6; 10; 18; 19¹; 20; 24; 25; 30 було внесено відповідні зміни щодо сертифікації та стандартизації туристичної діяльності [101].

Доцільним є проведення порівняльного аналізу двох редакцій Закону та зупинитись на тих змінах, які з'явилися після восьмирічного існування первісної редакції Закону.

Порівнюючи та аналізуючи редакції Закону, С.І. Селецький обґрунтовано робить висновок, що новий закон не сприяє рішення практично жодної із існуючих проблем, а результати можуть бути прямо протилежними декларованим, наприклад, відхід частини підприємств «у тінь», монополізації ринку ТП, вивозу значних валютних коштів за межі держави. Також негативною стороною нового закону є те, що внутрішній туризм і екскурсійна діяльність так і залишилися поза межами правового поля [103, с.26, 57-60].

Між тим вперше в українському законодавстві з'явилося визначення одного із базових концептів туризмології, а саме терміну «турист», яке в загальних рисах відтворило визначення, прийняте у 1963 р. на Конференції ООН з міжнародного туризму в Римі [104, с.98].

Вітчизняне законодавство поповнилося визначеннями таких термінів як «супутні ТП і товари» і «характерні ТП і товари», «просування турпродукту», з'явилися визначення термінів «місце продажу (реалізації) ТП» та «місце надання ТП», яке законодавець трактує як країна, на території якої безпосередньо надаються ТП. Між тим варто було б ввести у законодавство повноцінне поняття туристичної дестинації, взявши за основу, скажемо, визначення, яке було дано у монографії Т.І. Ткаченко, яка трактує туристичну дестинацію не тільки як місце надання ТП, а перш за все, як інфраструктуру у певній місцевості, діяльність якої спрямована на доведення до споживача унікального (специфічного) турпродукту, сформованого на базі місцевого туристичного ресурсу [90, с.65] [11, с.94-101].

Вельми позитивним кроком слід визнати удосконалення визначення терміну «туристичні ресурси», яке набуло майнові характеристики. Туристичні ресурси визначені перш за все як туристичні пропозиції на основі та з використанням об'єктів державної, комунальної чи приватної власності, тому досить логічним виглядає доповнення статті 2 Закону, яка має назву «Законодавство України про туризм» другою частиною, яка встановлює, що 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.

Необхідно погодитись з думкою О.А. Воловик, яка неодноразово підкреслює, що спільна мета цивільно- та господарсько-правової (економічної) політики (регулювання) повинна полягати у створенні умов для економічно-ефективного обміну (господарювання), але не з позицій (захисту) приватного чи публічного інтересу (або їх аморфного

поєднання/гармонізації), а конкретного (утилітаристського) критерію – суспільної економічної ефективності (оптимального для суспільства розподілу ресурсів при мінімальних трансакційних витратах), якій власне і втілює відповідний баланс інтересів [81, с.243].

В редакції Закону від 18 листопада 2003 року введено новий термін: «учасник відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності» , між тим законодавець не перейнявся формулюванням визначення ключового терміну, яким є поняття «туристична діяльність». У новій редакції більш докладно регламентовані питання відповідальності суб'єктів туристичної діяльності, в тому числі органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб у сфері туризму.

Серйозним негативним аспектом нової редакції слід вважати виключення з Закону низки базових туризмологічних концептів, таких як «ТІ», «туристична діяльність», «ТП», «тур», а також виключення цілого розділу, який містив положення, що регламентують організацію економічної діяльності та фінансування галузі туризму, оскільки не можна не погодитись з думкою багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців, які обґрунтовано вважають, що основу економічних відносин в сфері туризму утворює індустрія гостинності, яка традиційно об'єднує підприємства розміщення, туристичних організаторів, туристичних посередників, а також атракції (travel industry) [68, с.13].

Важливим чинником впливу держави на індустрію гостинності, постає фінансова політика. Нагальна необхідність у її реформуванні обумовлена невинним зростанням зношеності матеріально-технічної бази туризму. Самостійно вирішити проблему накопичення достатніх інвестиційних ресурсів окремі підприємства не спроможні, тому провідна роль у цьому процесі належить державі. Втім очікуваних кроків з її боку практично не спостерігається: пільгових умов оподаткування і залучення іноземних інвестицій не створено, через дефіцит бюджетних коштів пряме фінансування та державне кредитування галузі майже відсутні [103, с.24-25].

Готелі, екскурсійні агенції, турагенти часто надають споживачу низку послуг, які насправді є повноцінним турпродуктом (скажемо, готель надає послуги з розміщення, харчування та проводить різні розважальні заходи, а екскурсійне бюро при готелі здійснює перевезення, сприяє розміщенню, проводить екскурсії та організовує харчування і це не розглядається контролюючими органами як порушення Закону «Про туризм», що веде до «тінізації» ринку ТП.

І.І. Дахно і В.Н. Алієва-Баранівська справедливо зазначають, що туроператор, по суті, випав із сфери правового регулювання, а турагент, по суті, може робити все, що йому заманеться. Особливо це стосується внутрішнього туризму. Доцільно, не обмежуючи прав і обов'язків турагента, зафіксувати те, що виходить за розумні рамки турагентської діяльності [106, с.22]. Тієї ж думки дотримуються Н.В. Федорченко і М.М. Гудима, відзначаючи надзвичайну поверховість, допущену законодавцем в правовому регулюванні відносин, пов'язаних з наданням ТП [107, с.68][108, с.25-26].

Підсумовуючи власний порівняльний аналіз двох редакцій Закону, С.І. Селецький робить важливий висновок, з яким важко не погодитись. Серед великої кількості фірм, що діють на національному туристичному ринку, лише одинці займаються туроператорською діяльністю в класичному розумінні цього слова. Інші ж виступають в основному як посередники закордонних операторів, додаючи до їх турпродукту частину власних послуг. Подолати несприятливу ситуацію можна тільки завдяки появі у вітчизняному туристичному бізнесі потужних компаній зі значними оборотними коштами. І оперативне вирішення проблем полягає насамперед у державній підтримці формування об'єднань підприємств туризму, консорціумів, холдінгів, картелів тощо [103, с.24-25,].

На вдалий досвід створення згаданих об'єднань вказує у своєму дослідженні І. І. Каракаш. Науковець нагадує, що відсутність у 90-ті р.р. минулого століття структур і важелів державного регулювання туризму

призвела до руйнації важливих складових інфраструктури туристичної галузі [188].

Суттєвий вплив на становлення та розвиток туризму як галузі національної економіки мали постанова КМУ «Про заходи подальшого розвитку туризму» № 728 від 29 квітня 1999 року [186] та Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року (далі - Основні напрями), схвалені указом Президента України № 973/99 від 10 серпня 1999 року [187]. Попри усі соціально-економічні негаразди останніх років, відзначається в Основних напрямках, ТП стала тією галуззю народного господарства, яка із року в рік без залучення державних дотацій стабільно нарощує обсяги ТП. Проте її інфраструктура вимагала суттєвої модернізації та реконструкції відповідно до встановлених міжнародних стандартів.

Незважаючи на те, що за Основними напрямками пріоритетним видом туризму для країни залишається іноземний (в'їзний) туризм як вагомий чинник поповнення валютних надходжень державної скарбниці та створення додаткових робочих місць, в них підкреслюється необхідність розвитку внутрішнього туризму і доведення його до рівня високорентабельної галузі національної економіки [188].

Багато в чому Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, затверджена Розпорядженням КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р [77] відтворює завдання, позначені в Основних напрямках, а одною із вдалих форм їх вирішення стали законодавчі акти щодо розвитку та вдосконалення інфраструктури окремих міст і територій з найбільш відомими об'єктами рекреаційно-оздоровчого та екскурсійно-туристичного призначення.

Такими законодавчими актами є, наприклад, укази Президента України «Про заходи щодо розвитку курортної зони Великої Ялти» № 313/97 від 9 квітня 1997 року [189] та «Про економічний експеримент «Курортотоліс Трускавець» № 199/98 від 18 березня 1998 року [190], Комплексна програма соціально-економічного розвитку Великої Ялти як курорту загальнодержавного значення, що затверджена постановою КМУ № 9 від 5

січня 1998 року зі змінами, внесеними постановою № 1206 від 18 вересня 2001 року [191], Закон України «Про спеціальну економічну зону туристично-рекреаційного типу «Курортотоліс Трускавець» від 18 березня 1999 року [192] тощо. Останнім Законом створена спеціальна економічна зона туристично-рекреаційного типу строком на 20 років в адміністративно-територіальних межах міста Трускавець Львівської області. Метою її створення є стимулювання інвестиційної та інноваційної діяльності, спрямованої на збереження та ефективне використання природних лікувальних ресурсів курорту Трускавець, прискорення економічних реформ у лікувально-оздоровчій галузі та розвиток туризму [188]. Таким чином в Україні були створені перші так звані туристичні кластери. Термін широковідомий у світі як у теорії, так і на практиці, але широкого застосування в діючому законодавстві України він не знайшов.

Туристичний кластер (з англ. *cluster* - «гроно», «група», «скупчення») - це концентрація на певній території підприємств ТП, які взаємодіють між собою з метою створення турпродукту. Групи підприємств спільно використовують туристичні ресурси, інфраструктуру, ринок праці та взаємодоповнюють один одного [193]. Піонером кластеризації варто вважати Хмельницьку область (Асоціація "Поділля перший", яка об'єднала зусилля органів місцевої влади, науковців, підприємців). До регіонів, які мають у своєму арсеналі кластерні структури, належать: АРК, м. Севастополь, Сумська, Полтавська, Одеська, Рівненська, Миколаївська області.

Вперше процес кластеризації торкнувся туристичної галузі в Україні, коли в 2001 р., після тривалих маркетингових досліджень у туристичній галузі Чернігівщини, було засновано туристичний кластер "Кам'янець". Його метою стало створення конкурентоспроможної сфери ТП, перетворення цієї території на сучасний туристичний центр, ініціювання та координація проектів розвитку туризму в регіоні.

У 2008 р. було розроблено проект розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції створення кластерів в Україні», але він не був прийнятий. Тому

вкрай необхідно прийняти відповідний документ на загальнодержавному рівні, а також розробити програми створення туристичних кластерів у регіонах, обґрунтовано вважають А. А. Теребух, Н. Б. Бандура [194].

Практичну ефективність кластеризації підтверджує також І.І. Каракаш. Підсумовуючи своє дослідження, він відзначає, що практична діяльність Трускавецького курортного полісу протягом свого існування як спеціальної економічної зони туристично-рекреаційного типу свідчить про те, що вона виправдовує своє утворення та цільове призначення.

Проте, не вникаючи до природних і соціальних характеристик відповідних об'єктів і комплексів, що розташовані на території країни, можна стверджувати, що Трускавецький курортний комплекс не є єдиним в Україні. До таких об'єктів, територій і комплексів тільки в Одеській області можна віднести курорт «Куяльник», курортне містечко «Сергіївка» та багато інших [188].

Трускавецький досвід законодавчого визначення статусу курортно-оздоровчих об'єктів і містечок може бути поширений і на вказані території. У певній мірі це визнано указом Президента України «Про деякі заходи щодо розвитку туристичної та курортно-рекреаційної сфер України» № 207/2003 від 11 березня 2003 року [195] та постановою КМУ № 1900 від 10 грудня 2003 року «Про заходи щодо поліпшення роботи з використання і охорони територій курортно-оздоровчого та рекреаційного призначення в Одеській області» [196].

Більш того, при усій сучасній непопулярності створення спеціальних економічних зон вважаємо, що у такому напрямі має визначатися статус таких міст, як Одеса, Бердянськ, Скадовськ та інших рекреаційно-туристичних міст зі своєю достатньо розвинутою спеціалізованою інфраструктурою. Подальше нехтування їх природною та соціальною здатністю виконувати рекреаційно-туристичні функції є прорахунком, що обертається значними фінансовими, матеріальними, оздоровчими, виховними та працевлаштувальними втратами для країни [188].

Між тим, повертаючись до розгляду розділу третього Закону України «Про туризм» в редакції від 18 вересня 1995 року [53], слід відзначити, що із нової редакції Закону було необґрунтовано виключено розділ, положення якого надавали туризму статус господарської галузі. Він визначав економічну діяльність у галузі туризму, як забезпечення ефективного використання наявної та створення нової матеріально-технічної бази туризму, збільшення валютних надходжень до бюджету держави, кооперування коштів суб'єктів туристичної діяльності, зайнятості населення, задоволенні його різноманітних потреб. Фактично було надано визначення поняття «туристична діяльність», основними завданнями якої вважалися: створення турпродукту; формування ринку ТП; удосконалення інфраструктури туризму; розвиток внутрішнього та іноземного туризму. Було передбачено створення Фонду розвитку туризму України, який повинен був формуватися за рахунок відрахувань суб'єктів підприємництва незалежно від форм власності. Для суб'єктів підприємства, що надають ТП, передбачалось встановлення пільг щодо оподаткування, кредитування та страхування туристичної діяльності. Цю норму можна розцінювати як розвиток моделі господарських відносин закладених у ГКУ, як підґрунтя для розвитку публічно-приватного партнерства у сфері туризму, як перспективну форму економічного співробітництва між державою і бізнесом [19, с.481].

Таким чином, було закріплено головний вектор розвитку вітчизняного туризму – це модернізація і розвиток вітчизняної ТП, яка вельми вдало трактувалась як сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо).

Міністерством інфраструктури України на виконання доручення КМУ було розроблено План імплементації Директиви Ради ЄС від 13 червня 1990 року 90/314/ЄЕС [55] [63] [64], який був схвалений Розпорядженням КМУ від 11 березня 2015 року № 200-р [61] [75]. Доцільно пригадати, що спроба імплементації відповідного європейського законодавства мала місце на четвертій сесії ВРУ VII скликання в проекті Закону України «Про туризм» №

4224 від 24 лютого 2014 року [121], який було повернено для доопрацювання авторському колективу, але після цього ВРУ до нього не поверталась і, як показує подальша тенденція вдосконалення законодавства України про туризм, даремно.

Взагалі зміст даного законопроекту значною мірою відтворює Модельний закон про туристичну діяльність, прийнятий 16 листопада 2006 року на двадцять сьомому пленарному засіданні МАДУ СНД [65][66]. Зазначені акти значну увагу приділяють регулюванню господарської діяльності у сфері туризму. Зокрема, величезним позитивним кроком є визначення ТП як галузі економіки держави, що включає туризм як елемент соціально-економічної сфери.

Проект № 4224 і Модельний закон містять визначення базового концепту туризму, основою якого є господарська діяльність у сфері туризму, а саме – «туроперейтинг». Проте сам термін у цих документах не використовується. Замість нього в них йдеться про його змістовні складові, такі як надання (поставка) ТП, яке визначено як впорядкований процес формування, виробництва, просування і маркетингу, розподілу (бронювання, резервування), продажу, доставки та виконання окремих ТП і турпродукту. Законодавство України взагалі не містить зазначеного поняття.

У Проекті № 4224 та Модельному законі пропонується створення спеціальних туристично-рекреаційних економічних зон як частин території України, на яких встановлюються і діють спеціальний правовий режим підприємницької діяльності у галузі туризму, ТП (у Модельному законі) та порядок застосування і дії законодавства України. Діючий Закон та проекти змін до нього не містять аналогічних положень, між тим це спроба закріплення на законодавчому рівні успішного світового і вітчизняного досвіду створення туристичних кластерів.

Між тим не можна погодитись з формулюванням туристичної діяльності як прямої або непрямой посередницької діяльності у галузі туризму. На нашу думку, діяльність туроператора з організації подорожі є туроперейтингом,

тобто безпосереднім процесом надання споживачу КТП, про що детальніше у наступних главах.

Проект № 4224 передбачав введення таких понять як експорт та імпорт ТП, визначав державну підтримку розвитку в'їзного та внутрішнього туризму як сукупність правових, економічних, соціальних, організаційних та інших заходів державного сприяння зміцненню і розвитку вітчизняної туристичної галузі, її інфраструктури. При цьому окремо підкреслювалось, що державна підтримка надається виключно туроператорам, які займаються організацією в'їзного (експорт ТП) та/або внутрішнього туризму і здійснюється шляхом податкового та господарського регулювання.

Конкретні механізми розвитку вітчизняного туризму містять положення саме Проекту № 4224 та Модельного закону, а саме стаття 8 проекту, яка має назву «Податкове, господарське регулювання розвитку в'їзного та внутрішнього туризму» та передбачає пільгове оподаткування туроператорів, часткове фінансування їх витрат за рахунок державного бюджету, пільги з оренди нерухомості. Вказані заходи дуже важливі для розуміння і практичної реалізації регуляторної політики держави у сфері туризму. Велику увагу Проект № 4224 та Модельний закон обґрунтовано приділяли статистичному обліку туризму в Україні, що також є одною з його переваг перед діючим законодавством.

Черговий проект Закону про внесення змін до Закону України «Про туризм» було зареєстровано за № 8317 від 20 квітня 2018 року, а 29 серпня 2019 року відкликано [25]. Між тим, слід звернути увагу на його позитивні новели, насамперед на зміщення акцентів у загальному розумінні туризму, який розуміється значною мірою як бізнес, а не тільки як сфера особистого споживання, що притаманне діючому Закону. Запропоновані зміни до статті 2 «Законодавство України про туризм» містять поняття «господарські відносини» та додано ПКУ як один із основних законодавчих актів, які регулюють відповідні суспільні відносини. Введено поняття «ТП», але відсутнє само визначення цього поняття. Визначено, що ВТ і МВТ є

пріоритетними напрямками розвитку економіки та культури і створюють умови для розвитку ТІ.

Проект № 8317 обґрунтовано пропонував застосовувати вимоги до фінансового забезпечення лише до туроператорів з виїзного туризму. Крім того, замість банківської гарантії пропонувалося страхівка. Більш чітко і детально визначена сама процедура надання та отримання забезпечення. В цілому, Проект № 8317 можна визнати позитивним кроком у розвитку вітчизняного туризму, але запропонованих заходів було замало для того, щоб вважати його проривом у цьому напрямку.

Розпорядження КМУ від 11 березня 2015 року № 200-р, яким було схвалено План імплементації Директиви Ради ЄС від 13 червня 1990 року 90/314/ЄЕС[60][71] [75] втратило чинність у зв'язку з прийняттям КМУ Постанови від 25 жовтня 2017 р. № 1106 [26], а сама Директива була частково скасована Директивою Ради ЄС від 25 листопада 2015 року 2015/2302 [132] [138]. Результатом цих змін стало прийняття ВРУ на 4 сесії ІХ скликання проекту Закону про внесення змін до Закону України «Про туризм» № 4162 від 29.09.2020 р. та деяких інших законодавчих актів щодо основних засад розвитку туризму, який очікує розгляду [27].

Вивчаючи Проект № 4162 слід відзначити, що ніяких фундаментальних позитивних змін він не містить. Туризм позиціонується як галузь, але не зрозуміло галузь чого. Якщо мова йде про галузь економіки, то це повинно бути чітко визначено в законодавстві, а для керування галуззю потрібно створити окреме міністерство, а не обмежуватися створенням Департаментів або Агентств у якості додатків до інших міністерств.

Обґрунтованість такого висновку підтверджує один із співавторів Проекту № 4162 Д. А. Наталуха. Експерт слушно відзначає, що туризм – одна з небагатьох галузей, яка може реально активувати українську економіку. Замість того, щоб просідати в кишенях Єгипту чи Туреччини, завдяки внутрішньому туризму гроші українців можуть піти в економіку України. А туризм зовнішній, тобто в'їзний, здатний залучити іноземну

валюту. За даними Всесвітньої ради з подорожей і туризму, у 2017 році прямий і опосередкований вклад туристичної галузі в світову економіку склав близько 10,4% ВВП, а у нас – 1,4%. Чому ми не отримуємо шматок цього світового туристичного пирога? Може і тому, що в Україні навіть спеціалізованого органу, відповідального за цей напрямок, не існує [33].

Між тим, Проект № 4162 не закладає ніяких основ для виходу із наведеної ситуації. Відсутнє поняття вітчизняної ТП. На відміну від Проекту № 4224, не передбачено ніяких адресних пільг та преференцій для її суб'єктів. Розширено перелік базових туристичних термінів-концептів, але часто з незрозумілим змістом, наприклад: «національний туризм», який з невідомих підстав включає не тільки внутрішній туризм, а і виїзний туризм, тобто, діяльність відвідувачів-резидентів не тільки в межах, а і поза межами відповідної країни під час внутрішніх або виїзних туристичних поїздок. Логічно було б вважати, що термін «національний» повинен відноситись тільки до відвідувачів, які подорожують територією України.

Зміст новели у вигляді такого концепту як «національний туристичний продукт» взагалі важко коментувати, тому що він містить фразеологічні обороти, які потребують окремого тлумачення. Вказане частково узгоджується з висновком Головного науково-експертного управління від 30 листопада 2020 року, в пункті 18.3. якого слушно вказується, що положення законопроекту не завжди відповідають вимогам законодавчої техніки щодо стилю, мови та оформлення змісту закону. Зокрема, у ньому зустрічаються невизначені у правовому відношенні терміни і формулювання (наприклад: «територія, що ... передбачає можливість приєднання для формування більших територій» (п. 5 ч. 1 ст. 1), «географічно детермінований продукт», «окремі елементи туристичного потенціалу» (п. 10 ч. 1 ст. 1).

Слід особливо відзначити необґрунтованість та надмірну складність запропонованого Проектом № 4162 механізму фінансового забезпечення. Проект № 4162 пропонує однаковий підхід як для туроператорів, працюючих на ринку ВТ і МВТ, так і на ринку виїзного туризму. Для новоствореного

туроператора або такого, що не провадив діяльність, у році, що передує року отримання фінансового забезпечення, мінімальний розмір фінансового забезпечення становить 50 000 євро. Такий підхід є не тільки неефективним, а і шкідливим для розвитку вітчизняного туризму. При цьому слід нагадати економічно обґрунтовану пропозицію Проекту № 8317, щодо застосовування вимоги до фінансового забезпечення лише до туроператорів з виїзного туризму [25].

Підсумовуючи проведений аналіз основних етапів еволюції законодавства України у сфері туризму, з урахуванням думок зарубіжних авторів та представників української школи господарського права, слід визнати, що більш вдалим способом удосконалення вітчизняного законодавства про туризм є доповнення відповідними правовими нормами ГКУ, тобто кодифікація (більш детально – у наступному розділі).

О.П. Подцерковний і О.А. Беяневич наголошують, що закріплення дієвих принципів взаємодії держави та бізнесу в силу традицій пріоритету та авторитету кодексу в Україні перед звичайним законом доцільно робити саме при кодифікації [120, с.10, 28]. Між тим, доцільним кроком у напрямку виправлення тої ситуації у сфері туризму, яка має місце на даний час. прийняття окремого закону про розвиток індустрії туризму

Загальний огляд та статистичний аналіз судової правозастосовної практики за участю суб'єктів ринку туристичних послуг України дозволяє виявити особливості і рівень інфраструктурного розвитку вітчизняної індустрії гостинності. При цьому слід виходити з того, що суб'єкти розвиненої, економічно ефективної індустрії гостинності природним чином повинні вступати у різного роду правовідносини, а це неминує призводити до спорів і звернень до судових органів (це своєрідний маркер або, говорячи мовою системного аналізу, ефект зворотнього зв'язку).

Інформаційною базою дослідження став ЄДРСР [111], а критеріями відбору рішень стало віднесення спорів, пов'язаних з наданням ТП, що впливають з договірних відносин, до категорії цивільних чи господарських

справ в формі позовного, цивільного або господарського судочинства по всіх регіонах України за період з 2011 по 2020 рік. Аналіз більш ніж 250 рішень судів різних інстанцій, тобто практично усіх рішень реєстру, які відповідали вищезгаданім критеріям, дає можливість зробити ряд висновків, які стануть предметом нашого подальшого дослідження.

Перше, що необхідно відзначити – це повне домінування в судовій статистиці цивільних справ, пов'язаних з виїзним туризмом, де сторонами виступають туристи як споживачі турпродукту і українські туроператори (турагенти), які реалізували споживачеві турпродукт, створений на базі іноземної індустрії гостинності в умовах туристичної дестинації, що знаходиться за межами України.

Із загальної кількості досліджених автором судових рішень (близько 250) тільки сім рішень відносяться до внутрішнього туризму, інші стосуються подорожей, пов'язаних з виїздом українських громадян за кордон, тобто з виїзним туризмом. При цьому слід констатувати практично повну відсутність в ЄДРСР даних про наявність спорів, у яких стороною виступали б іноземний турист з одного боку і учасники відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності (в сенсі визначення, даного в ч.1 ст.5 Закону України «Про туризм») [53] з іншого, де спори були б пов'язані з подорожжю іноземного громадянина по території української туристичної дестинації.

Слід так само відзначити майже повну відсутність в ЄДРСР даних про наявність господарських спорів між учасниками відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, які були б пов'язані з формуванням комплексу ТП, що надаються на території вітчизняної туристичної дестинації. Причин тому може бути декілька.

Перша і головна причина полягає в слабкому розвитку інфраструктури вітчизняної ТП.

Друга – в неефективності державної регуляторної політики в даній сфері вітчизняної економіки.

Третя – в «тінізації» туристичної діяльності як такої, внаслідок чого створенням турпродукту займаються суб'єкти підприємницької діяльності і навіть окремі громадяни, що не володіють зазначеним статусом. При цьому ані ті, ані інші не мають відповідної легітимації для подібного роду діяльності. Дана ситуація призводить до того, що суди розглядають спори, пов'язані з наданням ТП, не застосовуючи Закон України «Про туризм».

Четверта причина тісно пов'язана з третьою – це абсолютне домінування неорганізованого (самодіяльного) туризму над організованим в таких його організаційних формах як ВТ і МВТ (особливо ВТ) туризм.

У зв'язку з цим, уявляється досить цікавим і показовим висновок Я.В. Вольвач, зроблений на основі аналізу судової (арбітражної, прим. - А.Л.) практики РФ. Дослідник вказує, що суд, розглядаючи спори між організаціями (господарськими, прим. авт.) про неналежне виконання окремих послуг, що становлять або можуть скласти турпродукт (розміщення, бронювання, перевезення), кваліфікує укладений між ними договір як договір надання послуг, але не як договір надання ТП, а також не регулює виниклі правовідношення нормами Закону «Про основи туристичної діяльності».

Окремо слід наголосити, що причиною подібної практики Я. В. Вольвач обґрунтовано вважає ігнорування судом мети контрагента. Такою метою є вчинення подорожі, що становить суть туризму [112, с.24-25]. Встановлення справжньої мети дозволяє точно встановити правову природу договору. Про цю проблему та шляхи її вирішення більш детально в наступних розділах, а поки доцільно проаналізувати показове рішення по цивільній справі, виходячи з вітчизняних реалій.

Трускавецький міський суд Львівської області 06 серпня 2015 року розглянув цивільну справу за позовом ТзОВ «Діагностичний лікувально-реабілітаційний курортний комплекс «Ріксос-Прикарпаття» до ОСОБА_2 про стягнення боргу. Судом встановлено, що з 20 січня 2015 року по 12 березня 2015 року громадянин України ОСОБА_2 користувався послугами, наданими курортним комплексом ТзОВ "Ріксос-Прикарпаття". Послуги, надані

курортним комплексом ТзОВ "Ріксос-Прикарпаття", включали в себе як основні (включаються до ціни номеру): проживання в готелі, харчування, так і додаткові (сплачуються окремо, та не включені до ціни номеру). Підтвердженням надання основних послуг являється реєстраційна карта за рахунком № 188187 (кімната № 911). При поселенні у комплекс ОСОБА_2 було ознайомлено з "Правилами користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг", затвердженими наказом Державної туристичної адміністрації України від 16 березня 2004 р. №19 та з "Правилами проживання в діагностичному лікувально-реабілітаційному комплексі "Ріксос-Трускавець", що підтверджується наявним підписом ОСОБА_2 в реєстраційній карті. Відповідно до п. 1.3. "Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг" додаткові послуги не належать до основних послуг, замовляються та сплачуються споживачем окремо. З 20 січня до 12 березня 2015 року ОСОБА_2 користувався медичними послугами у Медичному центрі комплексу, послугами бару, послугами румсервісу, салоном краси, послугами мінібару, послугами трансферу, послугами бальнеології, послугами фізіотерапії, послугами боулінгу та більярдом, послугами пральні, послугами ресторану «Портус».

При замовленні тієї чи іншої послуги працівники ТзОВ "Ріксос-Прикарпаття" ознайомлювали ОСОБА_2 з найменуванням послуги та ціни на неї. Загальна вартість отриманих ним послуг становить 192 213,45 гривень, що підтверджується інформаційною довідкою про борг ТзОВ "Ріксос-Прикарпаття". Однак, ОСОБА_2 11.03.20015 о 15-53 год. умисно покинув готельний комплекс, не розрахувавшись за надані послуги.

Між тим, судом також встановлено, що між ТзОВ "Ріксос-Прикарпаття" та ОСОБА_2 зобов'язання виникли на підставі укладення публічного договору. Отже, факт існування договірних відносин між ТзОВ "Ріксос-Прикарпаття" та ОСОБА_2 було встановлено, так само, як і факт існування заборгованості, що виникла в результаті порушення цих договірних відносин,

тому суд застосував норми ЦКУ та ЦПК України і задовольнив позов у повному обсязі [113].

Визначність даного рішення полягає в наступному. Закон України "Про туризм" у частині 4 статті 1 [53] визначає турпродукт як комплекс ТП, до складу якого входять не менше ніж дві послуги, а саме: перевезення, послуги розміщення та інші ТП, не пов'язані з перевезенням і розміщенням.

У частині 4 статті 20 Закону визначено істотні умови договору на туристичне обслуговування. Однією з таких умов є внесення в договір положень, пов'язаних з характеристикою транспортних засобів, які здійснюють перевезення, якщо воно входить до складу турпродукту (пункт 2 частини 4 ст. 20 Закону), тобто відносно послуг з перевезення зроблено застереження, яке робить цю послугу не обов'язковою у складі турпродукту.

Таким чином, згідно чинного законодавства послуги розміщення та інші ТП, не пов'язані з перевезенням і розміщенням, складають турпродукт як комплекс ТП, а відтак можна вважати, що позивач у розглянутій справі у дійсності надав відповідачу не готельні, а ТП і за таких обставин їх розмежування можливо тільки при встановленні цілей і мотивацій відповідача (споживача) (що у конкретній справі було неможливо в зв'язку з неявкою відповідача).

Аналіз вітчизняної законодавчої бази туризму підтверджує необхідність її вдосконалення шляхом визначення туризму як галузі економіки, а туристичної діяльності як господарської діяльності суб'єктів ТП. Вирішення вимагають також питання визначення правового статусу туроператорів. З метою удосконалення правового інструментарію державного управління господарською діяльністю у сфері туризму необхідно здійснення наступних першочергових заходів: визначити поняття туристичної дестинації не тільки як місця надання ТП, а, перш за все, як інфраструктури у певній місцевості, діяльність якої спрямована на надання споживачу комплексної специфічної туристичної послуги на базі місцевого туристичного ресурсу; введення таких

понять як експорт та імпорт ТП; визначити поняття державної підтримки розвитку міжнародного в'їзного та внутрішнього туризму та її видів.

РОЗДІЛ 2.

ГОСПОДАРСЬКО-ПРАВОВА ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ.

2.1. Основні концептуальні та змістовні підходи до господарсько-правового розуміння туристичної індустрії.

У контексті основних напрямів нашого дослідження варто акцентувати увагу на змісті самого поняття «індустрія». Цей термін має кілька значень, його етимологія має латинське і французьке коріння, означаючи в основному «діяльність», «промисловість», «виробництво»[34].

Академічний тлумачний словник української мови (1970—1980) визначає індустрію як фабрично-заводську промисловість із машинною технікою; промисловість[35], а Великий тлумачний словник сучасної української мови – як фабрично-заводську промисловість із машинною технікою; промисловість або галузь народного господарства, пов'язану з безпосереднім обслуговуванням населення, індустрію туризму, індустрію здоров'я[36].

З наведених тлумачень можна зробити загальний висновок, що головним складником поняття «індустрія» є господарська діяльність, спрямована на промислове виробництво або обслуговування населення, яку здійснює певна галузь економіки.

Свого часу науково-технічна революція сприяла накопиченню коштів, які людина могла у все більших розмірах витратити на дозвілля. У цей період швидко розвивалася індустрія туризму, що займав усе важливіші позиції в світогосподарському комплексі [6, с.7].

Широко використовується поняття «індустрія» у проекті Закону України «Про туризм» № 4224 від 24 лютого 2014 року [121]. Зокрема, згідно п.2 ч.1 ст.1 Проекту до галузі туризму входять призначені для організації дозвілля і з метою туризму індустрія всіх видів перевезення туристів та їхнього багажу, індустрія гостинності - розміщення та харчування туристів, індустрія послуг розваг та інших послуг (санаторно-курортних, освітніх тощо), індустрія туристично-екскурсійних та музейних послуг, посередницьких та окремих послуг туроператорів і турагентів, а також індустрія туристичних послуг і робіт, що сприяють їх споживанню, продаж товарів туристичного асортименту та сувенірів. При цьому у Проекті неодноразово використовується поняття «туристична індустрія», але відсутнє його визначення.

Основні підходи до визначення поняття «туристична індустрія» в науковій літературі та законодавчих документах наводить Т.В.Момонт [37, с.69-81]. Деякі з науковців наголошують, що ТІ, будучи складним міжгалузевим народно-господарським комплексом, включає в себе сукупність підприємств, установ і організацій матеріального виробництва і невиробничої сфери, що забезпечують виробництво, розподіл, обмін і споживання туристичного продукту, освоєння і використання туристичних ресурсів і створення матеріальної бази туризму [38].

ТІ - це сукупність виробництв різних галузей господарства, закладів культури, освіти, науки, що забезпечують створення матеріально-технічної бази туризму, підготовку кадрів та процес виробництва, реалізації і споживання туристичного продукту на основі використання природних багатств, матеріальних і духовних цінностей суспільства[42]. Такий підхід підтримано і у проекті Закону України «Про туризм» № 4224 від 24 лютого 2014 року в якому туризм, перш за все, є галуззю економіки держави, яка включає індустрію всіх видів перевезення, індустрію гостинності і т.ін. [121].

При цьому ТІ з іншими елементами туристичного сектору поєднують не лише організаційні, а численні економічні зв'язки у формі поставок товарів,

надання послуг, володіння акціями тощо, у результаті чого необхідна наявність зовнішнього координатора (в особі держави) для успішної взаємодії підприємств туризму з різними галузями, як національної економіки, так і світового господарства в цілому. Як стверджується у Стратегії розвитку туризму і курортів на період до 2026 року, «зазначена сфера пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, а її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами» [76].

Вплив туризму на загальний стан економіки країни визначається прямими надходженнями від MBT і BT, а також активізацією діяльності в суміжних галузях, у тому числі, завдяки ефекту мультиплікатора [67, с.8].

Мультиплікатор туризму – це відношення змінних одного з ключових економічних показників (виробництво, зайнятість, дохід) до змінних витрат туристів. Це певний коефіцієнт, на який повинні множитись витрати туристів. При оцінці значення мультиплікатора важливо вибирати не тільки методику, але й визначати вид мультиплікатора, кожний з яких виконує свої специфічні функції. Мультиплікатор виробництва вимірює обсяг додаткового виробництва за рахунок збільшення витрат туристів; продажу - вимірює додаткові обороти бізнесу в результаті збільшення витрат туристів; доходів - вимірює додаткові доходи у вигляді заробітної плати, орендної плати, відсотків від позичок і прибутку; зайнятості - характеризує кількість робочих місць, створених за рахунок додаткових витрат туристів. Економіка туризму безпосередньо пов'язана з багатьма секторами економіки різних галузей господарювання і тому для розрахунку мультиплікатора потрібна чимала база даних [42].

Мультиплікатор туризму – це числовий коефіцієнт, який показує, у скільки разів зростає або скорочується валовий регіональний продукт в результаті збільшення або скорочення витрат туристів.

Враховуючи цей критерій, у науковій літературі туризм диференціюється на:

(а) активний туризм - приїзд іноземних туристів, які, оплачуючи товари і послуги, забезпечують надходження валюти в бюджет країни, що приймає, й активізують її платіжний баланс, коли обчислення сумарного впливу проводиться з урахуванням раніше згаданих мультиплікаторів, тобто відношення зміни загальної величини доходу підприємств (або витрат) в регіоні до зміни доходу (витрат) підприємств в сфері туризму, яке обчислюється за формулою $P=(K \times D) \times O$, де К – кількість туристів, Д – дні відпочинку, О – одноденні витрати [202, с.27];

(б) пасивний туризм - виїзд туристів, який характеризується відпливом національної грошової одиниці з країни їхнього постійного місця проживання. Потоки міжнародних платежів за такими туристичними операціями позначаються на пасиві платіжного балансу країни-експортера туристів [201, с.181-183, 187-189].

ТІ – складна, багаторівнева система виробництва турпродукту. Вона існує як відносно автономна ланка економіко-господарської структури, яка безпосередньо чи опосередковано обслуговує туризм. В Україні до цієї структури належать підприємства та організації, десятки міністерств, комітетів, відомств.

ТІ також є міжгалузевим комплексом з виробництва товарів та послуг для туриста. І, нарешті, це сукупність готелів та інших місць розміщення, транспортних засобів, пунктів харчування, розваг, культурних об'єктів, що забезпечують туроператорську і турагентську діяльність. Система ТІ поділяється на такі підсистеми, як система харчування, індустрії гостинності, дозвілля, розваг із притаманними кожній із них функцій забезпечення туристичних потреб [6, с.28-29].

ТІ – це система виробничих, транспортних, торговельних, сервісних підприємств і засобів розміщення, призначена для задоволення попиту на туристичні товари і послуги, підготовку кадрів та процес виробництва, реалізації і споживання туристичного продукту на основі використання природних багатств, матеріальних і духовних цінностей суспільства [4, с.19].

Індустрія туризму представляє собою міжгалузевий господарський комплекс, який є інтегрованою системою видів діяльності, об'єднаних спільною метою та суспільним призначенням задовольняти потреби населення у проведенні дозвілля в подорожі шляхом створення та реалізації туристичного продукту [6, с.72].

Корисність турпродукту визначається його цінністю для суб'єкта. Тому підприємства, які займаються організацією подорожей, повинні створювати такий турпродукт, який був би цінним для максимальної кількості людей, тобто розраховувати на масове споживання, використовувати індустріальні технології для виробництва турпродукту [200, с.108].

Економічною основою будь-якого виробництва є одночасна наявність певних факторів, засобів і технологій. Фактори виробництва – це визначені ресурси (природні, трудові, капітал і ін.), наявність яких дозволяє організувати процес виробництва і створити необхідні для цього умови [6, с.24-25].

Слід відзначити, що проблема технології є частиною туристичної науки, адже характеризує діяльність як творчість, що відображає певні цілі туриста. Ця проблематика логічно пов'язує теоретичну і практичну складові туризмології. У структурі цієї науки технологія виконує функцію забезпечення переходу від теоретичної складової до визначення практичного значення туризму як специфічного суспільного виробництва — праксеологічних аспектів туризму [Там же, с.202].

Господарські правовідносини складають основу технологічного процесу надання КТП (виробництва турпродукту), який опосередковується укладанням значної кількості господарських договорів.

Договірні відносини туроператора розділяються відповідно до технологічних циклів діяльності. Найбільша кількість угод укладається в циклі виробництва турпродукту, а саме договори з «постачальниками» послуг та товарів.

В циклі реалізації укладаються агентські угоди, а також договори комерційної концесії (продаж бренду, ліцензії) і договори з туристами (про туристичне або екскурсійне обслуговування).

Цикл споживання турпродукту передбачає договори про співробітництво зі страховою компанією щодо страхування туристів під час подорожі, а також укладання угоди з банківською або іншою фінансовою установою щодо фінансового забезпечення гарантій туристичного підприємства [200, с.121].

Сучасне господарське право, зазначає В.К. Мамутов, можна розглядати як «право технології сучасного господарювання», макро- і мікротехнологій організації та здійснення господарської діяльності. Розробка і реалізація цих технологій потребують знання не просто правової теорії і практики, а й економіки сучасного господарства, сучасного досвіду управління ним. Зміст сучасного господарського права – це значною мірою правила економіко-технологічного характеру, що враховують вимоги об'єктивних економічних законів, особливості сучасної змішаної економіки. Вони виступають в якості правового забезпечення економічної політики, відбивають вимоги цих законів, висловлюють і юридично закріплюють їх напрямки [49, с.203-204] [43].

Туризм володіє подвійністю внутрішньої природи. З одного боку, туризм є окремим випадком подорожі, з іншого – діяльністю з виробництва турпродукту. В принципі і подорож, і виробництво турпродукту є діяльністю. Проте виробництво – це економічна діяльність і його метою є отримання прибутку, а мета туристичної подорожі – відпочинок, що припускає витрату грошей. Виробництво – це процес створення матеріальних благ, послуг і духовних цінностей, необхідних для існування й стійкого розвитку сфери

туризму [202, с.5]. Отже, такий висновок дає підстави стверджувати, що і правове регулювання у сфері туризму [118] відноситься в основному до двох галузей права, до цивільного, яке розглядає туризм як окремий випадок подорожі і господарського, предметом регулювання якого є діяльність з виробництва турпродукту.

Технології туристичного перетворення — це насамперед технології перетворення власності, оскільки туризм є фрагментованою індустрією з дуже високим відсотком підприємств малого і середнього бізнесу, а також технології перетворення у сфері послуг.

У сфері туризму виникають принципово нові форми господарювання, змінюється система зовнішніх і внутрішніх економічних відносин як на міждержавному та міжгалузевому рівнях, так і на рівні підприємства. Це вимагає нових підходів до форм і методів управління економікою підприємств туристичної сфери [6, с.207; 232]. У першу чергу підприємств, пов'язаних з діяльністю вітчизняної ТІ, до аналізу діяльності яких доцільно застосовувати зовнішні критерії оцінки, головним (природним) з яких (для господарського права) є (суспільна) економічна ефективність [81, с.87].

Слід зауважити, що при аналізі суспільної економічної ефективності ТІ слід враховувати, що розвиток туристичного бізнесу збільшує попит на продукцію сільського господарства регіону, засоби зв'язку, транспортні послуги, а розвиток засобів туристичного розміщення позитивно позначається на стані будівельної галузі в регіоні, при цьому оцінка і вимір впливу туризму на функціонування регіонів є складною і неоднозначною проблемою, а застосування мультиплікаторів виступає як ефективний інструментарій формування прогнозу розвитку туристичного сектора економіки [200, с.26-27].

Отже, підсумовуючи аналіз вищенаведених концептуальних підходів до визначень поняття ТІ, з урахуванням вітчизняного позитивного досвіду законотворчої діяльності у сфері туризму, можна погодитись з наступним висновком. Під категорією «індустрія туризму» розуміють діяльність

елементів виробничо-господарської складової сфери туризму, які й формують інтегрований вид економічної діяльності світогосподарського рівня: гостинність, транспорт, галузь туризму.

Господарська діяльність суб'єктів туристичної діяльності [58], на жаль, не стала предметом особливої уваги вітчизняних вчених-правознавців, що стало однією з причин випадання такої важливої частини суспільного виробництва зі сфери господарсько-правового регулювання.

Однією з причин цього явища слід назвати неправильне визначення правової природи суспільних відносин, що складаються в процесі функціонування ТП. Наприклад, Г.Л. Знаменський в своїх працях відстоює наступну тезу: «Господарська діяльність в найбільш повному вигляді проявляє себе в сфері матеріального виробництва. Виробництво і реалізація продукції виробничо-технічного призначення, капітальне будівництво, виконання науково-технічних і проектно-конструкторських робіт, перевезення вантажів різними видами транспорту - ось найбільш типові сфери господарської діяльності, області виникнення господарських відносин. Окремі ж результати господарської діяльності (роздрібна торгівля, пасажирські перевезення та надання послуг окремим громадянам) виходять за межі матеріального виробництва. На першому плані тут відношення не виробництва, а споживання, в межах яких здійснюється задоволення різних потреб громадян. Господарська діяльність тут вторинна, вона є тут не метою, а засобом. Допоміжний характер господарської діяльності особливо помітний, на думку автора, в соціальній сфері - при санаторно-курортному оздоровленні, туристичному обслуговуванні, в культурно-розважальних закладах» [19, с. 14, 130-131].

В контексті вищенаведеної тези Г.Л. Знаменський вступає в дискусію з А.Г. Бобковою, критикуючи її думку про те, що санаторно-курортна, лікувально-оздоровча, туристична, фізкультурно-оздоровча та культурно-розважальна індустрії послуг відносяться до сфери господарсько-правового регулювання. На думку Г.Л. Знаменського, результати таких видів діяльності

належать, як правило, до сфери особистого споживання і традиційно надаються на основі цивільно-правових договорів [19; с. 15 - 16].

Таким чином, згідно думки вченого, для туроператора господарська діяльність вторинна, оскільки є не метою, а засобом, адже туристичне підприємство в матеріальному сенсі нічого не виробляє, воно надає послуги, діючи через профільні підприємства. Крім того, послуги такого підприємства належать до сфери особистого споживання, тому надаються на основі цивільно-правових договорів. В деякій мірі це вірно, але повністю погодитись з таким висновком не можна, виходячи з таких міркувань.

Перш за все, абсолютно не зрозуміло чому Г.Л. Знаменський вважає, що для підприємства, яке виробляє товар, господарська діяльність (тобто сам процес виробництва) є первинною і є самоціллю. Головною метою такого підприємства, на нашу думку, є не виробництво товару як такого, а задоволення потреб покупця цього товару, тобто споживача, як правило, з метою отримання прибутку чи без нього.

Абсолютно така ж мета переслідується туристичним підприємством в процесі надання послуг споживачеві за допомогою продажу йому турпродукту і теж, як правило, з метою отримання прибутку. При цьому і в першому, і в другому випадку реалізація товару або послуги відбувається на основі цивільно-правового договору. Так чому ж для підприємства, яке надає послуги, господарська діяльність вторинна? Тільки тому, що одне підприємство виробляє річ (товар), яка споживається тільки після того як вона зроблена, а інше – створює певне благо (надає послугу), яке споживається в процесі його створення? Адже будь-яка річ або послуга так чи інакше кінцевою метою має споживання, в іншому випадку господарською доведеться визнати виключно діяльність з виробництва засобів виробництва з подальшою їх реалізацією суб'єктам господарської діяльності. Навряд чи такий підхід можна визнати вірним.

Як цілком обґрунтовано вважає О.В. Баула, туризм як більшість галузей нематеріальної сфери економіки, має свою виробничу базу і виробничий

цикл, де в результаті з'єднання засобів виробництва з робочою силою виробляється певний продукт, певні споживчі вартості. Вони мають, як правило, нематеріальне походження і набувають форму послуги. У той же час виникає проблема віднесення окремих видів економічної діяльності в туризмі до виробничої або комерційної сфери підприємництва [176, с. 58].

Згідно з концепцією Ю.М. Осипова, виробляти - означає створювати споживче благо, тобто те, чого раніше не було, що потрібно людині. Але виробляти – ще і використовувати виробничі сили, привласнювати засоби виробництва, управляти і організовувати виробничий процес. В процесі виробництва встановлюються і відтворюються відносини величезної кількості і різноманітності. Проте найбільш помітна якісна своєрідність таких типів виробничих відносин: технологічні відносини, організаційні відносини, соціальні відносини і психологічні (особистісно-поведінкові) відносини. Виробництво, взяте з боку соціально-технологічної організації, є господарство. Господарювати - означає організовувати продуктивну взаємодію виробничих сил. При цьому в системі суспільного виробництва господарська підсистема становить єдність з підсистемою власності. Слід зазначити, що без наявності матеріально-технічної бази туристичне споживання неможливе. Отже, діяльність зі створення і підтримання такої бази також є складовою процесу туристичного обслуговування.

Ю.М. Осипов підкреслює, що в процесі виробництва встановлюються і відтворюються відносини величезної кількості і різноманітності, при цьому очевидним є той факт, що створенню турпродукту (туроперейтингу) властиві всі типи виробничих відносин, наведених в концепції. В кінцевому рахунку, не так важливо «що і для чого» виробляється, як важливим є те «ким і як» це виробляється. Тому видається необґрунтованим штучне звуження сфери господарсько-правового регулювання шляхом виключення з неї процесу суспільного виробництва нематеріальних благ, іншими словами, сфери послуг.

Характеризуючи господарську діяльність туристичних підприємств, слід зазначити, що перш ніж безпосередньо створити турпродукт, туроператор змушений укласти певну кількість господарських договорів, часто значну, в залежності від ринкової кон'юнктури та інших обставин. Туроператор повинен подбати насамперед про те, щоб споживач (турист) був благополучно доставлений до місця реалізації туристичної програми, забезпечений житлом, харчуванням, екскурсійними та іншими послугами і товарами, заходами безпеки, застрахований. Для цього туроператор укладає господарські договори з профільними підприємствами точно так же, як це роблять вищенаведені виробники матеріальних благ. Далі туроператор реалізовує турпродукт або туристу-споживачеві, або суб'єкту господарської діяльності на підставі або цивільно-правового або господарського договору.

Єдине, з чим не можна не погодитися, так це з тим, що туроператор в принципі не може створювати матеріальні блага або засоби виробництва, але це зовсім не означає, що для нього господарська діяльність є вторинною, тим більше, що здійснює він її у вигляді процесу, виробничого циклу, систематично, як промисел, що є одним з основних критеріїв визначення туроператорської діяльності як господарської. При цьому у випадку з туроператорами на ринку ВТ і МВТ, споживач, в кінцевому рахунку, виводить послугу (товар) з господарського обороту в сферу особистого споживання.

У зв'язку з вищенаведеним буде слушним погодитись з думкою науковців української туризмологічної школи, які підкреслюють, що туристичне обслуговування охоплює виробництво, пропозицію і реалізацію туристичних продуктів, окремих видів послуг і товарів туристичного попиту. Використовуючи положення Модельного закону про туристичну діяльність від 16 листопада 2006 року [66] та проекту Закону України «Про туризм» № 4224 від 24 лютого 2014 року [121], до господарської діяльності у галузі туризму слід відносити: туроператорську, турагентську, туристично-екскурсійну діяльність; послуги засобів розміщення; з просування

турпродукту; транспортну діяльність (послуги перевізників); харчування; санаторно-курортні, освітні, індустрії розваг і спорту; страхові; культури (у тому числі музеїв); паломницьких служб; з охорони; з продажу товарів туристичного асортименту; інші послуги суб'єктів господарювання у галузі туризму, спрямовані на реалізацією конституційних прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я та інших прав при здійсненні туристичних подорожей [116].

Комплекс споживчих вартостей, які отримують туристи та інші відвідувачі, є продуктом живої та уречевленої праці, а також даром природи, тому в міжнародній практиці та спеціальній літературі його називають «турпродукт». У контексті виробництва турпродукт — це сукупність визначеної кількості та якості товарів і послуг, підготовлених у конкретний момент для реалізації споживачам.

Турпродукт і послугу в умовах товарно-грошових відносин слід розглядати як звичайний товар, продукт людської праці (створений у процесі туристичної діяльності працівників), призначений для обміну і споживання. Як і будь-який товар, комплексна чи окрема ТП є споживчою вартістю (корисною для туриста і здатною задовольнити його потреби) і міноюю (обмінюється у визначеній пропорції на гроші). Тур, як КТП, має ті ж самі властивості, що і окрема послуга споживчу, у тому числі мінову вартість, тобто є товаром. Грошове вираження мінової вартості туру чи окремої послуги на певному ринку у визначений час вважають його ринковою ціною [6, с. 236-237].

Таким чином, можна зробити висновок, що з точки зору господарського права немає ніякої різниці між діяльністю господарюючого суб'єкта зі створення матеріальної речі і суб'єкта, що надає послуги, а тому виключна діяльність туроператора, який надає комплекс турпослуг (створює турпродукт або здійснює туроперейтинг) – це, перш за все, господарська діяльність, що здійснюється у юридичних формах господарських зобов'язань, за допомогою яких реалізується господарський оборот - процес

переміщення наданих турпослуг зі сфери виробництва в сферу розподілу і обміну і через неї - в сферу споживання.

А.С. Кускова і Н.В. Сірік обґрунтовано зазначають, що завдання системи договорів в сфері туризму – це об'єднання роботи організацій, що здійснюють туристичну діяльність, які залучаються до надання ТП підприємствами туристичної дестинації, а також підпорядкування всієї їх роботи загальній меті [177, с.35]. Ця думка авторів набуває особливого значення в контексті висновків О.Н. Вікулової і особливо Д. П. Стрігунової щодо необхідності правової регламентації, перш за все, тих аспектів економічної діяльності туроператора по організації турів, яка стосується його взаємодії з конкретними «постачальниками» послуг, точніше, «послугодавцями» або виконавцями [51; 54, с.146; 57].

Зазначене дає підстави стверджувати, що виняткова діяльність туроператора, яка відповідно до п. 1 ч.2 ст. 5 Закону України «Про туризм» полягає в організації та забезпеченні створення турпродукту, реалізації та наданні ТП, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг є ні чим іншим як господарською діяльністю у сфері суспільного виробництва, яка пов'язана з використанням майна, і метою якої є надання послуг (проте, може супроводжуватись і реалізацією окремих товарів – сувенірів та ін. продукції). Між учасниками цього процесу виникають організаційно-господарські, майново-господарські та внутрішньогосподарські відносини у зв'язку зі здійсненням відповідної господарської туристичної діяльності.

Якщо говорити мовою системного аналізу, можна зробити висновок, що норми Господарського кодексу України спрямовані, перш за все, на процес створення, розвитку та стабілізації системи суспільного виробництва і окремих її елементів, як частин єдиної системи. При цьому система господарського законодавства має на меті захист прав та інтересів, як окремих елементів системи суспільного виробництва, так і системи в цілому, на відміну від системи цивільного законодавства, яка має на меті захист прав

та інтересів окремих громадян, що вступають у взаємодію з системою суспільного виробництва, але вони не є її елементами. З огляду на усе вищезазначене, стає очевидним, що ТІ є величезною розгалуженою господарською індустрією, діяльність якої повинна бути регламентована нормами вітчизняного господарського законодавства, що в підсумку гарантує її активний стабільний розвиток в майбутньому.

2.2. Економіко-правові властивості, цілі та завдання індустрії туризму.

ТІ – складна, багаторівнева система виробництва турпродукту. Вона існує як відносно автономна підсистема економіко-господарської системи, яка безпосередньо чи опосередковано обслуговує туризм і сама складається з таких підсистем, як система харчування, індустрія гостинності, дозвілля, розваг із притаманними кожній із них функціями забезпечення туристичних потреб [6, с.28-29].

Для побудови ефективної системи виробництва вітчизняного турпродукту відомі науковці-туризмологи, у тому числі правознавці, переконливо обґрунтовують використання системного підходу до дослідження такого явища як туризм, а також до ТІ як його матеріально-технічної бази.

Системний підхід до дослідження означає розгляд досліджуваних об'єктів як систем, а це, в свою чергу, передбачає аналіз взаємозв'язків в рамках кожної системи та вимагає розгляду його об'єкту в якості елемента системи [178, с.12-19].

Системний аналіз, на думку Е.Л. Шурмова – це сукупність методів і засобів вироблення, прийняття і обґрунтування рішень. У процесі системного аналізу створюється абстрактна система, що представляє модель досліджуваної фізичної (реальної) системи. На основі дослідження абстрактної системи можна оцінити доцільність здійснення тих чи інших

впливів на реальну систему і вибрати оптимальний шлях її розвитку. В системному аналізі особливий акцент робиться на розгляді цілей і завдань, загальних для системи в цілому. При проведенні системного аналізу основна увага приділяється вивченню поведінки системи в цілому і впливу окремих її елементів на поведінку всієї системи [179, с.36].

На початку ХХІ століття виникла нова системна парадигма, яка представляє економіку у вигляді сукупності взаємодіючих, схильних до трансформації та еволюціонування систем [11, с.78]. Поступово різні види системних теорій інтегруються в «системологію», яка включає загальну теорію систем, спеціальні теорії систем і системотехнік.

Система, на думку Е.Л. Шурємова – це сукупність (безліч) об'єктів і процесів, які називаються елементами та які взаємопов'язані і взаємодіють між собою і при цьому утворюють єдине ціле, котре набуває властивостей, які непритаманні складовим елементам єдиного цілого, узятим окремо. Система складається як мінімум з двох елементів. Поняття системи являє собою дискретну модель людського буття. Систему можна описати у вигляді безлічі елементів, зв'язків і їх властивостей [179, с.8-9]. Система – це впорядкована певним чином взаємозалежна між собою численність елементів, які утворюють деяку цілісну єдність, вважає В. М. Садовський [182, с.76]. Д. А. Керімов під системою розуміє «інтеграцію однотипних за своєю сутністю утворень в структурно-упорядковану цілісну єдність, що володіє відносною самостійністю, автономним функціонуванням і взаємодією з зовнішнім середовищем для досягнення заданих цілей [181, с.218].

Будь-яке системне дослідження повинно бути орієнтоване, «по-перше, на виявлення складових частин системної цілісності (компонентів, елементів); по-друге, на виявлення специфічних якостей кожної з частин; по-третє, на аналітичне вивчення зв'язків, відносин і залежностей частин між собою; по-четверте, на узагальнення частин в їх якісній визначеності і взаємодії, що розкриває властивості системи як єдиного цілого; по-п'яте, на

пізнання функціонального призначення, ролі та ефективності впливу системи (і кожної його частини) на середовище і зворотного впливу середовища на систему [179, с.103].

Як відзначалося, концептуальне визначення туризму з використанням системного підходу було запропоновано швейцарськими вченими В.Хунцікером і К.Крапфом [15, с.147]. Теоретичний образ туризму як цілісної системи, яка поєднує три основні елементи - туриста, туристичну дестінацію, туристичну індустрію, представлені у працях Н. Лейпера (Данія) [6, с.9, 21]. Британський вчений Д. Неш також розглядає туризм як специфічну систему виробництва і споживання [15, с.152].

Російський науковець І.В. Зорін також вважає, що туризм слід розглядати як єдину, динамічно функціонуючу систему послуг, яка включає різноманітні господарюючі суб'єкти [175, с.26].

Науковці української туризмологічної школи обґрунтовано вважають, що ключові терміни-концепти характеризують туризм системно, атестують його як соціоекономічний та соціокультурний інститут, відображають його загальну структуру. Усі структурні елементи туризму пов'язані, бо їх єднають стійкі внутрішні зв'язки, дія яких забезпечує цілісність туризму, його функціонування як системи, діалектичної єдності взаємопов'язаних елементів. Якщо поняття «структура туризму» здебільшого характеризує його кількісну природу, ступінь розвинутості, повноту наявності всіх необхідних ланок, то термін «система туризму» визначає її якісну сутність, зокрема здатність до зовнішніх випробувань, і саморегулювання, стійкість, наявність компенсаційних можливостей.

Особливістю туризму як системи є те, що як соціальний інститут він діє згідно з внутрішніми законами і закономірностями, здатний до синхронного саморозвитку і синергетичної самоорганізації. Особливість системного підходу полягає в тому, що у діяльності об'єкта проявляються не тільки окремі функціональні властивості, а й загальні системні, які мають

кумулятивний (концентрований) ефект, виникають тільки завдяки узгодженій взаємодії всіх частин цілого [6, с.25].

Таким чином, системне дослідження ТІ починається з того, що разом аналізуються властивості системи і властивості середовища, яке відноситься до неї, власне, інфраструктури туризму. Крім того, аналізу підлягають і «системоутворюючі чинники, які знаходяться в межах взаємодії системи і середовища» [181, с.157]. Зауважимо, що господарська діяльність туроператора, який створює турпродукт (здійснює туроперейтинг), обслуговуючи турпотоки у формі ВТ і МВТ, як раз і є тим самим системоутворюючим фактором.

Між сторонами, що входять в господарські відносини, встановлюються не тільки функціональні зв'язки, а й зв'язки розвитку, підкреслює Г.Л. Знаменський. Останні являють собою особливий різновид функціональних зв'язків, для якого характерно не збереження вихідних, первинних властивостей взаємопов'язаних сторін, а придбання ними в результаті цього взаємозв'язку нових властивостей і тим самим зміна існуючих форм організації та функціонування. Звідси випливає, що господарські відносини являють собою систему, що генетично розвивається, - підсумовує вчений [19, с.165].

Згадані Г.Л. Знаменським поведінкові властивості взаємопов'язаних сторін господарських відносин з методологічних позицій системного підходу являють собою такі явища як цілісність, емерджентність і синергізм, які в повній мірі притаманні ТІ як підсистемі відкритої туристичної системи, для якої характерна здатність до саморозвитку [11, с.79-80]. Виникнення згаданих властивостей синергізму і емерджентності науковець неодноразово описує і згадує в своїх роботах, зокрема, говорячи про виникнення нових якостей у суб'єктів господарювання при їх рівному підпорядкуванні громадському господарському порядку, а також в ході полеміки, пов'язаної з черговими спекуляціями деяких науковців навколо ГКУ [19, с.485-486].

Стосовно туристичної системи Е.Л. Пісаревській також наводить значення низки понять із загальної теорії систем [180, с.47], відносячи до головних її властивостей відкритість, цілісність, емерджентність, ієрархічність, стійкість і синергізм.

Туристична система є відкритою системою, вона взаємодіє з різними зовнішніми системами, здійснює взаємопроникнення елементів туристичної системи з елементами цих систем, обмінюється з ними ресурсами та інформацією [11, с.79]. Відкрита система – це система, здатна обмінюватися з навколишнім середовищем масою, енергією та інформацією, внаслідок чого відкрита система в умовах ентропії (кількісної міри безладдя в системі) проявляє властивість стійкості, оскільки в ній з часом можливе зниження ентропії. Наприклад, зовнішнє управління покликане сприяти зниженню ентропії і збільшенню організованості всередині системи, реінжиніринг бізнес-процесів (поліпшення управління) здатний поліпшити організованість дій працівників і привести до більш ефективного з точки зору обраних критеріїв функціонування підприємства. Впровадження нових технологій здатне підвищити продуктивність праці, підвищити якість продукції, зменшити витрату ресурсів, що також можна розглядати як зменшення ентропії. Практично всі реальні системи відкриті [179, с.20].

Цілісність туристичної системи означає, що в процесі її функціонування внутрішній взаємозв'язок (просторово-часовий, причинно-наслідковий) між її елементами вище, ніж сила зв'язків елементів системи з зовнішнім середовищем [11, с.79].

Властивість цілісності означає, що зміни в межах системи не можуть обмежитися тільки її частиною і в тій чи іншій мірі впливають на всю систему. Туристів в країні стало більше. Одна підсистема системи «Країна» збільшилася, тому повинна збільшитися інша підсистема – виробництво продуктів харчування. Щоб зробити більше продуктів харчування потрібно витратити більше енергії. Витратили більше енергії – скоротилася кількість

невідновлюваних енергоресурсів. Зробили більше харчування, більше з'їли і більше залишили відходів.

Об'єднані в систему елементи втрачають частину своїх властивостей, оскільки виконують в системі строго визначені функції. Турфірма займається міжнародним виїзним і внутрішнім туризмом, але забронювало номери у вітчизняних готелях. В рамках цієї системи вона не зможе обслуговувати виїзні туристичні потоки [179, с.17].

При розвитку взаємозв'язків між елементами система набуває нових властивостей, які не притаманні її окремим елементам, мовою системного аналізу емерджентність (англ. Emergence – виникнення, поява, прояв нового) [11, с.79].

Чим простіше система, тим менше вона проявляє системну якість, чим складніше – тим більше несхожим стає її системний ефект в порівнянні з властивостями кожного елемента. Готельний комплекс – система, яка надає послуги з розміщення відвідувачам, але за їх відсутністю не працює. Туроператор – система, яка виключно створює та продає турпродукт. Об'єднали підприємства в кластер – система ускладнилася. Туроператор збільшив продажі, готель знизив ціни, туристичний потік збільшився, і нова, більш складна система, запрацювала. Дві початкові системи по-окремо цього зробити не могли.

Така властивість як емерджентність підтверджує той факт, що не можна передбачити поведінку системи в цілому, виходячи з аналізу поведінки її частин [179, с.17].

Така властивість як ієрархічність може розглядатися як компонент певної (соціальної, економічної) системи більш високого рівня, а її елементи туристичної системи можуть виступати в якості систем на нижчих рівнях [11, с.79]. Більш високий ієрархічний рівень об'єднує елементи нижчестоящого і надає направляючий вплив. В результаті підлеглі члени ієрархії набувають нових властивостей, а виникле ціле набуває властивість емерджентності [179, с.19].

Стійкість як властивість системи – це її здатність реагувати на вплив і загрози зовнішнього середовища (непередбачувані техногенні катастрофи, природні катаклізми, політичні, економічні та соціальні ситуації, які носять випадковий характер), адаптуючи поведінку до нових умов, зберігати або змінювати структуру при зникненні окремих її елементів та виникненні інших внутрішніх проблем [11, с.79]. Яскравим прикладом може служити розвиток внутрішнього туризму за часи міждержавних обмежувальних заходів, пов'язаних зі світовою пандемією коронавірусу. Вказаний приклад вчергове підтверджує важливість розвитку ВТ як системи, здатної до повернення в стан рівноваги при наявності внутрішніх і зовнішніх збурень. При цьому її стійкість залежить від її найбільш слабких елементів.

Системам характерна полісистемність: внаслідок розвитку декількох систем в спільному середовищі виникає їх конвергенція, тобто зближення, взаємовплив, взаємопроникнення між системами або різними елементами всередині однієї системи. Прикладами можуть служити міждисциплінарні зв'язки різних наук.

Системам також властивий так званий синергізм, коли загальна функціональність системи краще, ніж у всіх складових її елементів разом узятих, сукупний ефект перевищує просту суму результатів дії всіх її елементів [11, с.79]. Синергізм – прояв мультиплікативного ефекту при односпрямованих діях. Так, доходи від спільного використання декількох ресурсів перевищують суму доходів від використання тих же ресурсів окремо, а підприємці, які об'єднані у туристичний кластер, здатні залучити до туристичної дестинації більшу кількість туристів, ніж у випадку їх діяльності поодиночі.

Слід також звернути увагу на таку властивість систем як ефект зворотного зв'язку, суть якого полягає у впливі результатів функціонування елемента системи на характер цього функціонування (зв'язок між виходом і входом одного елемента). Зворотній зв'язок характеризує, як зміни у потоках, що входять в елемент, позначаються на його функціонуванні та формуванні

вихідних потоків елемента [179, с.13]. Наприклад, держава підвищує стандарти утримання туристичних ресурсів – підвищується їх привабливість, збільшується обсяг туристичних потоків, підвищується навантаження на туристичні ресурси, виникають судові спори, зростають трансакційні витрати учасників туристичного кластера – зменшуються суми відрахувань на відновлення туристичних ресурсів, знижується їх привабливість – зменшується обсяг туристичних потоків.

Отже, в основі туристичної системи розташована структура, що складається з елементів, які виконуючи певні функції, своєю діяльністю впливають на властивості системи. Ця структура функціонує завдяки механізму упорядкованих зв'язків і відносин між елементами. У реальному господарському житті вони ґрунтуються на міжгалузевій виробничій кооперації, що пов'язує туризм і поєднані з ним галузі економіки: транспорт, сільське господарство, будівництво та ін., що поставляють туризму необхідні засоби та технічні умови виробництва, тобто формують матеріально-технічну базу туризму, та доводять вироблені турпродукти і послуги до споживача [6, с.234].

При цьому слід зауважити, що всередині туристичних підсистем (найбільше - при створенні турпродукту в системі ТІ) і особливо між ними як такими встановлюються в основному так звані горизонтальні господарські зв'язки/правовідносин. При цьому, під «зв'язком» як одним з основних понять системного підходу, слід розуміти компоненти системи, які здійснюють взаємодію між її елементами, а також між системою в цілому і зовнішнім середовищем [180, с.13]. Саме в межах таких горизонтальних господарських зв'язків вирішуються питання укладення та виконання господарських договорів [19, с.16]. Таким чином, економічна підсистема туризму є системою взаємовигідних організаційно-виробничих зв'язків і відносин, в якій підприємства, організації і споживачі активно взаємодіють між собою і з зовнішнім середовищем [11, с.87-89].

У зазначеній підсистемі системоутворюючим елементом виступає туроператор, для якого формування турів – основна діяльність, що характеризує його як виробника турпродукту. В економічній літературі така діяльність має назву «туроперейтинг» [139, с.210-211].

Необхідно також особливо відзначити, що виключній діяльності туроператора в системі ТІ на ринку ВТ і МВТ властиві ті ж ознаки, що і господарській діяльності в цілому, на які вказує, наприклад, Г.Л. Знаменський [19, с. 52-53]: а) вона здійснюється в сфері суспільного виробництва (і ніяк не в сфері особистого споживання); б) перебуваючи в сфері суспільного виробництва, яке, в свою чергу, базується на ринкових засадах, ця діяльність спрямована на задоволення приватних інтересів за умови дотримання певних публічних інтересів (іншими словами, в господарській туристичній діяльності об'єктивно поєднані приватні і публічні інтереси); в) вона, перш за все, пов'язана з тією стороною суспільного виробництва, в якому передбачається господарське використання майна; г) вона є діяльністю, яка організовує виробництво; д) ця діяльність здійснюється в господарсько-виробничих, організаційно-виробничих і внутрішньовиробничих відносинах; е) вона здійснюється як з метою отримання прибутку (комерційна туристична діяльність), так і без отримання прибутку (некомерційна туристична діяльність).

Як справедливо зазначається у спеціальній науковій літературі, в умовах ринку відносини в господарській сфері не можуть бути зведені лише до горизонтальних (договірних) зв'язків між господарюючими суб'єктами. Безпосередній вплив на виробничу діяльність надають і вертикальні господарські зв'язки. Так, велика сукупність норм повинна бути спрямована на здійснення антимонопольних заходів. У цьому ж ряду будуть норми, що опосередковують діяльність держави в сфері ліцензування та патентування господарської діяльності, дотування, встановлення субвенцій і квот [Там же, с.16]. Дійсно, система засобів державного регулювання туристичної

діяльності наразі представлена ліцензуванням, стандартизацією, сертифікацією, податковим, антимонопольним регулюванням тощо.

Слід зазначити, що вертикальні господарські зв'язки з точки зору системного підходу є взаємодією зовнішнього середовища в особі державно-політичної (державних і громадських структур управління розвитком туризму) складової і економічної підсистеми як компонента туристичної системи [11, с.82], де державні органи та органи місцевого самоврядування виступають як зовнішні системоутворюючі елементи.

Взаємодія зовнішнього середовища і економічної підсистеми туризму здійснюється за допомогою права і сукупності правових засобів, способів і методів як результативний, нормативно-організаційний вплив на поведінку і діяльність учасників цієї сфери і їх відносини з метою встановлення правових основ єдиного туристичного ринку [68, с.16].

Обґрунтованим підсумком проведеного системного аналізу є висновок про те, що з елементами ТП як економічної підсистеми системи туризму, а також туроператором, як системоутворюючим елементом, встановлюються горизонтальні господарські зв'язки/правовідносини, тобто створюється турпродукт (здійснюється туроперейтинг), метою якого є надання туроператором комплексу ТП (забезпечення створення турпродукту) при обслуговуванні туристичних потоків в формі ВТ і МВТ.

Державні органи та органи місцевого самоврядування, будучи по відношенню до туристичної системи взагалі і до її економічної підсистеми (ТП) зокрема зовнішнім системоутворюючим елементом, встановлюють з її елементами вертикальні господарські зв'язки/правовідносини, метою яких є створення ефективної туристичної системи для збільшення туристичних потоків в формі ВТ і МВТ.

Головним завданням системоутворюючої діяльності туроператорів, державних органів і органів місцевого самоврядування повинна бути оптимізація виробничих процесів з виробництва вітчизняного турпродукта з метою підвищення її конкурентоспроможності на світовому ринку ТП.

З урахуванням викладеного, уявляється можливим запропонувати наступне юридичне визначення поняття ТІ. Туристична індустрія – це міжгалузевий господарський комплекс, як цілісна відкрита система надання туристичних послуг, основу якої складає господарська діяльність туроператора та інших суб'єктів господарювання, які формують інтегрований вид економічної діяльності - туристичну галузь України.

Світова індустрія туризму своєю головною метою декларує економічне зростання країн, що розвиваються в області туризму. Цей процес має стати основою для взаєморозуміння між народами, миру, процвітання, загальної поваги і дотримання прав людини та основних свобод незалежно від раси, статі, мови і віросповідання [73, с. 69].

Глобальний етичний кодекс туризму, беручи до уваги рекреаційні, ділові, культурні, релігійні та оздоровчі цілі туристичної діяльності, її потужні позитивні і негативні впливи на навколишнє середовище, економіку і суспільство, наголошує, 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 її позитивні впливи в плані підвищення добробуту і росту зайнятості населення [238].

У статті 9 Глобального етичного кодексу у якості одного із завдань розвитку світової індустрії туризму передбачено розвиток партнерства та встановлення збалансованих відносин між підприємствами направляючих і приймаючих країн з метою забезпечення права господарюючих суб'єктів займатися професійною діяльністю в галузі туризму в рамках діючих національних законодавств; забезпечення підприємцям та інвесторам, особливо що представляють малі і середні підприємства, вільного доступу до туристичного сектору з мінімальними юридичними і адміністративними обмеженнями. Крім того, світова індустрія туризму має на меті створення таких економіко-правових умов, за яких виключається можливість

зловживання домінуючим становищем, яке вони іноді займають на ринку ТП [Там же, ст.9].

Модельний закон про туристичну діяльність (ст.4)[66] та проект Закону України «Про туризм» № 4224 [121] головною метою розвитку індустрії туризму в Україні визнає забезпечення прав і свобод громадян в сфері туризму шляхом створення високоефективного туристичного комплексу, здатного задовольнити потреби громадян у ТП, а також формування туристичного продукту (КТП), доходуутворювального для бюджету держави, підвищення життєвого рівня та доходів громадян.

Крім того, основними цілями, завданнями, пріоритетними напрямками і способами державного регулювання розвитку вітчизняної ТП згідно Модельного закону про туристичну діяльність (ст. 7) також є:

- забезпечення конституційних і загальновизнаних світовою спільнотою прав і охоронюваних законом інтересів громадян на оплачувану відпустку, відпочинок, свободу пересування, дозвілля та інших прав при здійсненні туристичних поїздок і подорожей;
- охорона навколишнього природного середовища, збереження, відновлення і розвиток, примноження, раціональне використання туристичних ресурсів, природної і культурної спадщини як національного надбання;
- створення умов для діяльності, спрямованої на виховання, освіти і духовне і фізичне оздоровлення громадян на принципах суспільної моралі і доброчесності, фундаментальних принципах гостинності та взаєморозуміння між народами і цивілізаціями;
- створення інфраструктури туризму, що забезпечує розумний доступ до туристичних ресурсів і привабливих об'єктів, інші потреби громадян при здійсненні туристичних подорожей, поїздок, екскурсій в організації відпочинку та дозвілля, а також раціональне використання туристичних ресурсів;

- забезпечення безпеки всіх видів рухомого та нерухомого майна з урахуванням безаварійності і довговічності роботи, інфраструктурно-інженерно-технічного забезпечення незалежно від форм власності об'єктів і споруд туризму;
- формування стійких принципів гостинності та підтримка іміджу країни як дестинації, сприятливою для туризму;
- створення нових робочих місць в дестинації, перш за все для місцевого населення;
- підвищення професійної майстерності осіб, зайнятих у сфері туризму, збільшення зайнятості місцевого населення в сфері туризму, туристичних і суміжних послуг, підвищення життєвого рівня місцевого населення;
- збільшення реальних доходів держави і громадян від туристичної діяльності, частки доходів від туризму в ВВП держави, розвиток міжнародних контактів та зв'язків;
- введення пільгових умов для організації туристичної та екскурсійної роботи серед дітей, підлітків, молоді, інвалідів і малозабезпечених верств населення.

Зазначені цілі, на думку законодавця, можуть бути досягнуті шляхом вирішення наступних завдань:

- створення в державі сучасного високоефективного туристичного комплексу;
- створення сприятливих умов для раціонального використання громадянами вільного часу і дозвілля, забезпечення доступності туризму для всіх категорій громадян;
- збільшення доходів держави і громадян, створення робочих місць і підвищення життєвого рівня населення приймаючих дестинацій;
- раціонального використання туристичних ресурсів, в тому числі спрямування фінансових коштів, одержуваних від використання туристичних ресурсів, на їх підтримку, відновлення, охорону та розвиток;

- лібералізації обміну послугами і товарами в сфері туризму відповідно до міжнародних угод і договорів з урахуванням інтересів учасників туристичної діяльності;

- створення умов для туризму співвітчизників, які проживають за кордоном.

Пріоритетними напрямками державного регулювання діяльності в сфері туризму є підтримка і розвиток ВТ, МВТ, соціального та самодіяльного туризму[66].

У Законі України «Про туризм» держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності (ч.1 ст.6). Основними цілями модернізації та подальшого розвитку індустрії туризму в Україні законодавець вважає досягнення наступних кінцевих результатів:

- 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.

При цьому основними пріоритетними завданнями розвитку індустрії 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 ВТ і МВТ, 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, осіб з інвалідністю та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб[53].

Закріплення цілей і завдань туристичної індустрії є важливим кроком на шляху до визнання пріоритетності певної галузі економіки та необхідності розробки та впровадження конкретних інструментів та механізмів для досягнення певних результатів, системи заходів органів державної влади і місцевого самоврядування на рівні програмних і прогностичних документів, що є однією із форм державного регулювання економіки [130, с.105-106], [166, с. 214]). Подібні документи можуть мати статус державних або регіональних програм (наприклад, План заходів з реалізації Стратегії економічного і соціального розвитку Одеської області на період до 2020 року, який було розроблено з урахуванням Стратегії сталого розвитку «Україна-2020», Державної стратегії регіонального розвитку України на період до 2020 року та затверджено рішенням Одеської обласної ради 21 грудня 2015 р. № 32-VII [235]).

Для втілення задекларованих принципів і пріоритетів розвитку туристичної індустрії на державному рівні Кабінетом Міністрів України розроблено Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. (Розпорядженням КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р). У цьому нормативно-правовому акті визначені основні стратегічні цілі розвитку

сфери туризму та курортів з урахуванням сучасного стану і тенденцій розвитку України на період до 2026 року. Ними, зокрема, є:

створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту на засадах системної маркетингової діяльності, спрямованої на чітке позиціонування різних видів туристичних продуктів, адаптованих до вимог і очікувань споживачів;

забезпечення ефективного і комплексного (економічного, соціального, екологічного та інноваційного) використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу шляхом розв'язання проблеми рекреаційного природокористування і охорони навколишнього природного середовища та удосконалення територіальної структури сфери туризму та курортів з метою розвитку туристичних територій, брендингу територій;

системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій шляхом виконання комплексної програми поетапного вдосконалення матеріально-технічної бази з використанням можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення;

удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг шляхом створення центрів туристичної інформації та популяризації туристичних продуктів під час провадження ярмаркової, фестивальної та виставкової діяльності;

забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів шляхом створення умов для оптимізації організаційно-економічної структури діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу у сфері туризму і розроблення національних стандартів надання туристичних послуг відповідно до міжнародних стандартів;

організація системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу та обслуговування, інших професій сфери туризму та курортів.

Основними завданнями цієї Стратегії є:

- здійснення комплексу заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії, зокрема створення привабливого інвестиційного клімату у сфері туризму та курортів;
- забезпечення належного рівня міжгалузевої координації та міжрегіональної кооперації, що сприятиме раціональному використанню туристичних ресурсів і дасть можливість оптимізувати витрати з державного і місцевих бюджетів на здійснення заходів у сфері туризму та курортів;
- об'єднання зусиль органів державної влади та органів місцевого самоврядування, представників туристичного бізнесу, інших галузей економіки та інститутів громадянського суспільства для популяризації України у світі і формування іміджу України як країни, привабливої для туризму;
- гармонізація національного законодавства з європейським, дотримання цілей і принципів, проголошених стратегічними документами розвитку держави [76].

Важливість подібних програмних документів важко переоцінити, адже вони є невід'ємною ланкою на шляху впровадження конкретних заходів, направлених на розвиток туристичної індустрії, із визначенням строків їх реалізації, осіб, уповноважених на їх здійснення, та очікуваних результатів. Так, з моменту прийняття Стратегії на її виконання МЕРТУ затверджувались плани заходів з її реалізації у 2018 [239] та у 2019 роках [240], що слід визнати позитивною практикою. На жаль, на 2020 р. та 2021 р. подібні документи не були затверджені, що, ймовірно, викликано як реорганізаційними процесами щодо органів управління туристичною галуззю, так і пандемією коронавірусу.

Отже, не викликає сумніву той факт, що індустрія туризму – важливий соціальний інструмент, головною метою якого є виведення економіки країни на якісно новий рівень. Успішна реалізація програмно-цільового підходу до реалізації державної політики щодо розвитку індустрії туризму вирішення поставлених перед нею завдань здатне забезпечити державі високі прибутки,

стимулювати розвиток регіональної туристичної інфра та супраструктури зі створенням нових робочих місць і, взагалі, досягти відчутного прогресу у всіх сферах суспільного життя, стати вагомою складовою бюджетоутворювального механізму. Однак, для того щоб вітчизняна ТІ забезпечувала реальний прибуток, їй потрібна державна підтримка, спрямована, насамперед, на впровадження інвестиційних проектів, пов'язаних зі створенням сучасної туристичної інфраструктури, просування вітчизняних екскурсійно-пізнавальних маршрутів, зокрема, за кордон, активізацію внутрішнього туризму, підготовку кваліфікованих фахівців у сфері туризму.

2.3 Господарсько-правове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання зі створення та реалізації туристичного продукту

Центральне місце у розвитку вітчизняної ТІ займає правове регулювання господарської діяльності, направленої на формування та надання іноземному та вітчизняному туристу КТП з організації подорожі. Змістовна характеристика цієї послуги, як і будь-якого іншого об'єкта господарських правовідносин, напряду пов'язана з її правовим режимом, що встановлюється завдяки спеціальному правовому регулюванню.

Дослідники вивчають, зокрема, правовий режим рухомого чи нерухомого майна різних форм власності, інших об'єктів цивільних прав, окремих видів господарської діяльності, спеціальних економічних зон, інформації, банківській таємниці тощо [52, с.6-7; 11-12].

В.С. Мілаш розглядає правовий режим як механізм правового регулювання ринкових відносин, як систему різнорівневих правових засобів (правових принципів, велінь, дозволів, заборон, суб'єктивних прав і обов'язків, юридичних і позаюридичних норм, правовідносин, правових режимів, правових понять і конструкцій та інших правових феноменів, а також актів реалізації прав і обов'язків), організованих найбільш

послідовним чином для належного впорядкування означених відносин та забезпечення реалізації приватних і загальносуспільних інтересів в означеній царині, як обов'язкової передумови нормального функціонування всієї системи ринкових відносин [135, с. 96].

Ґрунтуючись на наукових доробках учених, О. В. Голіна визначає наступні аспекти розуміння поняття правовий режим у сфері господарювання:

- 1) як особливого порядку правового регулювання договірних відносин з надання послуг у сфері господарювання;
- 2) як конфігурації відповідних господарсько-правових засобів впливу на договірні відносини з надання послуг;
- 3) як певної сукупності законодавчо визначених засобів державного регулювання ринку послуг і засобів саморегулювання договірних відносин із надання послуг;
- 4) як спрямованості правового впливу на створення сприятливих умов для учасників господарсько-договірної трансакції та забезпечення господарського правопорядку в цій царині [46, с.50-51].

З урахуванням зазначеного, слід особливу увагу звернути також на важливе зауваження, яке робить В.С. Мілаш: «Правове регулювання сфери послуг повинно бути спрямовано на формування оптимальних правових режимів різних видів послуг з урахуванням специфіки галузевих ринків та/або видів діяльності, у межах яких вони надаються, їх внутрішнього змісту й напрямків розвитку сфери послуг як такої» [56, с.181-182].

Відповідні висновки дуже точно вказують на особливості надання туристичних послуг, які мають бути враховані для забезпечення належного правового регулювання туристичної діяльності у ГКУ та спеціальному «туристичному» законодавстві:

-види господарської діяльності у галузі туризму (туроператорську, турагентську, туристично-екскурсійну діяльність; послуги засобів розміщення; з просування турпродукту; транспортну діяльність (послуги

перевізників); харчування; санаторно-курортні, освітні, індустрії розваг і спорту; страхові; культури; з охорони; з продажу товарів туристичного асортименту; інші послуги);

- організаційні форми туризму (МВТ, ВТ, виїзний туризм) та ринки надання цих послуг (внутрішній/зовнішній, експорт/імпорт) тощо.

Підтвердженням обґрунтованості цих висновків в контексті надання КТП слугує і диференціація діяльності туристичних компаній. Так, серед великої кількості фірм, які діють на українському туристичному ринку, лише незначна кількість надає КТП на базі вітчизняної ТП, інші ж виступають, в основному, як посередники закордонних операторів, додаючи до їх турпродукту частину власних послуг. Беручи до уваги позицію С.І. Селецького з цього питання [103, с. 24-25], такий поділ зумовлює особливості правового регулювання діяльності цих суб'єктів господарювання, застосування щодо них засобів державного регулювання, податкового та бухгалтерського обліку, державної підтримки тощо.

У зв'язку з цим, доцільним буде повернутись до проекту Закону України «Про туризм» № 4224 від 24 лютого 2014 року [121], який у п.п. 10,12 ч. 1 ст. 1 чітко розмежовує ринки, на яких надаються ТП, вводячи такі поняття і визначення як:

- експорт ТП – надання ТП вітчизняними суб'єктами господарської діяльності іноземним туристам в Україні (в'їзний туризм);
- імпорт ТП – надання ТП іноземними суб'єктами господарської діяльності громадянам України за кордоном (виїзний туризм).

Слід зауважити, що за одним із визначень у доктрині під туристичним експортом слід розуміти надання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України в межах України туристичних послуг особам, які не проживають постійно на її території, під туристичним імпортом – надання іноземними суб'єктами господарської діяльності на території іншої країни туристичних послуг громадянам України та особам, які постійно проживають на її території. При цьому, туристичний експорт може супроводжуватися

транспортним імпортом і, навпаки, туристичний імпорт може супроводжуватися транспортним експортом [45, с.49].

Наведені поняття та визначення необхідно обов'язково внести до діючого господарського законодавства. Влада та бізнес повинні чітко усвідомлювати різницю між організаційними формами туризму, що має визначальне значення для визначення арсеналу необхідних і достатніх засобів державного регулювання і стимулювання туристичної діяльності в контексті сприяння розвитку вітчизняної ТІ зокрема і економіки держави взагалі.

Як вже зазначалось, учасниками господарських відносин, що виникають при здійсненні туроперейтингу на ринку МВТ і ВТ в Україні, є юридичні та фізичні особи, які надають або сприяють наданню КТП з організації подорожі на базі вітчизняної ТІ, а також громадяни України, іноземці та особи без громадянства (туристи-відвідувачі), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

Щодо порядку здійснення туристичної діяльності іноземними підприємствами-нерезидентами на території України, то слід зауважити, що юридичні особи, створені у відповідності із законодавством інших країн, а також іноземці і громадяни без громадянства здійснюють туристичну діяльність на території України у відповідності з міжнародними договорами України.

Іноземним юридичним і фізичним особам, які бажають здійснювати туроператорську і турагентську діяльність на території України, необхідно створити підприємство в Україні згідно з діючим законодавством та отримати у встановленому порядку ліцензію на здійснення туроператорської діяльності.

Слід взяти до уваги те, що посередницька діяльність на території України з укладання договорів на туристичне обслуговування з іноземними суб'єктами туристичної діяльності не дозволяється. Така діяльність може здійснюватися тільки через туроператорів, створених у відповідності з

діючим законодавством України. Угоди, укладені з порушенням зазначених вимог, є недійсними (ст. 37 Закону України «Про туризм» [53]).

Таким чином держава встановила єдиний правовий режим до туроператорів незалежно від того чи імпортують вони окремі послуги або КТП чи вони є їх експортерами.

Туроператор – головний суб'єкт туристичного ринку, що є кінцевою ланкою в складній системі доведення туру до споживача, який вступає у пряму взаємодію з підприємствами інфраструктури і супраструктури (готелі, перевізники, екскурсійні фірми, страхові компанії, банки і т.д.), тобто безпосередніми виконавцями послуг з метою їх (послуг) якісної і найбільш ефективної організації для туристів (трансфери, проживання, харчування, екскурсійні програми тощо).

Таким чином, туроператор в сучасному світі став гарантом надання потенційних клієнтів багатьом підприємствам інфра- та супраструктури ТІ, що цілком заслужено дозволило йому перетворитися в реальну силу, яка здійснює тиск як на функціонування залежних підприємств, так і на політику влади. Основним завданням будь-якого туроператора стає планування майбутнього туру, тобто створення упорядкованого за часом графіка надання заявлених послуг, що відповідають необхідному і цінному для туриста складу і якості [199, с.6-9].

За місцем здійснення господарської діяльності туроператори бувають: місцеві (внутрішні) оператори (інсайдингові) – вони надають КТП місцевим споживачам на базі ТІ країни походження;

- виїзні оператори (аутгоуінгові), які надають безпосередньо місцевим споживачам КТП на базі ТІ зарубіжних країн або виступають агентами зарубіжних туроператорів;

- оператори на прийомі (інкамінгові), які надають КТП іноземним туристам-відвідувачам на базі ТІ країни походження.

Серед фірм-туроператорів є оператори масового ринку, які пропонують свої послуги широкому загалу, і спеціалізовані фірми, які діють на певній

ділянці туристичного ринку, пропонуючи окремі види подорожей або орієнтуючись на відповідні верстви споживачів (круїзні компанії, фірми, які спеціалізуються на обслуговуванні VIP-ів, дитячих груп тощо) [45, с.14].

Крім того, важливим для розуміння суті туроперейтингу є поділ туроператорів на ініціативних і рецептивних.

Ініціативні туроператори – це оператори, які відправляють туристів за кордон або в інші регіони за домовленістю з приймаючими (рецептивними) операторами або безпосередньо з туристичними підприємствами. Відмінністю їх від туристичних агентств, які займаються виключно продажем чужих турів, є те, що вони займаються комплектацією туристичного продукту, що складається (за нормами COT) з не менше ніж трьох послуг: розміщення, транспортування туристів і будь-яка інша послуга, не пов'язана з першими двома.

Класичний ініціативний туроператор формує складні маршрутні тури, комплектуючи їх з послуг місцевих туроператорів в різних місцях відвідування (за маршрутом), забезпечує проїзд до місця початку подорожі і назад і організовує надання «внутрішньо-маршрутних» послуг. До таких туроператорів належать виїзні туроператори і внутрішні туроператори, що займаються відправкою внутрішніх туристів в інші регіони своєї країни.

Рецептивні туроператори – це туроператори на прийомі, які здійснюючи комплектування турів і програм обслуговування в місці прийому та обслуговування туристів, використовують прямі договори з постачальниками послуг (готелями, підприємствами харчування, дозвільно-розважальними закладами і т. д.). Це чиста форма туроперейтингу. До неї відносяться туроператори на прийомі і внутрішні туроператори, які обслуговують своїх громадян також на прийомі [169].

Головну організаційно-господарську функцію в туроперейтингу на ринку МВТ та ВТ виконує саме рецептивний туроператор. Він розробляє туристичні маршрути, наповнює їх послугами, забезпечує функціонування турів і надання послуг, готує рекламно-інформаційні видання по своїх турах,

розраховує ціни, передає тури агентам або ініціативним туроператорам для їх наступної реалізації на базі вітчизняної ТІ.

Майнову основу господарської діяльності рецептивного туроператора (як інкамингового, так і інсайдінгового туроперейтингу) утворюють власні, орендовані або отримані в розпорядження на інших підставах засоби туристичного обслуговування (природні, антропогенні, соціально-економічні туристичні ресурси) [95, с. 93-99].

Визначаючи ТІ як складну, багаторівневу систему виробництва та реалізації турпродукту на підставі договору туристичного обслуговування, закономірно постає завдання дослідження юридичної природи даного договору та сутнісних характеристик поняття «турпродукт». Його вирішення дозволяє визначити належне галузеве правове регулювання цього виду договорів.

У науковій літературі можна виділити дві доктринальні позиції з цього приводу. Згідно першої – інститут туристичного обслуговування слід віднести до категорії платних послуг, згідно другої – його співвідносять з інститутом купівлі-продажу. Прибічники другої точки зору (І. В. Зорін, В. А. Квартальнов, Є.Г. Комкова, В.І. Сергєєв, А.О. Терещенко та ін.) вважають, що договір між туристичною фірмою і туристом є договором роздрібної купівлі-продажу турпродукту і розглядається як товар певної комплектності, який буде створений і переданий туристові за визначеною ціною і в конкретні строки [13, с.49].

Сукупність таких прав на комплекс послуг оформляється путівкою (туристичним ваучером), яка і виступає кінцевим продуктом реалізації. Датою реалізації турпродукту є дата продажу туристичного ваучера (путівки), а не дата самої подорожі. Прибічники цієї позиції розглядають турпродукт як товар або як право (гарантії) на послуги, реально надані іншими суб'єктами, які не мають прямих договірних відносин з туристом.

В.І. Сергєєв і А.О. Терещенко розглядають договір туристичного обслуговування як механізм регулювання відносин між продавцем

(виконавцем) і покупцем (замовником), предметом яких є надання туристові не послуг, а тільки прав (гарантій) на їх отримання в майбутньому.

М.І. Брагінський, В.В. Вітрянський, А.Ю. Кабалкін, Н.В. Федорченко, Я.Є. Парцій, Є.Л. Пісаревський, В.В. Рєзнікова, Я.В. Вольвач, Н.В. Сірік, А.С. Кусков та інші автори, не розділяючи наведену точку зору, вважають, що турпродукт слід розуміти тільки як комплекс ТП, що надаються туристичною фірмою за визначену ціну згідно з договором. М.І. Брагінський і В.В. Вітрянський уточнюють, що «продукт», в чому б він не виявлявся, не може бути «правом» [126, с. 225-226].

Н.В. Сірік і А.В. Кусков, дотримуючись схожої думки, справедливо наголошують, що туристові надаються послуги з перевезення, розміщення, харчування тощо відповідними підприємствами ТП. Об'єднання організаторами туристичної подорожі цих послуг в єдину комплексну послугу і реалізація її туристові не можуть змінити об'єкт цивільних прав і трансформувати послуги в товар (майнове право) або роботу. Отже, турпродукт правом бути не може, а є комплексом відповідних послуг» [127, с.136] .

Виключна діяльність туроператора полягає в організації та забезпеченні створення турпродукту, реалізації та наданню ТП, а також у посередницькій діяльності із надання характерних та супутніх послуг (абз.1 ч. 2 ст. 5 Закону України «Про туризм»). Як вбачається зі змісту Закону, поняття «послуга» є суттєвим та основоположним у туристичній галузі України [53].

Відповідно до положень Закону України «Про туризм» (ч.2 ст.20) до договору туристичного обслуговування застосовуються загальні положення договору про надання послуг, якщо інше не передбачено законом.

Слід зауважити, що договори, на підставі яких туроператор реалізовує КТП (турпродукт) безпосередньо туристу-споживачеві, О. В. Голіна слушно відносить до різновиду господарських, а саме до договорів надання господарсько-споживчої послуги (послугового продукту), згідно якого одна сторона (виконавець) зобов'язується в межах провадження своєї

господарської діяльності за завданням другої сторони (замовника) надати послугу (комплекс послуг – послуговий продукт) вартісного характеру, яка споживається в процесі особистих, у тому числі побутових потреб замовника, не пов'язаних зі здійсненням його професійної діяльності, а корисний ефект якої потенційно здатен тривати в часі [46, с.125].

Для обліку та оподаткування операцій у сфері туристичної діяльності також важливо, що туристичний продукт (турпослуги) є саме послугою (а не товаром), у зв'язку з чим і в бухгалтерському, і в податковому обліку відповідно обліковується за правилами, установленими для послуг [45, с.15].

Загалом, у якості самостійного об'єкта цивільних прав, послуги, як такі, були визнані і закріплені в главі 63 ЦКУ [131]. Як самостійний об'єкт цивільних правовідносин, послуги виділені в статті 177 ЦКУ, однак легального визначення даного поняття законодавець не наводить, на відміну від речей або цінних паперів. У главі 63 ЦКУ, яка цілком присвячена послугам, визначення самого поняття «послуга» також відсутнє, тому, перш за все, слід звернути особливу увагу на дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців по цій темі, на іноземний досвід, на історію становлення досліджуваного інституту у вітчизняному праві. Зазначене видається необхідним, оскільки дозволить визначити зміст поняття «ТП» як правової дефініції, вирішити питання правової спеціалізації законодавства щодо її надання та удосконалити правовий механізм захисту прав та інтересів споживача та виробника вітчизняного турпродукту.

Як зауважує С.С. Алексєєв, головна причина наявності визначень в праві - необхідність внесення точності і ясності у використовувану термінологію. Правові визначення повинні коротко розкривати сутність юридичних явищ [145, с.105]. Підтримуючи зазначену точку зору, В.М. Савіцький писав про дефінітивні норми «... вони в більшій мірі сприяють правильному розумінню і застосуванню закону, а значить, підвищують якість і весь механізм правового регулювання» [146, с. 64]. Є.В. Козловський у зв'язку з цим підкреслював, що в процесі розвитку ринкових взаємовідносин у сфері

туризму вкрай актуальним є визначення суті і змісту дефініцій, тобто погоджених і прийнятих за основу визначень, понять, термінів, які дозволяють правильно тлумачити принципи і положення нормативно-правових актів [62, с. 9].

В.В. Резніковою було систематизовано сучасні концепції визначення сутності категорії «послуга»:

1) концепція, прихильники якої (Ю.Х. Калмиков, С. Ємельянчик, Д. Степанов) визначають сутність послуги через діяльність (дія);

2) концепція, прихильники якої (Є. Романова, С.С. Алексєєв, Н.П. Індюков, М.В. Кротов, А. Красавчиков та ін.), підтримуючи в цілому першу концепцію, визначають послугу як результат діяльності або розкривають її сутність через результат діяльності;

3) концепція, згідно з якою сутність послуги виводиться за сукупністю (нерозривну єдність) діяльності та її результату (Т.Л. Левшина, Ю.В. Романець та ін.);

4) концепція, згідно з якою послуга визначається як діяльність і не має уречевленого результату (А. Іоффе, Е.Д. Шешенін та ін.);

5) концепція, згідно з якою послуги протиставляються роботам за критерієм відсутності уречевленого результату;

6) концепція, що визначає сутність послуги через аналіз сутності потреби і блага;

7) концепція, згідно з якою послуги визначаються як будь-які функції, пов'язані безпосередньо чи опосередковано із задоволенням особистісних потреб, але безпосередньо не спрямовані на виробництво будь-яких предметів;

8) концепція, згідно з якою сутність послуги розкривається через поняття економічних відносин і / або правовідносин;

9) концепція, згідно з якою сутність послуги розглядається через тлумачення її як зміни в стані інституціональної одиниці [163, с.58-68].

По-різному трактують поняття «послуга» і у законодавстві економічно розвинених зарубіжних держав (Франції, ФРН, Швейцарії, Великої Британії, США), у яких договір підряду віднесено до різновиду договору про надання послуг[147, с.976-981].

У Німеччині, наприклад, поділяють поняття «підряд» і «послуга», визнаючи при цьому їх схожість, що відзначає М.І. Брагінський, аналізуючи положення НЦУ, який містить главу з назвою «Підряд та подібні договори», вказуючи тим самим на наявність договорів, відмінних від підряду, предметом яких є один з видів послуг[148, с. 219].

Торговий кодекс Японії не містить такого правового інституту як «надання послуг» [149, с.121], а Цивільний кодекс не вбачає принципової різниці між підрядом і послугами [150, с.103]. Поняттям «підряд» охоплюється і робота у вигляді послуги з наданням нематеріального результату, і робота з наданням матеріального результату. Наявність або відсутність матеріального результату не є критерієм юридичної кваліфікації цих понять [107, с.90].

Розглядаючи детальніше деякі із вищенаведених концепцій, слід звернути увагу на думку Є.Д. Шешеніна, який в якості ознак послуги виділяє діяльність юридичної чи фізичної особи, яка надає послугу, відсутність речового результату її надання та, нарешті, споживання корисного ефекту від послуги в процесі її надання з одночасним зникненням її споживчої вартості [151, с.151].

Окрім двочленного розділення послуг залежно від сфери застосування на побутові і підприємницькі, що є особливо актуальним для туризму, Є.Д. Шешенін пропонує виділяти види послуг за критерієм споживчої орієнтації залежно від сфери застосування: медичні, правові, зв'язку, аудиторські, культурно-видовищні, готельні, екскурсійні, туристичні та ін. [152, с. 475].

Послуга – спосіб задоволення індивідуальної потреби особи, яка не пов'язана з виробництвом (поліпшенням) речі або об'єкта інтелектуальної власності і досягається в результаті діяльності, що допускається чинним

правопорядком на оплатних засадах, вважає О.Г. Шаблова, акцентуючи увагу на результаті як визначальній ознаці послуги [153,с.13]. Однак, цей критерій більше властивий роботам, ніж послугам – обґрунтовано стверджує А.Б. Гриняк, оскільки під час виконання робіт споживача цікавить в основному кінцевий результат, втілений в певні матеріальні форми. При наданні послуг оцінці з боку замовника підлягають, перш за все, дії, які призвели до того чи іншого результату [154, с.100]. О.А. Красавчиков у зв'язку з цим зробив точне зауваження, що діяльність може і не мати матеріального («уречевленого») результату, але вона не безрезультатна [155, с.189].

Проте, не всі вчені розглядають результат дій або діяльності як іманентну властивість послуги. Є прихильники дещо іншого погляду на сутнісні характеристики послуги. Так, Ю.Х. Калмиков і Л.Б. Сітдікова стверджують, що в зобов'язаннях з надання послуг визначальним фактором є специфіка самих дій як послуг, а не результат цих дій [156, с.29-35; 157, с.6]. Вельми змістовна в зв'язку з цим думка В.В. Луця, який в якості головної особливості послуги (на відміну від робіт) відзначає, по-перше, невіддільність надання послуг від «послугонадавача», а по-друге, ту обставину, що корисний ефект від такої діяльності не перетворюється у відчутний матеріальний результат (як в підряді), а полягає в самому процесі надання послуги [158, с. 244].

Н.А. Барінов викладає іншу току зору, обґрунтовуючи можливість речового втілення певного роду послуг, ототожнюючи підряд і послугу. Автор вважає, що послуга - це економічні відносини, що виникають з приводу результатів праці і створюють споживчі вартості, які проявляються у формі корисної дії товару (речі) або самої діяльності для задоволення конкретних, розумних потреб людини [159, с.16-17] .

Між тим В.В. Луць робить обґрунтований висновок про те, що результат діяльності з надання послуг полягає в самому наданні послуг. Іншими словами, автор справедливо наполягає на повному злитті результату

діяльності із самою діяльністю виконавця [160, с.572]. М.В. Кротов розглядає послугу як економічну категорію, яка представляє собою єдність процесу і продукту праці при збігу процесу створення і споживання послуги (матеріальні послуги), а також єдність фізичної форми процесу і продукту праці по створенню послуги (нематеріальні послуги) [161, с.12]. Н.В. Федорченко цю думку не розділяє, вказуючи, що правильніше говорити або про послуги, або про роботи. При цьому автор вказує на відсутність у вітчизняному законодавстві нормативного визначення послуг, що призводить на практиці до необґрунтованого їх ототожнення з роботами, що в свою чергу вимагає якнайшвидшого усунення зазначених прогалин і суперечностей у чинному законодавстві України [107, с.93-94].

Більшість авторів, які досліджували дану проблематику, у тому числі В.В. Резнікова і В.С. Мілаш виділяють окремі ознаки, які характерні саме для послуги і дозволяють визначити її сутність:

- 1) послуга є діяльністю особи, яка її надає;
- 2) надання послуг не створює уречевленого (упредметненого) результату;
- 3) корисний ефект послуги споживається у процесі її надання, а споживча вартість зникає;
- 4) послуга є невіддільною від джерела її надання;
- 5) прийняття послуги замовником і процес її надання виконавцем відбуваються одночасно;
- 6) неможливість її зберігання;
- 7) невичерпність (скільки б не надавали послугу, її кількісні характеристики не зменшуються);
- 8) предмет послуги – відповідні дії, а не їх кінцевий результат (оскільки результат праці не отримує речової форми, він завжди існує у вигляді самої діяльності) [163, с. 30, 73, 155-163].

Досліджуючи сутнісні характеристики послуги, В.В. Резнікова визначає предмет посередницьких договорів надання послуг як благо, створене

шляхом надання нематеріальних послуг і має вартісну природу [123; 163, с. 245]. Н.В. Федорченко також приходить до обґрунтованого висновку, що результат можна було б сміливо замінити терміном «ефект» або «благо» [107, с.156].

Така характеристика цілком відноситься до ТП, яка, на нашу думку, полягає, перш за все, в організації туроператором подорожі (створенні турпродукту) і це не є створенням блага (ефекту), яке має будь-який матеріальний вираз. Ця послуга полягає в певній специфічній організації та використанні туроператором власного майна та/або майна інших учасників відносин (у відповідності зі ст.ст. 133-147 ГКУ), що виникають при здійсненні туристичної діяльності.

Створення турпродукту, на думку Ю.М. Правик, умовно можна розділити на два етапи. Перший етап складають маркетингові дослідження ринку ТП (вивчення балансу попиту і пропозиції), а також планування туру з опрацюванням його економічного і цінового обґрунтування. Далі необхідне проведення експериментальної оцінки ТП, що становлять турпродукт, тобто презентація і реклама пробного туру з подальшим аналізом попиту на цей продукт. Потім - впровадження турпродукту, яке включає опрацювання технологічної документації (договорів, графіків заїзду, програми обслуговування); навчання персоналу. Завершальний елемент – формування системи управління виробництвом (виняткова господарська діяльність туроператора) і збутом турпродукту (сфера споживання), яка забезпечує його реалізацію і удосконалення згідно з побажаннями споживача.

Другий етап створення турпродукту складає, на думку науковця, процес формування турпродукту, суть якого полягає в підборі оптимальної програми обслуговування споживача, в яку входить тематика туру (вид туризму), що передбачає свій рівень комфортності залежно від виду. Програма включає розробку маршруту і насичення його пакетом відповідних послуг аж до складання щоденних екскурсійно-розважальних програм [165, с. 26-28]. Детально описана Ю.М. Правик діяльність є ні чим іншим, ніж

туроперейтингом, суттю якого є господарська діяльність туроператора по створенню турпродукту, а саме залучення до сфери туристичного обслуговування організацій, підприємств і фірм, що надають послуги, а також комплектація з цих послуг різноманітних тематичних турів[140, с.3-4].

Власне, саме другий етап - процес підбору маршруту та послуг для споживача у відповідності з його метою здійснити подорож слід вважати окремою виключною КТП, яку має право надавати безпосередньо і виключно туроператор. При цьому туроператор не є посередником між безпосередніми «постачальниками» послуг і споживачем. Він є господарюючою особою, яка наділена законом спеціальною господарською компетенцією з надання КТП, тобто з організації подорожі у відповідності із законом.

Підводячи підсумок викладеному, необхідно відзначити, що здійснюючи вказану діяльність, туроператор повинен чітко уявляти, що саме бажає отримати турист від нього і що саме він може запропонувати туристові. Найголовніше, туроператор повинен усвідомлювати, що результатом його роботи і метою туриста-споживача є не сама по собі поїздка, яка не стомлює, не зручна ночівля і смачна їжа як такі (ці блага забезпечують безпосередні «постачальники» послуг). Туристові потрібні, передусім, відпочинок і оздоровлення, які забезпечуються через отримання нових вражень, знайомство з невідомим, задоволення широкого спектру культурних потреб в атмосфері безпеки, комфорту і уваги. Саме мета туриста, яка за обґрунтованою думкою Я.В. Вольвач, полягає у здійсненні подорожі, робить поїздку туристичною, а послуги, які надаються для цієї мети – туристичними [112, с. 26].

З огляду на зазначене, доцільним є доповнення законодавства України про туризм, а саме абз. 4 ст. 1 Закону України «Про туризм» нормою-дефініцією наступного змісту: «КТП є результатом виключної господарської діяльності туроператора, яка полягає у створенні комплексу благ нематеріального характеру з метою організації подорожі у відповідності зі споживчим попитом туриста».

Відтак, на законодавчому рівні, а саме у ГКУ має бути закріплено правило наступного змісту: «ТП мають право надавати тільки туроператор і суб'єкти туристичної діяльності, які є його контрагентами за договором надання послуг, укладеним на користь третьої особи (туриста)».

У цьому контексті також доцільно прийняти до уваги думку Я.В. Вольвач, яка полягає в тому, що однією з умов кваліфікації послуги у якості туристичної є оформлення та виконання послуги особами, які у відповідності із законом мають на це право, з укладанням відповідного договору та видачею путівки [Там же, с.28].

Слід звернути увагу вельми важливу обставину, яка є визначальною у процесі надання КТП: туроператор, як правило, не в змозі самостійно надати послуги, які входять у турпакет, тому він вимушений укласти господарські договори з контрагентами, здатними безпосередньо надати послуги туристові. При цьому вітчизняний законодавець повинен враховувати наступну важливу обставину: від структури турпакету, який реалізується туроператором за цивільним договором на туристичне обслуговування залежить вид, кількість і зміст господарських договорів, які туроператор укладає з безпосередніми «постачальниками» послуг - готелями, перевізниками, екскурсоводами тощо, що надають окремі послуги, які входять в турпакет. Принаймні два господарських договори надання послуг він повинен укласти від свого імені на користь третьої особи (туриста).

Ці договори мають усі кваліфікуючі ознаки господарських договорів, які наводить О.А. Беяневич:

1) вони належать до сфери господарювання як особливі форми суспільних відносин, де їх цільова спрямованість виражається в обслуговуванні безпосередньої господарської діяльності (як основної, так і допоміжної) і організації такої діяльності;

2) сторони зобов'язання – зобов'язана сторона (в тому числі боржник) і правомочна сторона (в тому числі кредитор) є суб'єктами господарювання або іншими учасниками відносин у сфері господарювання [44; 182, с.456].

Як справедливо зазначає Д.П. Стрігунова, на відміну від договору туристичного обслуговування, який знайшов відображення у російському, зарубіжному та міжнародному законодавстві, договори туроператора, що опосередковують формування турів, не мають спеціального законодавчого регулювання. За своєю правовою природою вони є суто підприємницькими, оскільки їх учасниками є підприємці – суб'єкти готельно-туристичного бізнесу, а саме, з одного боку - туроператор, який формує тур, а з іншого – суб'єкт готельно-туристичного бізнесу, що є так званим постачальником конкретної послуги [54, с.146; 57].

У зв'язку з цим особливої актуальності набувають аналітичні висновки О.В. Голіної, яка обґрунтовано підкреслює факт прискореного темпу розвитку сфери послуг, розширення їх номенклатури за рахунок появи нових різновидів послуг, зростаючий попит на послуги в усіх сферах суспільного виробництва, а також недосконалість регулятивних можливостей, наявних у законодавчих актах юридичних норм, які зумовлюють процеси трансформації і модернізації господарського договірної законодавства [142, с.217].

Слід погодитися з О.В. Голіною і О.П. Подцерковним, які вказують на необхідність пошуку шляхів вирішення проблем, пов'язаних із співвідношенням загальних і спеціальних норм під час укладення і виконання не закріплених в ГКУ і ЦКУ договорів надання послуг (зокрема туристичних - прим. А.Л.), удосконалення правової бази цих договорів шляхом конкретизації нормативних приписів, модифікації конструкції договорів надання послуг, не закріплених в ГКУ [142, с. 218; 143, с.34-43].

Крім того, туроператор повинен враховувати, що норми відносно участі третіх осіб в зобов'язанні закріплені в ст. 636 ЦКУ (договір на користь третьої особи), а ст. 528 ЦКУ передбачає можливість покладання виконання зобов'язання на третю особу, якщо за умов договору, вимог ЦКУ (у випадку з наданням ТП - ч.1 ст. 902 ЦКУ), інших актів цивільного законодавства або суті зобов'язання не впливає обов'язок боржника виконати зобов'язання

особисто. У цьому випадку кредитор зобов'язаний прийняти виконання, запропоноване за боржника іншою особою.

Коментуючи правила ст. 511 ЦКУ, О.А. Отраднава зауважує, що в даному випадку йдеться не про додаткового суб'єкта зобов'язання, а про суб'єкта виконання. Третя особа в розумінні ст. 528 ЦКУ не є суб'єктом зобов'язання: вона не має прав в зобов'язанні і не має обов'язків, визначених зобов'язанням. Обов'язок виконати зобов'язання виникає із якихось інших відносин між боржником та такою третьою особою (наприклад, ця особа є боржником сторони-боржника у якомусь іншому зобов'язанні), тобто мова йде про господарські зобов'язання безпосереднього «постачальника» послуги і туроператора, як правову підставу для отримання ТП споживачем, [144].

У зв'язку з цим Н.В. Федорченко, О.А. Отраднава, Д.П. Стрігунова також звертають увагу на те, що законодавець не визначив (у ч. 2 ст. 902 ЦКУ зокрема) порядку узгодження виконавцем із замовником можливості залучення третьої особи до виконання зобов'язання. Н.В. Федорченко вказує, що одним із способів усунення цього недоліку є врегулювання цього питання самими суб'єктами договірних відносин, що передбачено правилами ч.2 ст.6 ЦКУ, згідно якої договірні відносини, що згадуються в актах цивільного законодавства, але недостатньо ними регламентовані, можуть бути врегульовані самими суб'єктами договірних відносин.

Виходячи з цього, Н.В. Федорченко дійшла обґрунтованого висновку про доцільність внесення в договір про надання послуг (у тому числі, про надання КТП - прим. А.Л.) особливої умови про можливість залучення третіх осіб до виконання зобов'язання або укладення окремого договору між виконавцем і замовником аналогічно договору субпідряду в договірних зобов'язаннях по виконанню робіт [107, с.233–234].

Враховуючи думки науковців, слід зауважити, що з метою належного врегулювання правовідносин, пов'язаних з укладенням господарських договорів про надання ТП з безпосередніми «постачальниками» ТП (готелі,

ресторани, екскурсійні бюро, розважальні атракцій, інші господарюючі суб'єкти) є підстави запропонувати використання у цій сфері примірного господарського договору про надання туристичних послуг. Визнати у відповідності з положеннями ст.180 ГКУ істотними умовами такого договору предмет, ціну та строк його дії, де умови про предмет повинні визначати найменування (номенклатуру, асортимент) та кількість ТП, а також вимоги до їх якості. Вимоги щодо якості предмета договору повинні визначатися відповідно до обов'язкових для сторін нормативних документів, зазначених у статті 15 ГКУ, а у разі їх відсутності - в договірному порядку, з додержанням умов, що забезпечують захист інтересів кінцевих споживачів ТП.

Ціна у запропонованій примірній формі договору може визначатися в порядку, встановленому ГКУ, іншими законами, актами Кабінету Міністрів України.

Строком дії такого господарського договору є час, впродовж якого існують господарські зобов'язання сторін, що виникли на основі цього договору. На зобов'язання, що виникли у сторін до укладення ними господарського договору, не поширюються умови укладеного договору, якщо договором не передбачено інше. Закінчення строку дії договору не звільняє сторони від відповідальності за його порушення, що мало місце під час дії договору.

Визнати на законодавчому рівні обов'язковість для туроператорів у сегменті ВТ і МВТ укладення договору з безпосередніми «постачальниками» ТП (готелі, ресторани, екскурсійні бюро, розважальні атракцій, інші господарюючі суб'єкти ТП) у відповідності з положеннями ст. 636 ЦКУ, згідно якої боржник зобов'язаний виконати свій обов'язок на користь третьої особи (туриста), яка встановлена або не встановлена у договорі. При цьому, виконання договору на користь третьої особи може вимагати як особа, яка уклала договір, так і третя особа, на користь якої передбачено виконання, якщо інше не встановлено договором або законом чи не впливає із суті договору.

З моменту вираження третьою особою наміру скористатися своїм правом сторони не можуть розірвати або змінити договір без згоди третьої особи, якщо інше не встановлено договором або законом.

Якщо третя особа відмовилася від права, наданого їй на підставі договору, сторона, яка уклала договір на користь третьої особи, може сама скористатися цим правом, якщо інше не випливає із суті договору.

Також слід встановити правило, згідно якого у договорах про надання ТП, укладених туроператорами у сегменті ВТ і МВТ з безпосередніми «постачальниками» ТП (готелі, ресторани, екскурсійні бюро, розважальні атракцій, інші господарюючі суб'єкти), відповідальність за невиконання або неналежне виконання умов цього договору несе безпосередній «постачальник» ТП (готель, ресторан, екскурсійне бюро, розважальна атракція, інший господарюючі суб'єкт ТП).

Господарський договір, укладений між туроператором у сегменті ВТ і МВТ з безпосереднім «постачальником» ТП повинен максимально захищати права споживача та туроператора, оскільки саме вони є важливим джерелом надходжень до місцевих бюджетів, а отже головними системоутворюючими елементами вітчизняної ТП, запорукою її сталого розвитку. Страхування ризиків, які несуть споживач та туроператор у зв'язку з виконанням безпосереднім «постачальником» ТП умов договору повинно бути його істотною умовою. Конкретний перелік вказаних ризиків повинен встановлювати законодавець у залежності від виду туризму.

Серед недоліків правового регулювання договірних відносин із надання послуг О.В. Голіна виокремлює такі: відсутність у ГКУ визначення господарського договору про надання послуг, дублювання норм ЦКУ без встановлення особливостей, що притаманні сфері господарювання, безсистемність норм щодо окремих договорів послуг, «розірвання» загальних положень про договори зі спеціальними нормами про окремі види договорів, відсутність договірного оформлення низки важливих для суспільного обороту послуг, інертність у реагуванні на появу нових сегментів ринкової

кон'юнктури. У цьому зв'язку в науці існує думка, що «ГКУ потребує не лише змістовних, а й структурних змін, варто чітко поділити норми ГКУ (і, відповідно, його статті) на дві частини – Загальну і Особливу», при цьому останню, на думку О.А. Беяневич, «утворюють спеціальні деталізовані норми ГКУ та інших нормативно-правових актів про окремі види договорів, що є проявом правової конкретизації» [142, с. 218-219].

На шляху вирішення поставлених питань слід визнати обґрунтованою думку І. О. Іконицької, відповідно до якої діяльність спеціального суб'єкту або об'єкту повинна регулюватись спеціальними нормами. Таким спеціальним суб'єктом та об'єктом безумовно є туроператор та його виключна діяльність з надання КТП. При цьому, слід погодитись з думкою А. М. Мірошніченко, що спеціальною нормою є будь-яка норма, що в порівнянні із загальною регулює вужче коло суспільних правовідносин, оперуючи посиланням не лише на спеціального суб'єкта, спеціальний об'єкт, а й на особливі обставини тощо.

Деталізація правового регулювання здійснюється через визначення суспільних відносин, на які поширюється чинність відповідної групи правових норм, шляхом зазначення, зокрема, суб'єктів цих відносин. У такий спосіб виокремлюється значне коло правових норм, що регулюють майнові відносини у сфері господарювання і є спеціальними, а тому підлягають переважному застосуванню перед правовими нормами, що формулюються у ЦКУ, поширюються на цивільні відносини за участю як юридичних, так і фізичних осіб (незалежно від наявності у них статусу підприємців), а тому є загальними [184, с. 84-85].

На підставі викладеного, приходимо до висновку про можливість визначення спеціальних об'єктів шляхом виокремлення групи майнових відносин у сфері господарювання (зокрема туризму), яка повинна регулюватись спеціальними правовими нормами про ТІ України.

У зв'язку з цим, слід погодитись з думкою О.В. Голіної, яка вважає за доцільне доповнення ГКУ окремою главою під назвою «Господарські

договори про надання послуг», у якій варто надати більш коректне з точки зору юридичної техніки визначення господарсько-правової послуги, визначення господарського договору про надання послуг, закріпити його істотні умови, порядок укладення, виконання та відповідальності сторін із подальшою конкретизацією цих питань у главах, присвячених окремим видам договорів послуг.

Слід зазначити, що ГКУ на сьогодні регулює такі види послуг: зберігання в товарному складі (ст. 294 ГКУ); комерційне посередництво (ст. ст. 295–305 ГКУ); перевезення вантажів (ст. ст. 306–316 ГКУ); фінансове посередництво (ст. ст. 333, 339–349 ГКУ); факторинг (ст. 350 ГКУ); страхування (ст. ст. 352–355 ГКУ); посередництво в здійсненні операцій із цінними паперами (ст. ст. 356–359 ГКУ); аудиторська діяльність (ст. ст. 362–365 ГКУ); проте організація норм, що передбачають регулювання відповідних послуг, і сам характер правового регулювання договорів послуг носить несистемний характер. При цьому у ГКУ відсутнє договірне регулювання господарських відносин, які виникають у вітчизняній ТІ і які пов'язані з наданням КТП (створенням та просуванням турпродукту) на ринку ВТ і МВТ.

В.С. Мілаш, зауважує, що наявне різноманіття господарських відносин, що набувають договірних форм, та потреба врахування їх особливостей (специфіки) безпосередньо зумовлює потребу в систематизації господарських договорів як необхідного кроку на шляху поглиблення процесів правової спеціалізації [142, с. 219].

На підставі викладеного, слід визнати слушною з точки зору юридичної техніки думку В.С. Щербини щодо необхідності «вилучення норм «господарсько-правового спрямування» із чинного ЦКУ і включення їх до ГКУ». Спираючись на вказаний підхід, О.П. Подцерковний, В.М. Коваль та О.В. Голіна пропонують факторинг як специфічну договірну конструкцію саме господарського права закріпити саме в спеціальних нормах ГКУ, відповідно вилучивши їх із ЦКУ. На думку автора цього дослідження, такий

підхід варто застосувати і відносно Закону України «Про туризм». Норми, які стосуються господарської діяльності суб'єктів ТП України закріпити у ГКУ, а норми, дія яких спрямована на захист прав споживачів ТП відповідно закріпити у ЦКУ.

Дуже вдало, на нашу думку, у Модельному законі та Проекті №4224 сформульовано зміст договору на туристичне обслуговування (ст. 36 Проекту), що доречно використати у ГКУ: «За договором на туристичне обслуговування організатор туризму - туроператор - зобов'язується надати замовнику попередньо організовану КТП (турпродукт) або попередньо організовану комплексну чи окрему ТП за індивідуальним завданням замовника, а замовник зобов'язується оплатити зазначену послугу (турпродукт);

договором на туристичне обслуговування може бути передбачена можливість покладання виконання організатором туризму - туроператором - всіх або частини своїх зобов'язань за цим договором на третіх осіб - суб'єктів туристичної діяльності. У цьому випадку фактичними виконавцями ТП за договором, передбачених пунктом 1 цієї статті, є контрагенти туроператора, що діють на підставі договорів з туроператором за його рахунок і на користь певних осіб, зазначених туроператором в туристичній путівці (ваучері). Покладання (передача) туроператором виконання зобов'язань на третіх осіб не звільняє туроператора від відповідальності перед туристом за надання всіх послуг, передбачених договором, та які входять у турпродукт, якщо договором не передбачено інше;

положення цієї глави застосовуються до договорів круїзу та залізничних турів».

З урахуванням проведеного аналізу, пропонується використати у подальшій законотворчій та дослідницькій роботі удосконалені визначення основоположних туризмологічних концептів, а саме:

- комплексна ТП (КТП) – послуга, яка надається туристу на його замовлення виключно туроператором і полягає в організації подорожі

шляхом розробки туристичного маршруту, а також формуванні та наданні турпакету за єдиною ціною;

- турпакет – це комплекс товарів і послуг, які формуються туроператором і надаються туристу особами, які є виконавцями за договором надання КТП на підставі договору укладеному між ними та туроператором на користь туриста.

- договір надання КТП – це домовленість сторін, згідно якої туроператор зобов'язується надати на замовлення туриста комплексну ТП, а турист зобов'язується її оплатити;

- розробка туристичного маршруту – це визначення туроператором шляху пересування туриста із зазначенням: способу пересування; напрямку руху щодо географічних орієнтирів або координат; початкового, проміжного і кінцевого пунктів призначення, а також тривалості перебування в цих пунктах;

- формування турпакета – це господарська діяльність туроператора, спрямована на забезпечення туриста товарами та послугами під час подорожі.

- подорож – організована туроператором поїздка, що здійснюються протягом певного терміну, за певним маршрутом та визначеною туристичною програмою метою.

Необхідно доповнити ГКУ розділом, який цілком був би присвячений господарсько-правовому регулюванню суспільних відносин, пов'язаних з наданням послуг, а окрема глава – правовому регулюванню господарської діяльності в ТІ України. Окремі статті цієї глави мають бути присвячені основним засадам господарської діяльності в ТІ, а саме:

- суб'єктам господарювання індустрії туризму;
- майновій основі господарювання в ТІ;
- господарським зобов'язанням у сфері туризму;
- відповідальності за господарські правопорушення в індустрії туризму;
- спеціальним видам господарювання в ТІ,

- фінансовому забезпеченню господарської діяльності в ТІ;
- інвестиційній діяльності в ТІ;
- господарській зовнішньоекономічній діяльності в ТІ.

В контексті нашого дослідження необхідним є звернення і до питання відображення туристичної діяльності у нормативних та статистичних документах. Так, у Міжнародному класифікаторі видів економічної діяльності та Державному класифікаторі України ДК 009-96 та Класифікаторі видів економічної діяльності ДК 009:2010, який є чинним з 01 січня 2012 року та затверджено наказом Держспоживстандарту України 11 жовтня 2010 року № 457, туризм не визначений як окремий вид економічної діяльності, між тим таке визначення могло б з'ясувати правову природу операцій, які здійснюють суб'єкти вітчизняної ТІ, що зумовлює загальні економіко-правові результати, а також є підставою для визначення договірних правовідносин, в які вступають суб'єкти ТІ [37, с. с.69-81].

Крім того, ст. 5 Закону України «Про туризм» [53] фактично визначає туризм як окрему галузь економіки та окреслює коло її суб'єктів, проте у КВЕД в Україні туристична галузь не визначена, види господарської діяльності суб'єктів ТІ вказані під різними кодами, тобто види туристичної діяльності розкидані по різних галузях економіки. Також в КВЕД туристична діяльність подана в секціях, розділах і групах. Таке відображення туристичної діяльності взагалі, і МВТ та ВТ зокрема, на нашу думку, є неприпустимим.

Важливість правильного відображення економічної діяльності суб'єктів ТІ у КВЕД впливає із основного принципу КВЕД, який полягає в об'єднанні підприємств, що виробляють подібні товари чи послуги або використовують подібні процеси для створення товарів чи послуг (тобто, сировину, виробничий процес, методи або технології), у групи.

Як вже підкреслювалось, надання КТП – це технологічно складний виробничий процес по організації подорожі, тому туризм повинен бути відображений у КВЕД як окрема галузь економіки, а господарюючі суб'єкти

ТІ, які безпосередньо надають ТП або опосередковано беруть участь в господарській діяльності суб'єктів ТІ з надання КТП, повинні бути об'єднані в окремі групи, при цьому окремо для МВТ, окремо для ВТ та окремо для виїзного туризму.

У відповідності з основним призначенням КВЕД, яке полягає у визначенні та кодуванні основних та другорядних видів економічної діяльності, господарська діяльність групи господарюючих суб'єктів ТІ з надання КТП по організації подорожі повинна бути відображена у КВЕД як основна, а господарська діяльність групи господарюючих суб'єктів, які опосередковано беруть участь в господарській діяльності суб'єктів ТІ з надання КТП по організації подорожі, як другорядна.

Основний вид економічної діяльності – це визначальна ознака у формуванні та стратифікації сукупностей статистичних одиниць для проведення державних статистичних спостережень, тому така стратифікація має велике значення для проведення об'єктивних державних статистичних спостережень за господарською діяльністю суб'єктів ТІ України, економіко-правового аналізу статистичної інформації щодо її ефективності на макрорівні і подальшого прийняття управлінських рішень на законодавчому рівні [170]. Крім того, як вазується у самому КВЕД, класифікація використовується в багатьох інших, нестатистичних сферах (соціальному та податковому регулюванні, ліцензуванні, системі тарифів тощо), проте не завжди адаптована до цього повною мірою.

З урахуванням вищенаведеного, у майбутньому законотворчому процесі дуже корисним буде використання досвіду минулих намагань модернізації діючого законодавства про туризм. Слід відзначити велику увагу, яку приділено повноті та об'єктивності статистичного обліку та інформаційного забезпечення туризму у проекті Закону України «Про туризм» № 4224 від 24 лютого 2014 року [121] та Модельному законі про туристичну діяльність [66], у той час як діючий Закон повністю ігнорує ці важливі аспекти функціонування туристичної галузі.

У вищенаведених документах статистичногому обліку та інформаційному забезпеченню туризму присвячено окремий розділ, в якому основними показниками, що характеризують туристичну галузь, обґрунтовано визнається:

- кількість відвідувачів, туристів і екскурсантів, які здійснили поїздку за певний час;
- кількість іноземних і вітчизняних туристів, які проживали у засобах тимчасового розміщення;
- завантаженість туристами засобів тимчасового розміщення протягом року;
- аналіз структури туристичних потоків та обсягів експортно-імпортного балансу туристичних та пов'язаних з ними послуг;
- оцінка впливу безпосередньо або опосередковано туристичного споживання на національну економіку, на розвиток в першу чергу таких видів економічної діяльності як транспорт, готелі та ресторани, роздрібна торгівля, харчова промисловість, будівництво, зв'язок, фінансові та страхові послуги, діяльність у сфері розваг, культури, спорту, тощо.

Об'єктом статистичного спостереження є насамперед господарська діяльність суб'єктів туристичної діяльності, що подають в установленому порядку державну статистичну звітність [82; 85; 86; 89;170].

Під туристичною інформацією у Проекті та Модельному законі розуміються належно й системно впорядковані достовірні відомості. Зокрема, про туристичні ресурси, стан, порядок їх використання і класифікації; туристичні маршрути та потоки; суб'єктів туристичної діяльності; картографічна інформація; транспортну логістику та дорожній рух в дестинації; інформація про законодавчі та нормативно-правові акти з питань туризму; про обмеження для туристів і відвідувачів; відомості про діяльність органів державної влади, що здійснюють державне регулювання в галузі туризму; відомості, обов'язкові для розміщення в системах загального

користування, а також інша інформація, обумовлена законодавством. Тобто основна увага приділяється розвитку МВТ та ВТ а відтак вітчизняній ТІ.

Для вдосконалення КВЕД і змістовного доповнення відповідного розділу ГКУ з точки зору об'єктивного відображення економічної діяльності різних груп суб'єктів господарювання у системі вітчизняної ТІ можна взяти за основу також інші положення Проекту та Модельного закону, як приклад вдалого формування та стратифікації сукупностей статистичних одиниць для проведення державних статистичних спостережень.

РОЗДІЛ 3.

ГОСПОДАРСЬКО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОСНОВНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Засоби державного регулювання та стимулювання господарської діяльності суб'єктів ТІ України

Індустрія подорожей і туризму є головним експортним сектором та джерелом надходження іноземної валюти у багатьох країнах [6, с.10]. Сьогодні від туризму певною мірою залежить економіка понад 125 країн [4, с.20], оскільки МВТ та ВТ породжує в економіці приймаючого регіону ефект мультиплікатора, який проявляється в процесі зростаючого попиту на споживання ТП, сприяючи розвитку багатьох галузей економіки, пов'язаних з господарською діяльністю ТІ на відвідуваних туристами DESTINATION. За таких обставин значну роль відіграє туристична політика держави як діяльність з розвитку ТІ та суб'єктів туристичного ринку, вдосконалення форм туристичного обслуговування громадян і закріплення на їх основі свого політичного, економічного та соціального потенціалу.

Важлива роль у визначення ступеню впливу держави на туристичну індустрію, напрями її розвитку належить засобам державного регулювання господарської діяльності суб'єктів ТІ. Як слушно зазначає О.В. Голіна,

«режим державного регулювання підприємницької діяльності, змістом якої є надання на системній професійній основі послуг, формує підґрунтя правового режиму самої послуги, як об'єкта господарських прав, що набуває товарної форми в межах відповідного сегменту сфери послуг. Тому кожен сегмент сфери послуг випробовує дію відповідної конфігурації засобів державного регулювання, що різняться за ступенем інтенсивності впливу на той чи інший ринок послуг (за допомогою такої конфігурації здійснюється максимальний, середній та мінімальний вплив держави)» [46, с.53].

У Гаазькій декларації з туризму, прийнятій у квітні 1989 року, зазначено: «Туризм повинен плануватися державною владою, а також владою ТІ на комплексній і послідовній основі з урахуванням усіх аспектів цього феномену».

Аналіз зарубіжного досвіду державного регулювання туристичної діяльності дає можливість виокремити тенденції до централізованого державного регулювання туристичних процесів, поєднаного із застосуванням цілого арсеналу правових, організаційних, фінансових, фіскальних та інших засобів регулюючого впливу на господарську діяльність у сфері туризму.

Так, звертаючись до європейського досвіду управління ТІ Є.В. Козловський зауважує, що головною новацією Закону "Реформи національного законодавства про туризм", прийнятого в Італії в 2001 році, було стимулювання господарських процесів з метою формування комплексного системного підходу до управління туристичними ресурсами країни, а Закон «Про розвиток туризму», прийнятий у 1969 році у Великобританії, став основним інструментом правового регулювання макроекономічних процесів, пов'язаних зі значними державними інвестиціями в індустрію туризму з метою активізації готельного будівництва і створення нових робочих місць. З часом державні дотації стали поступово замінювати приватні інвестиції, що стало свідченням значного посилення британської ТІ [62, с.34-36].

Основним нормативно-правовим актом Франції у сфері туризму є Закон «Про туризм» прийнятий у 1992 році, який описує загальну організацію туризму в країні, об'єднує положення щодо фінансування та розвитку туризму, оподаткування ТП [68, с. 253]. Визначальним для правового регулювання туризму у згаданих країнах є широке застосування підходу формування окремих правових режимів для різних видів туристичних послуг з урахуванням специфіки та масштабів туристичних ринків та/або видів діяльності.

Стосовно ролі органів державної влади наразі у міжнародній практиці сформовано чотири основні моделі державного регулювання у сфері туризму. Сутність моделювання полягає у визначенні ступеню державного втручання в організацію діяльності туристичної галузі. Так, перша модель передбачає створення самостійного міністерства туризму, яке наділяється великими повноваженнями щодо розвитку даної сфери. У кожній наступній моделі вплив центрального органу виконавчої влади на туристичну галузь зменшується аж до його повної відсутності у деяких країнах [67, с.16; 125, с.132-155]. Разом з тим, світовий досвід розвитку національних ТП, думки зарубіжних та українських правників та туризмологів, а також практичний стан вітчизняної ТП дають підстави вважати, що без максимального впливу держави на господарську діяльність на ринку МВТ і ВТ не можна розраховувати на динамічний розвиток ТП України. У зв'язку з цим, обґрунтованим слід визнати створення самостійного міністерства туризму, яке наділяється широкими повноваженнями для розвитку даної сфери, а також забезпечення різних режимів правового регулювання і стимулювання господарської діяльності МВТ, ВТ та виїзного туризму як трьох різних сегментів ринку ТП.

Здійснення державного регуляторного впливу на відповідний ринок послуг є підґрунтям для формування окремих правових режимів для різних форм туризму з використанням всього арсеналу регуляторних засобів, передбачених ч.2 ст.12 ГКУ [164], Законом України від 11 вересня 2003 року

«Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» №1160-IV [79], Законом України від 1 липня 2014 року № 1555-VII «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» [167] та іншими законодавчими актами, про які далі піде мова.

Між тим сучасний стан правового регулювання засобів державного впливу на туристичну діяльність не відповідає потребам розвитку ТІ та її значенню для національної економіки. Відсутність чіткого і вичерпного переліку етапів легалізації, що мають пройти суб'єкти ТІ, які надають окремі туристичні послуги, засобів стимулювання та державної підтримки, на які можуть розраховувати суб'єкти ТІ, створюють правову невизначеність як серед надавачів послуг, так і туристів-споживачів. За таких обставин найбільш доречним слід визнати прийняття окремого Закону України «Про розвиток туризму», у якому мають бути визначені цілі, завдання та принципи розвитку МВТ, ВТ та виїзного туризму як складного міжгалузевого соціально-економічного комплексу та визначено перелік засобів державного регулювання господарської діяльності у сфері туризму залежно від обраного напрямку. Слід також прийняти до уваги думку М.В. Семенової, яка вважає за необхідне визначити механізм стимулюючих засобів впливу щодо актуальних напрямів туризму («пріоритетний туризм»), які мають бути у спеціальному законі та у ПКУ [59, с.27].

Між тим на думку О.В. Голіної, остаточний висновок про те, до якого сегмента сфери послуг повинні застосовуватися переважно імперативні чи диспозитивні методи впливу можна зробити лише на підставі детального аналізу фактичного стану розвитку відносин у межах того чи іншого ринку послуг [46, с.53].

Найважливішою умовою вирішення сучасних економічних проблем є гармонійне поєднання приватних і публічних інтересів, тобто, кожний учасник господарських відносин, досягаючи свого власного інтересу, має досягати й інтересу тієї чи іншої громади, суспільства в цілому. Усвідомлений суспільний інтерес повинен бути метою діяльності держави

[71, с.34]. МВТ та ВТ забезпечують сталий розвиток туристичної інфра та супраструктури, а відтак ТІ України у цілому, яка безумовно є категорією макроекономічного рівня. На нашу думку, пріоритетним напрямом державного регулювання у цій сфері повинно бути забезпечення реалізації, насамперед, публічних інтересів, але з урахуванням інтересів безпосередніх учасників господарських відносин в ТІ України на мікроекономічному рівні, тобто приватних, які будуються на відповідних договірних засадах.

Викладене дає підстави вважати, що саме імперативне регулювання, поєднане із застосуванням засобів стимулюючого впливу на господарську діяльність суб'єктів ТІ, може стати найбільш ефективним методом розв'язання проблем, пов'язаних з розвитком вітчизняної ТІ. Для підтвердження цього висновку звернемось до аналізу діючої системи засобів державного регулювання та стимулювання господарської діяльності суб'єктів ТІ України.

Одним з основних засобів регулюючого впливу держави на діяльність суб'єктів ТІ є стандартизація. На державному рівні створення стандартів і процес стандартизації регулюється Законом України «Про стандартизацію» від 05.06.2014 р. № 1315–VII [119] та низкою нормативно-правових актів, які встановлюють правові та організаційні засади стандартизації в Україні для забезпечення єдиної технічної політики у цій сфері. Питання щодо обсягу стандартних вимог, яких повинні дотримуватися суб'єкти ТІ України, наразі є вкрай актуальними.

Так, стандартизації підлягають усі об'єкти туристичної індустрії: готелі та інші засоби розміщення, засоби транспорту, об'єкти громадського харчування, культурно-розважальні заклади, об'єкти пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого призначення, а також діяльність усіх туристичних організацій.

В Україні перші національні стандарти в сфері туризму почали впроваджуватись з 2003 року. Насьогодні це біля тридцяти стандартів. Необхідність і достовірність оцінки якості туристичного продукту

посилюються в міру все більшого залучення країни у міжнародний туристичний ринок. У зв'язку з цим, Україною у 2016-2017 роках прийнято 14 національних стандартів, гармонізованих з міжнародними та європейськими [93, с.148-149].

Наразі основними стандартами у галузі туризму є:

Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.1-95 «Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги. Проектування туристичних послуг»;

Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.2-95 «Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги. Загальні вимоги»;

Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.3-95 «Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги. Вимоги по забезпеченню безпеки туристів та екскурсантів»;

ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги»;

ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів»;

ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» та інші [59, с.54].

Правовою підставою дії на території України міждержавних стандартів галузі туризму є Постанова Верховної Ради України «Про порядок тимчасової дії на території України окремих актів законодавства Союзу РСР» від 12 вересня 1991 року. Відповідно до неї тимчасовий характер дії актів законодавства СРСР визначено як термін дії до прийняття відповідного національного законодавства. Ці стандарти дійсні дотепер, оскільки нових, таких, що відповідають сучасним тенденціям туристичної та екскурсійної діяльності, не запроваджено [6, с.285].

На нашу думку, законодавець необґрунтовано застосовує однакові стандарти для усіх суб'єктів ТП України, не враховуючи організаційної форми туризму, різновиду туристичних потоків, а, отже, ігноруючи особливості відповідних сегментів внутрішнього ринку ТП. З огляду на це, обґрунтованої видається позиція, що законодавець повинен диференціювати

відповідні стандарти в залежності від вищенаведених вихідних даних з урахуванням купівельної спроможності і специфіки відповідних туристичних потоків [110].

Процедурі стандартизації передуює процес встановлення факту належності тієї чи іншої послуги до групи, для якої розроблено відповідний стандарт. Це здійснюється на підставі національних класифікаторів (КВЕД) [59, с.54]. Тому, як і у випадку з об'єднанням в окремі групи суб'єктів вітчизняної ТП і окремою класифікацією їх економічної діяльності, доцільно для кожної такої групи встановити свої окремі стандарти. При цьому, групи повинні ділитися на підгрупи у залежності від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак. Проте така новація може бути реалізована тільки після ретельного аналізу об'єктивних статистичних даних.

Відповідність продукту або послуги визначеним стандартам здійснюється через проведення незалежної та неупередженої оцінки якості товарів та послуг.

Процес сертифікації туристичних послуг застосовується в усьому цивілізованому світі. Використання сертифікації створює передумови для успішного розв'язання ряду найважливіших соціальних та економічних проблем суспільства [93, с.149].

Сертифікація у галузі туризму здійснюється відповідно до Закону України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» від 15 січня 2015 р. №124 – VIII та інших нормативно-правових актів і поділяється на два види – обов'язкову і добровільну [67, с.164-165].

Для готелів та інших об'єктів, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), наразі формально передбачено добровільний порядок сертифікації послуг. Однією із основних проблем її застосування у туристичній галузі є вже згадувана однаковість підходів до різних організаційних форм туризму.

Особливістю господарської діяльності у системі ТІ України в останній час є вплив на неї таких негативних факторів як війни, теракти, природні та техногенні катастрофи, епідемії та пандемії, страйки, поява несумлінних компаній тощо. Усе це обумовлює використання спеціальних засобів захисту як прав споживачів, так і прав господарюючих суб'єктів ТІ України. У таких розвинутих туристичних державах як Франція, Італія, Іспанія, Туреччина, Єгипет та інших одним із таких засобів є ліцензування туристичної діяльності.

Закон України «Про туризм» визначає загальний порядок ліцензування туристичної діяльності [53], а вичерпний перелік кадрових, організаційних та технологічних вимог, обов'язкових для виконання ліцензіатами, які провадять туроператорську діяльність та вичерпний перелік документів, що додаються до заяви про отримання ліцензії, визначає Постанова КМУ від 11 листопада 2015 р. № 991, яка затверджує Ліцензійні умови провадження туроператорської діяльності в Україні [241]. Подібно до порядку стандартизації та сертифікації вельми лаконічними є положення згаданої постанови щодо порядку ліцензування туристичної діяльності, які встановлюють однакові умови для усіх туроператорів, що працюють на ринку України без урахування організаційної форми туризму, у сфері якої працює туроператор, та різновиду туристичних потоків.

Разом з тим, у міжнародній практиці значний досвід згаданого диференційованого підходу має Малайзія та Туреччина, у меншому ступені Російська Федерація, Франція та інші країни. Слід зауважити, що і Україна мала такий досвід, але, нажаль, поступово від нього відмовилася [121; 67, с.164-165]. Як слушно відзначає М.В. Семенова, одним з основних недоліків цих нормативних актів була відсутність поділу ліцензування різних видів послуг за окремими суб'єктами туристичної діяльності [59, с.46].

Як вже зазначалось, центральне місце в комплексі послуг, що надаються туристам під час подорожі, є розміщення, яке виступає невід'ємною частиною кожного туру. У різноманітті наявних засобів розміщення особливе

місце належить готельній індустрії. Готельна індустрія як вид економічної діяльності включає надання готельних послуг і організацію короткострокового мешкання в готелях, кемпінгах, мотелях, шкільних і студентських гуртожитках, будинках для приїжджих тощо [183, с.31-32].

Провідна міжнародна організація світової готельної індустрії, якою є Міжнародна готельна асоціація, у 1981 році прийняла Міжнародні готельні правила. Цей нормативний документ визначає основні принципи гостинності у взаємовідносинах споживача готельної послуги (туриста) і готелю, їх взаємні права та обов'язки, що впливають із договору на розміщення [50; 117, с.251].

У міжнародній практиці прийнята Стандартна класифікація засобів розміщення туристів, розроблена експертами COT [122, с.204].

Керуючись стандартною класифікацією засобів розміщення, можна виділити:

1) колективні засоби розміщення – підприємство, яке має єдиний апарат управління і постійно надає відвідувачам послуги з розміщення та проживання в номерах (кількість кімнат обов'язково повинно бути більше десяти);

2) індивідуальні засоби розміщення, до яких відносяться квартири, кімнати в квартирах, будинки, що здаються в оренду [102, с.34].

У різних країнах світу для позначення категорійності готелів та інших засобів розміщення застосовуються різні символи – від зірок у Франції і Росії до корон – в Англії. Спроби запровадження уніфікованої міжнародної класифікації готелів до теперішнього часу не увінчалися успіхом.

Однак, у 1989 р. Секретаріат COT розробив Рекомендації з міжрегіональної гармонізації критеріїв готельної класифікації на основі стандартів, прийнятих регіональними комісіями. Рекомендації визначають мінімальні вимоги до будівлі, номерів, якості готельного обладнання, енерго- і водопостачання, опалення, санітарії, безпеки і зв'язку, кухні, готельних послуг і обслуговуючому персоналу. Вища категорія готелю – категорія

«п'ять зірок». Засоби розміщення, що не відповідають вимогам до готелів категорії «одна зірка», можуть бути класифіковані як некатегорійні готелі [122, с.230-231]. Схожа категоризація об'єктів розміщення встановлена і в Україні.

Відповідно до положень ст. 19 Закону України «Про туризм» об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктів, призначеним для надання послуг з розміщення, закладам харчування, курортним закладам тощо) присвоюються категорії якості та рівня обслуговування. 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 КМУ.

Однак, наразі Кабінетом Міністрів України визначено види та категорії тільки готелів. Інші об'єкти туристичної інфраструктури залишилися поза його увагою. Тому Постанова КМУ від 3 липня 2013 р. № 470 «Про затвердження Порядку доведення до споживачів інформації про вид об'єкта туристичної інфраструктури та його категорію» [242] на даний час виконується лише частково.

Постановою КМУ від 29 липня 2009 р. № 803 затверджено Порядок встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)[105].

Пунктом 4 Порядку готелям встановлюються категорії зірок від однієї до п'яти. Іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), у тому числі мотелям, пансіонатам, будинкам відпочинку, туристичним базам, кемпінгам, категорія встановлюється за рівнем обслуговування в них (перший, другий, третій, четвертий та відповідно п'ятий рівні). Інформація про вид та категорію об'єкта туристичної інфраструктури розміщується МЕРТУ на його офіційному веб-сайті у Реєстрі свідоцтв про встановлення категорій об'єктам.

Згідно пункту 3¹згаданого Порядку, категорії готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), встановлюються за результатами добровільної сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання).

Разом з тим, Законом України «Про особливості провадження інвестиційної діяльності на території Автономної Республіки Крим» від 10 жовтня 2013 р. ст. 19 Закону України «Про туризм» було доповнено положенням такого змісту: «Забороняється надавати послуги з розміщення без наявності свідоцтва про встановлення відповідної категорії» [114].

Системний аналіз вищенаведених законодавчих актів призводить до висновків, що, по суті, через рік після скасування обов'язкової сертифікації готельних послуг законодавець фактично її повертає. При цьому законодавець застосовує категорію «послуги розміщення» замість «готельні послуги», що, безумовно, заплутує виконавців [128, с.30]. Подібний висновок зроблено і М.В. Семеновою, яка вказує, що хоча в Порядок і передбачає добровільну сертифікацію послуг, фактично вона є обов'язковою, тому що без її проведення неможливо отримати категорію, а без категорії надавати послуги з розміщення [59, с.57].

З огляду на це, слід погодитись зауваженнями А.В. Устінського стосовно хибності підходів законодавця до питань сертифікації готельних послуг. Посилаючись на роботу А.В. Тіхомірової, автор слушно наголошує, що в західному цивілізованому розумінні «добровільність» інтерпретується як необхідність, навіть обов'язковість постачальника добровільно покладати на себе відповідальність за виконання і навіть перевищення вимог, викладених в добровільних національних або відомчих стандартах на продукцію, процес або послугу [128, с.30].

Такий діловий підхід відмічають і інші автори, підкреслюючи, що у більшості країн попередня класифікація готелю є необхідною умовою при отриманні ліцензії на готельну діяльність. Слід мати на увазі, що багато готельних ланцюгів встановлюють свої, як правило, більш високі, ніж в

національних стандартах, вимоги [122, с.231; 137]. Кожен учасник цивілізованого ринку знає, що без виконання вимог чинних добровільних стандартів неможлива не тільки успішна діяльність, але й саме існування організації.

Продовжуючи свій аналіз, А.В. Устінський пропонує до вирішення питань добровільності сертифікації підходити диференційовано. З одного боку, автор відмічає, що виконавці готельних послуг об'єктивно зацікавлені в наданні послуг належного рівня, а сертифікація і присвоєння певної категорії підвищує їхній статус та привабливість. У той же час, слід мати на увазі, що малі готелі чи щойно відкриті обґрунтовано прагнуть зекономити кошти, почати отримувати прибуток і пізніше вирішити, чи необхідна їм «категорія».

Між тим деякі готелі на практиці зазначають певний рівень «зірковості» без проведення добровільної сертифікації. Проте, на думку дослідника, вона має вирішуватися не шляхом запровадження обов'язкової сертифікації для всіх, а забезпеченням належного контролю з боку уповноважених органів, застосуванням заходів відповідальності, в тому числі, шляхом застосування адміністративно-господарських санкцій. Адже обов'язкова сертифікація буде розглядатися виконавцем як необхідна умова заняття даним видом діяльності, а не як підтвердження відповідності готелю певному рівню. З огляду на зазначене, науковець пропонує викласти ч. 5 ст. 19 Закону України «Про туризм» у наступній редакції: «Використання виконавцем категорії готелю без проходження процедури сертифікації забороняється. Використання виконавцем категорії готелю без проходження процедури сертифікації є підставою для притягнення виконавця до відповідальності за надання недостовірної інформації» [128, с.30-31].

Такий підхід слід визнати обґрунтованим, оскільки завдяки йому новостворені засоби розміщення матимуть можливість знизити свої трансакційні витрати, а отже закріпитися у відповідному ринковому сегменті. Більш того, на нашу думку, на цьому не варто зупинятися. В контексті

розвитку вітчизняної ТІ, окрім введення відповідальності за використання виконавцем категорії готелю без проходження процедури сертифікації, доцільно запровадити деякі заходи, направлені на стимулювання ВТ та МВТ на туристичному ринку України.

Пріоритетні заходи щодо удосконалення процедури ліцензування та розмежування відповідальності у господарській діяльності основних суб'єктів ТІ України полягають у наступному.

Як показує практика, господарська діяльність засобів розміщення найчастіше, по суті, є туropolерейтингом у ринковому сегменті ВТ та МВТ. При цьому чим вище рівень такого засобу розміщення, тим більше послуг він надає споживачу, особливо у так званий «високий сезон». Практично усюди готелі або інші засоби розміщення, окрім послуг власне з розміщення, надають послуги з харчування, інші побутові послуги, організовують розважальні заходи (дискотеки і навіть екскурсії). Іншими словами, в наведених непоодиноких випадках має місце тіньовий туropolерейтинг.

На нашу думку, таку господарську діяльність недоцільно зупиняти за допомогою тільки заборонних засобів. Насамперед, за допомогою засобів регулюючого впливу держава повинна створити умови для її легалізації, удосконалення та стимулювання. Одним із таких засобів є поєднання процедури сертифікації готелю (або іншого засобу розміщення) і присвоєння йому відповідної категорії (або рівня) з одночасною видачею йому ліцензії на здійснення туropolераторської, турагентської та екскурсійної діяльності у ринковому сегменті ВТ та МВТ. Тобто, готель або інший засіб розміщення при присвоєнні йому певної категорії або рівня автоматично отримує ліцензію на здійснення туropolерейтингу у сфері ВТ та МВТ. При цьому, бланкам туристичних ваучерів необхідно повернути статус так званої «суворой звітності» і видаватися вони мають єдиним уповноваженим державним органом, до компетенції якого повинна входити сертифікація, присвоєння категорії (або рівня) та видача ліцензії на здійснення

туроператорської, турагентської та екскурсійної діяльності готелям та іншим засобам розміщення.

Вищенаведені заходи дозволять не тільки зменшити трансакційні витрати готелів і інших засобів розміщення і туроператорів на ринку ВТ та МВТ, а і легалізують здійснюваний ними тіньовий туроперейтинг, стимулюватимуть створення готелями певної категорії та засобами розміщення певного рівня спеціальних структурних підрозділів, діяльність яких буде направлена на розвиток туроперейтингу у ринковому сегменті ВТ та МВТ.

Збільшення попиту на ТП у кінці ХХ ст. серед людей середнього і нижче середнього статку ще більше диференціювало туристичний ринок, розрахований на людей з різним матеріальним становищем, різними інтересами, метою і вимогами до рівня сервісу. До цього періоду належить створення великих транснаціональних компаній з одночасним посиленням процесу монополізації ринку ТП [4, с. 20].

Відповідно до ч. 3 ст. 4 Закону України «Про захист економічної конкуренції» від 11 січня 2001 року № 2210-III [141] органи державної влади, до компетенції яких належить забезпечення державного регулювання та управління у відповідних галузях економіки, проводять моніторинг ринків цих галузей з метою аналізу та прогнозування їх розвитку.

З метою запобігання монополізації вітчизняного ринку ТП законодавець у Закону України «Про туризм» обмежив загальний розмір частки туроператора в статутних фондах інших туроператорів України, встановивши верхню межу у розмірі двадцяти відсотків їх статутних фондів [53, ч. 3 ст. 17].

Ще одним напрямом стимулюючого впливу на діяльність вітчизняного туроператора має стати зміна підходів до закріплення відповідальності туроператора. Так, ч. 12 ст. 20 Закону України «Про туризм» визначено, що туроператор несе перед туристом відповідальність за невиконання або

неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування, за винятком окремих випадків [53, ч. 12 ст. 20].

Верховний Суд України у витязі від 01 лютого 2013 року визначив, що відповідальність за невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування перед туристом несе туроператор незалежно від того, хто має надати чи надав ці послуги [197].

Із таким висновком не можна погодитись, оскільки він створює нерівні умови господарювання для туроператорів, які працюють у ринковому сегменті ВТ та МВТ, надаючи КТП, порівняно із окремими суб'єктами господарювання ТП, що є безпосередніми виконавцями/надавачами окремих послуг з турпакету. Подібна позиція не відповідає принципу належного виконання господарських зобов'язань та не сприяє дисциплінуванню суб'єктів господарювання у питаннях повного і своєчасного виконання своїх обов'язків перед контрагентом та вигодонабувачем за укладеним договором.

Як зазначалося вище, надання споживачеві КТП (турпродукту) не є посередництвом між безпосереднім постачальником ТП і споживачем. За своєю правовою природою це окрема специфічна послуга, яку надає виключно туроператор через визначення туристичних маршрутів та формування на них відповідних турпакетів, що супроводжуються укладанням договорів з безпосередніми постачальниками ТП на користь третіх осіб (туристів-споживачів КТП). Згідно умов таких договорів, за належне їх виконання всю повноту відповідальності перед туристом несе безпосередній «постачальник», а виконання такого договору за правилом, встановленим ч. 2 ст. 636 ЦКУ, може вимагати як туроператор, так і турист. На нашу думку, неможливість встановлення договором іншого правила має бути закріплена у ЦКУ.

Туроператор, який працює у сегменті ВТ та МВТ, повинен відповідати виключно за договором про надання КТП по організації подорожі і тільки за належне формування відповідного турпакету, який забезпечує переміщення туриста по обраному ним туристичному маршруту згідно його побажань.

Наступним важливим засобом державного регуляторного і стимулюючого впливу на господарську діяльність суб'єктів вітчизняної ТП є фінансове забезпечення відповідальності туроператорів і турагентів.

Відповідно до положень ст.15 Закону України «Про туризм» з метою забезпечення прав та законних інтересів громадян-споживачів ТП туроператор та турагент зобов'язані здійснити фінансове забезпечення своєї цивільної відповідальності (гарантією банку або іншої кредитної установи) перед туристами.

Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора має становити суму, еквівалентну не менше ніж 20 000 євро. Розмір фінансового забезпечення туроператора, який надає послуги виключно з ВТ і МВТ, має становити суму, еквівалентну не менше ніж 10 000 євро. Мінімальний розмір фінансового забезпечення турагента має становити суму, еквівалентну не менше ніж 2 000 євро [53, ст. 15].

Встановлюючи умови фінансового забезпечення відповідальності туроператорів і турагентів, які працюють на ринку України, законодавець, на наш погляд, припустився чергової помилки, застосовуючи однакові підходи до регулювання різних сегментів ринку ТП, у черговий раз проігнорувавши специфіку організаційної форми туризму, у сфері якої працюють туроператор і турагент. На нашу думку, і у цьому напрямку з метою захисту економічних інтересів вітчизняної ТП, а, отже, і інших галузей економіки для експортерів та імпортерів КТП законодавець повинен був передбачити різні режими правового регулювання їх господарської діяльності.

Як слушно зазначає М.В. Семенова, з метою диверсифікації способів забезпечення компенсації збитків туристам необхідно передбачити в законодавстві декілька діючих одночасно різновидів механізму компенсації: за рахунок надання гарантії банку або іншої кредитної установи, страхування відповідальності туроператора та турагента, або за рахунок створення спеціалізованих фондів [59, с.62].

Вдалий крок у цьому напрямку було зроблено у згаданому проекті Закону про внесення змін до Закону України "Про туризм" щодо удосконалення державної політики у сфері туризму (зареєстрований за № 8317 20 квітня 2018 р., відкликано 29 серпня 2019 року) [25]. Цей законопроект пропонував застосовувати вимоги до фінансового забезпечення лише до туроператорів з виїзного туризму, що дуже позитивно могло вплинути на розвиток вітчизняної ТІ і її пріоритетних напрямів, знявши значне грошове навантаження з туроператорів, що розвивають ВТ та МВТ. Крім того, замість банківської гарантії, у якості забезпечення було запропоновано використовувати страховку, більш чітко і детально було визначено саму процедуру надання та отримання забезпечення тощо.

Але з вищенаведених підстав підходи до страхування туристів при здійсненні туристичних поїздок також повинні бути різними. Згідно положень ч. 1 ст. 16 Закону України «Про туризм», 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 [53, ч.1 ст. 16].

Однак, слід зауважити, що право туриста самостійно укладати договори страхування не гарантує його реального страхового захисту. Таке правило, на наш погляд, дає можливість для зловживань з боку страховика як сильнішої сторони у відповідних правовідносинах. Тим більш, що законодавством не визначено, які саме події слід кваліфікувати як страховий випадок і яким має бути алгоритм дій у такому випадку - як з боку страховика, так і з боку страхувальника. Зазначені обставини сприяють виникненню суперечок, і, як наслідок, затягуванню виплат страхового відшкодування в обставинах, які не терплять зволікань.

Крім інтересів туристів-споживачів, страховому захисту підлягають також інтереси господарюючих суб'єктів ТІ України, що повністю відповідає

ч.4 ст.333 ГКУ, згідно якої страхуванням у сфері господарювання є діяльність, спрямована на покриття довготермінових та короткотермінових ризиків суб'єктів господарювання з використанням заощаджень через кредитно-фінансову систему або без такого використання.

Між тим і науковцями, і практиками неодноразово підкреслювались негативні риси вітчизняного ринку страхових послуг, серед яких недосконалість законодавства, яка викликає зловживання з боку страховиків і страхувальників, незахищеність споживачів страхових послуг [59, с.63].

На нашу думку, вирішенню проблем, пов'язаних зі страхуванням ризиків, які виникають у процесі здійснення господарської діяльності суб'єктами ТП України, сприятиме створення окремої централізованої структури - пулу страховиків, яка б керувала відповідними процесами і виступала б гарантом виконання страхових зобов'язань з урахуванням особливостей окремих сегментів ринку ТП. Подібне організаційно-правове рішення створює переваги як для туроператора, оскільки дозволить йому істотно знизити трансакційні витрати, так і для туриста, оскільки надасть йому можливість швидше і простіше отримати компенсацію за шкоду, спричинену порушенням його прав як споживача туристичної послуги. При цьому під пулом страховиків слід розуміти об'єднання страховиків, яке діє на підставі статуту і набуває прав юридичної особи після її державної реєстрації.

Відповідно до чинних положень Закону України «Про страхування» (ст. 13) страховики можуть утворювати спілки, асоціації та інші об'єднання для координації своєї діяльності, захисту інтересів своїх членів та здійснення спільних програм, якщо їх утворення не суперечить законодавству України. Зокрема, у ст. 13 законодавець передбачив для страховиків, яким дозволено займатися страхуванням авіаційних ризиків, та для страховиків, яким дозволено займатися страхуванням морських ризиків, можливість створення Авіаційного страхового бюро та Морського страхового бюро, які мають бути юридичними особами, що утримуються за рахунок коштів страховиків. Для

страховиків, які мають дозвіл на страхування відповідальності операторів ядерних установок за шкоду, що може бути заподіяна внаслідок ядерного інциденту, законодавець передбачив обов'язок щодо утворення ядерного страхового пулу, який має бути юридичною особою, що утримується за рахунок коштів страховиків. Подібним чином, страховики, які мають ліцензію на здійснення страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою, зобов'язані утворити Аграрний страховий пул.

З огляду на зазначене, з метою ефективного захисту інтересів господарюючих суб'єктів вітчизняної ТІ та споживачів її ТП, доцільним є створення організації, правовий статус якої, за аналогією з правовим статусом Моторного (транспортного) страхового бюро України (МТСБУ), передбачав би здійснення єдиним об'єднанням страховиків обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності перед споживачами виключно тих туроператорів та турагентів, які працюють в ринковому сегменті ВТ та МВТ. Такому пулу можна дати назву за функціональним призначенням: «Туристичне страхове бюро України» або «ТСБУ».

Як видається, така норма повинна замінити нині діюче правило ст. 15 Закону України «Про туризм», яка зобов'язує туроператорів, які працюють в ринковому сегменті ВТ та МВТ, мати фінансове забезпечення своєї діяльності на суму еквівалентну не менше ніж 10000 євро. Мінімальний розмір фінансового забезпечення турагента незалежно від організаційної форми туризму зараз має становити суму, еквівалентну не менше ніж 2000 євро.

Таким чином, запропоновані заходи дозволять туроператорам та турагентам суттєво знизити трансакційні витрати, а отже і вартість ТП, які надають суб'єкти вітчизняної ТІ, стане нижчою, а відтак більш конкурентною у порівнянні із ТП, які надають господарюючі суб'єкти зарубіжних ТІ.

Крім того, за аналогією з положеннями, які відносяться до правового статусу МТСБУ, участь страховиків у ТСБУ також доцільно зробити умовою

провадження діяльності щодо обов'язкового страхування інших ризиків, пов'язаних з організацією та здійсненням туристичних подорожей, зокрема обов'язкового страхування туристів (медичного та від нещасних випадків), а також господарської відповідальності туроператорів, які працюють в ринковому сегменті ВТ та МВТ перед безпосередніми «постачальниками» ТП.

Визначаючи особливості та основні напрями удосконалення концепції бухгалтерського та податкового обліку КТП, а також порядку оподаткування господарської діяльності туроператора та інших суб'єктів ТІ України, слід відзначити наступне.

Суб'єктами ведення бухгалтерського обліку у туристичній індустрії виступають різні туристичні організації, а також підприємства готельного господарства. Бухгалтерський облік діяльності туроператора та турагента здійснюється згідно із Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [133]. Бухгалтерський облік витрат туристичного підприємства здійснюється у відповідності з «Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку» 16 «Витрати», який затверджено Наказом Міністерства фінансів України 31 грудня 1999 року №318 [134].

НП(С)БО 16 «Витрати», згідно з п. 6 якого «...витратами звітного періоду визнаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені...».

Під час організації бухгалтерського обліку доходів туристичні підприємства використовують норми НП(С)БО 15 «Дохід», який затверджено Наказом Міністерства фінансів України 29 листопада 1999 року №290 [243], згідно п. 5 якого "...дохід визнається під час збільшення активу або зменшення зобов'язання, що зумовлює зростання власного капіталу (за

винятком зростання капіталу за рахунок внесків учасників підприємства), за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визначена...".

У вітчизняній практиці обліку доходів туроператора Т.В. Момонт виділяє два методи визначення дати визнання доходу туроператора. Перший передбачає виникнення доходу на дату надходження коштів на поточний рахунок або до каси туроператора як оплата за турпродукт (КТП). Більш вірним вважають другий підхід, згідно з яким дохід визначається за датою закінчення туру [37].

При удосконаленні концепції обліку витрат та доходів туроператора потрібно враховувати низку факторів. Зокрема, структуру КТП (турпродукту), договірні умови його формування та реалізації, організаційно-виробничу структуру підприємства, інші фактори, а головне – організаційну форму туризму, у межах якої туроператор здійснює господарську діяльність, тобто формувати підходи вказаної концепції у залежності від того чи здійснює туроператор експорт КТП або імпортує її на територію України [72].

На практиці, в основному, застосовується другий метод визначення обліку доходів туроператора, оскільки, як вже неодноразово наголошувалось, туристичний продукт є послугами, а точніше КТП, тому в бухгалтерському обліку їх обліковують за правилами, встановленими для послуг. Таким чином, з метою визначення собівартості КТП, туроператор враховує витрати за Дт 23 «Виробництво», а у цілому дохід і витрати визначаються відповідно у «Дохід» НП(С)БО 15 і НП(С)БО 16 «Витрати».

У своїй діяльності туроператори здебільшого використовують передоплату, яка згідно п.п. 6.3 п.6 НП(С)БО 15 «Дохід» дохід туроператора не збільшує. При цьому, дохід (Кт 703) туроператор визнає або за кожним укладеним договором про надання КТП, або за фактом надання КТП з урахуванням ступеня завершеності операції згідно з п.10 НП(С)БО 15.

Отже, туроператор формує дохід на дату завершення туру і отримання усіх послуг, передбачених турпаке­том, виходячи із того, що турпродукт є послугою, яка споживається у процесі її надання [45, с.39].

Щодо податкового обліку прибутку туроператора, то з урахуванням положень п.п.134.1.1. ст.134 ПКУ визначальним є фінансовий результат даних бухгалтерського обліку, тобто доходи і витрати туроператора формують його на загальних підставах, незалежно від того, чи здійснює він експорт КТП, чи імпорт, або він працює у сфері інсайдингу [78].

Оскільки, як було доведено у попередньому розділі, процес формування туроператором КТП по організації подорожі на базі вітчизняної ТП є окремою специфічною послугою, що не є посередницькою діяльністю, то за нашим переконанням, вона повинна обліковуватися і відповідно оподатковуватися за першим методом. Тобто виникнення доходу доцільно визначати на дату надходження коштів на поточний рахунок або до каси туроператора як оплату за надання КТП (турпродукту). Іншими словами, туроператор, укладаючи договори з безпосередніми «постачальниками» послуг і об'єднуючи їх у турпакет, який забезпечує належне переміщення споживача за обраним ним туристичним маршрутом, тим самим надає йому КТП. У цілому і законодавець погоджується з таким підходом, визначаючи з метою оподаткування туристичний продукт як єдину ТП (п.207.1 ст.207 ПКУ).

Отже, моментом початку надання туроператором КТП (відтак, і моментом початку споживання послуги) слід вважати початок узгодження ним зі споживачем кількості та об'єму послуг, які складають турпакет. Моментом закінчення надання КТП (а, відтак, і моментом закінчення її споживання) слід вважати дату підписання споживачем і туроператором договору про надання КТП (станом на сьогодні: «договір на туристичне обслуговування»). За таких умов датою виникнення доходу туроператора визнається дата надходження коштів від споживача за умов передоплати, а прибуток визначається як різниця між сукупною вартістю послуг, які входять у турпакет, і вартістю КТП за договором про її надання.

Слід зауважити, що удосконалення потребують не тільки підходи до обліку витрат та доходів туроператора, а і концепція оподаткування господарської діяльності туроператора, при формуванні якої також повинен враховуватись головний фактор - організаційна форма туризму, у межах якої туроператор здійснює господарську діяльність (тобто, здійснює він експорт КТП або імпортує її на територію України).

З точки зору оподаткування законодавець не визначає ніяких відмінностей між експортом та імпортом КТП. Згідно п. 207.2 ст. 207 ПКУ, базою оподаткування в разі проведення операцій з постачання туристичним оператором туристичного продукту (туристичної послуги), призначеного для його споживання (отримання) на території України (тобто, експорт КТП), є винагорода, яка визначається як різниця між вартістю поставленого ним туристичного продукту (туристичної послуги) та вартістю витрат, понесених таким туристичним оператором внаслідок придбання (створення) такого туристичного продукту (туристичної послуги).

Згідно п. 207.3 ст. 207 ПКУ базою оподаткування у разі проведення операцій з постачання на території України туристичним оператором туристичного продукту (туристичної послуги), призначеного для його споживання (отримання) за межами території України (тобто імпорт КТП), є винагорода, яка визначається як різниця між вартістю поставленого ним туристичного продукту (туристичної послуги) та вартістю витрат, понесених таким туристичним оператором внаслідок придбання (створення) такого туристичного продукту (туристичної послуги).

При цьому при оподаткуванні прибутку туроператора з урахуванням положень п.п.134.1.1. ст.134 ПКУ також визначальним є фінансовий результат даних бухгалтерського обліку, тобто доходи і витрати туроператора формують його на загальних підставах незалежно від організаційної форми туризму.

Слід зауважити, що при обкладенні ПДВ, порядок якого здійснюється також на підставі спеціальної «туристичної» статті 207 ПКУ, незалежно від

організаційної форми туризму («на території України» (інсайдінг/інкамінг) або «за межами України» (аутгоуінг) для туроператора порядок ПДВ-оподаткування однаковий, тобто базою оподаткування в усіх сегментах є винагорода. Остання, як вже наголошувалось, визначається як різниця між вартістю єдиної туристичної послуги і витратами, понесеними внаслідок її придбання (створення).

Як видається, туроператора, який повністю виконав свої зобов'язання за договором про надання КТП по організації подорожі (на базі вітчизняної КТП) доцільно повністю звільнити від сплати будь-яких податків і зборів за умов цільового витрачання частки вивільнених коштів на розвиток використаних при укладенні договору туристичних ресурсів. При цьому слід враховувати ефект мультиплікатора, про який мова йшла раніше, і який дозволяє залучати кошти не тільки на підтримку та розвиток ТІ, а і на підтримку та розвиток туристичної супраструктури.

Повністю від оподаткування на тих самих умовах слід звільнити і безпосередніх «постачальників» послуг, які увійшли до турпакету такого туроператора, але у цьому випадку слід використовувати другий підхід визначення дати визнання доходу, згідно з яким дохід визнається після надання відповідної послуги.

Таким чином, при спробах удосконалення концепції обліку витрат та доходів туроператора, а також порядку оподаткування господарської діяльності туроператора, слід виходити з необхідності диференційованого підходу до питань визначення доходу туроператорів, тобто для ВТ і МВТ доцільно застосовувати концепцію, в основу якої слід покласти перший метод обліку, та, виходячи з цього, розробити відповідні принципи оподаткування, а для виїзного туризму слід використовувати другий метод, який застосовується сьогодні для усіх організаційних форм туризму.

Запропоновані підходи до удосконалення засобів державного регулювання і стимулювання діяльності суб'єктів господарювання вітчизняної ТІ дозволять ефективно розвивати вітчизняну ТІ за рахунок

надання адресних преференцій її окремим елементам, зокрема, туроператорам, які надають КТП, сформовану на базі вітчизняної ТІ, а також безпосереднім «постачальникам» послуг, які є складовими турпакета, створеного таким туроператором. З метою упорядкування та належного правового забезпечення застосування стимулюючих засобів впливу на суб'єктів ТІ пропонується закріпити та конкретизувати ці засоби в окремому законі про розвиток індустрії туризму України.

3.2. Державна підтримка та державно-приватне партнерство у сфері туризму.

Значення туризму для економіки країн важко переоцінити, оскільки окрім прибуткових надходжень, він стимулює регіональний розвиток, сприяє створенню нових робочих місць, забезпечує відчутний прогрес у всіх сферах суспільного життя. Проте, для того, щоб індустрія подорожей забезпечувала реальний прибуток, їй потрібна державна підтримка, направлена на запровадження інвестиційних проєктів у сучасну туристичну інфраструктуру, просування вітчизняних КТП за кордон, підготовку фіхівців тощо.

МВТ як вид підприємницької діяльності є найскладнішим серед усіх видів туризму з точки зору організації, але, водночас, і найбільш соціально значимим для країни та регіону, що приймає гостей [88, с.101]. Розвиток МВТ значним чином впливає на загальний стан ТІ країни. За розрахунками фахівців її можна вважати ефективною тоді, коли обсяги МВТ значно перевищують обсяги виїзного туризму. У зв'язку з цим виникає потреба активізації зусиль на розвиткові інкамінгу.

Інкамінг (з англ. incoming) – це туроперейтинг у сфері МВТ, тобто господарська діяльність туроператора, спрямована на створення пакетів ТІ підприємствами, що працюють на території приймаючої дестинації. Ну думку багатьох вчених, саме інкамінг є для влади найбільш пріоритетним

напрямок туropolерейтинга, оскільки від його розвитку безпосередньо залежить обсяг валютних надходжень в економіку країни-реципієнта, ситуація на ринку робочої сили, рівень розвитку інфраструктури. Економічну залежність від інкамінга відчують на собі практично всі відомі світові курорти або держави з відкритою туристичною економікою [201, с.13].

Характерними рисами інкамінгу як виду туристичної діяльності також є:

- орієнтація на іноземних споживачів, що викликає низку труднощів, пов'язаних з маркетинговими дослідженнями, просуванням національного турпродукту, його ціноутворенням і реалізацією;
- необхідність використання послуг тільки національних постачальників, рівень якості яких відповідає міжнародним діючим стандартам (перш за все це стосується засобів розташування);
- власна нормативно-правова база діяльності (у тому числі, спеціалізовані правові акти щодо порядку реєстрації, ліцензування, сертифікації, забезпечення страхування тощо);
- необхідність ратифікації численних наднаціональних правових актів і міждержавних угод з метою поглиблення туристичних взаємовідносин України з іноземними державами [88, с.8-9].

Важливою рисою інкамінгу також є те, що суб'єкти господарювання вітчизняної ТП можуть розраховувати на підтримку влади своєї країни, яка також зацікавлена в збільшенні обсягів МВТ.

Однією із форм світового туризму також є внутрішній туризм (інсайдінг), який, на відміну від міжнародного, охоплює подорожі жителів країни її територією. Тобто внутрішній туризм - це міграційні потоки людей у межах країни постійного місця проживання з туристичними цілями [201, с.181-183, 187-189].

Інсайдінг – різновид туropolерейтинга, який планує, просуває і реалізує внутрішню КТП, тобто тури по території своєї країни для своїх співгромадян. Інсайд-туropolерейтинг базується на туристичному потенціалі своєї країни і орієнтований на задоволення туристичних потреб своїх співгромадян.

Відмінними рисами інсайдингу можна назвати максимально недорогу інформованість оператора як про переваги окремих категорій своїх громадян – потенційних туристів, так і про можливості вітчизняного туристичного потенціалу [201].

Насьогодні (особливо в умовах пандемії та обмеження можливості вільного виїзду за кордон з туристичною метою – курсив А.Л.) саме ВТ є пріоритетом розвитку національного туристичного ринку, так як не тільки не сприяє відтоку грошових коштів з економіки країни, але і є фактором, що стабілізує ринок робочої сили, є роботодавцем власної ТІ (готелі, дороги, транспортні підприємства, ресторани, дозвільні заклади і т.д.), збільшує розміри капіталовкладень в національні підприємства сфери туризму, призводить до вирівнювання рівнів життя в регіонах країни, що сприяє зняттю соціальної напруги і ліквідує сепаратистські тенденції.

Як показала глобальна криза світового туризму, пов'язана з пандемією COVID-19, коронавірус обвалив міжнародний туризм: за останніми даними ООН прогнозує скорочення галузі на 70%. У туристичній сфері може зникнути половина робочих місць [171].

За підрахунками ЮНВТО, загалом скасувалось майже 440 млн. міжнародних поїздок, внаслідок чого світова туріндустрія втратила 460 млрд. доларів. Це приблизно вп'ятеро більше, ніж збитки, завдані міжнародного туризму 2009 року в умовах глобальної економічної кризи. Найбільше від обмежень постраждала Азія, там потік туристів за 6 місяців скоротився на 72%. У Європі він впав на 66%, в Африці і на Близькому Сході – на 57%, а в Америці на 55%. В організації висувають обережні надії, що з появою вакцини і лікування хвороби, можливі позитивні сценарії прогнозів на 2021 рік [172].

За повідомленням Державної агенції розвитку туризму, криза завдала мільярдні збитки і туризму в Україні: 60 мільярдів гривень втратила туристична галузь України через коронакризу [173].

Слід зауважити, що найбільш від кризи постраждали країни, в яких сегмент ВТ через різні причини був розвинений менш за все, тому Україна повинна зробити слушні висновки з цього сумного досвіду і, використовуючи свої унікальні географічні переваги, демографічні можливості і туристичні ресурси, зробити розвиток ВТ найголовнішим напрямком розвитку всієї ТІ України, її стабілізаційним фактором як системи, гарантом її сталого довгострокового розвитку на майбутнє.

Звертаючи увагу на значне перевищення експорту туристичних послуг над імпортом, низка російських авторів (В.В. Романов, Д.І. Єлканова, Є.В. Сорокіна, Д.А. Осіпов) відзначають, що російські туристичні компанії залучають клієнтів для відпочинку за кордоном, тим самим розвиваючи попит на товари і послуги індустрії гостинності зарубіжних підприємств. Слід констатувати подібну ситуацію і у вітчизняній ТІ.

У зв'язку з посиленням конкуренції і необхідністю генерування нових ідей по залученню та утриманню клієнтів, згадані автори відзначають особливості світової тенденції вдосконалення управління туристичним бізнесом, практичне застосування пропонованої маркетингової концепції може бути досить корисною у справі розвитку ТІ України.

Суть даної системи поглядів полягає в понятті «індустрія гостинності», спрямованої на створення позитивної програми по залученню туристів, відпочиваючих, мандрівників на відміну від індустрії туризму, пов'язаної з наданням послуг з відправлення туристів в різні країни або міста. Інакше кажучи, поняття «індустрія гостинності» відноситься насамперед до МВТ і ВТ.

Проаналізувавши думки різних дослідників, російські автори дійшли висновку, що закордонна система індустрії гостинності включає в себе господарську діяльність підприємств розміщення, громадського харчування, транспортного та культурно-розважального сектора. При цьому в рамках даної маркетингової концепції більшість фірм займається розробкою програм для залучення уваги клієнтів, що може здійснюватися двома способами –

шляхом цінової диференціації та за системою натуральної винагороди клієнтів. Зазначені способи характеризуються досить великим впливом на розвиток інфраструктури готельного бізнесу.

Цінова диференціація – це сегментація ринку, яка заснована на еластичності індивідуального попиту за ціною. Іншими словами, дане поняття можна охарактеризувати як використання спеціальних цінових надбавок або знижок з метою залучення клієнтів, для яких ціна має вирішальне значення. При цьому слід зазначити, що в індустрії гостинності широко використовується маніпулювання цінами. Підприємства розробляють програми і системи диференційованого ціноутворення, щоб залучити клієнтів. Так, у кожного готелю є своя багаторівнева система цін з урахуванням різних груп клієнтів.

Ще одна система, широко використовувана в індустрії гостинності, це система натуральної винагороди клієнтів. Її метою є стимулювання гостей на придбання товарів або послуг в конкретній формі (тобто стимулювання неодноразово згадуваного мультиплікативного ефекту). Подібні придбання зараховуються як своєрідні бонусні очки, які згодом дають клієнту право на отримання пільг і знижок [102, с.6-8].

Слід підкреслити, що забезпечення впровадження подібної системи пільг та знижок для клієнтів уявляється можливим через попереднє впровадження державою та органами місцевого самоврядування різного роду пільг та преференцій для усіх суб'єктів вітчизняної ТІ, які працюють у ринковому сегменті МВТ та ВТ. При цьому спільною метою цивільно- та господарсько-правової політики регулювання повинно бути створення умов для економічно-ефективного обміну (господарювання) з урахуванням єдиного конкретного (утилітаристського) критерію – суспільної економічної ефективності (оптимального для суспільства розподілу ресурсів при мінімальних трансакційних витратах) [81, с.243].

Досвід різних країн показує, що успіх розвитку туризму прямо залежить від того як на державному рівні сприймається ця галузь, наскільки вона

користується державною підтримкою [67, с.15]. Оскільки туризм безпосередньо або опосередковано, через споживання КТП, здійснює стимулюючий вплив на розвиток інших видів економічної діяльності, сприяє росту місцевої економіки, створенню додаткових робочих місць, переваги від запроваджувальних заходів державної підтримки для суб'єктів господарювання у сфері ТІ та суміжних галузей виглядають безперечними. Одночасно, як і в будь-якій іншій галузі економіки, у межах якої здійснюється експорт/імпорт товарів, робіт і послуг, застосування засобів прямої державної підтримки визнається недопустимим. Подібні правила встановлюються різними торговельними угодами між країнами, а для України наразі – і Угодою про асоціацію з ЄС. Одночасно, використання засобів непрямой державної підтримки допускається лише за умови, що вони не обмежують конкуренцію та не створюють неправомірних переваг для реципієнтів.

У Законі України «Про туризм» однією з цілей державного регулювання в галузі туризму проголошується підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності (ст. 6), а на КМУ покладено обов'язок формулювання пропозицій щодо обсягів бюджетних коштів для фінансової підтримки проектів і програм з розвитку туризму (ст. 9). Однак переліку конкретних форм та видів державної підтримки туристичної діяльності Закон не містить.

Згідно з Концепцією Загальнодержавної програми розвитку малого і середнього підприємництва на 2014–2024 роки, схваленою Розпорядженням КМУ від 28 серпня 2013 року № 641-р (наразі втратила чинність) [213], проблеми розвитку малого і середнього підприємництва передбачалось розв'язати шляхом надання підтримки інноваційно-орієнтованим суб'єктам малого і середнього підприємництва, в тому числі в результаті розроблення і виконання програм інтеграції суб'єктів малого і середнього підприємництва в національні та міжнародні інноваційні і технологічні кластери; сприяння розвитку інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва, в

тому числі у результаті: визначення на законодавчому рівні понять «бізнес-центр», «бізнес-інкубатор», «кластеризація», «субконтрактація» [213].

У Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року відзначено, що для досягнення цілей Стратегії у рамках визначених пріоритетних напрямів необхідно забезпечити ефективну взаємодію правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів державного регулювання розвитку сфери туризму та курортів. Економічний механізм, серед іншого, передбачає «надання підтримки вітчизняному виробнику туристичної продукції». Проте конкретних форм і видів державної підтримки суб'єктів ТІ документ не закріплює.

Одним із способів впровадження подібних заходів є застосування положень Закону України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» від 1 липня 2014 року № 1555-VII [167]. Згідно ст. 4 Закону державна допомога може реалізовуватися, зокрема, у таких формах: надання субсидій, грантів, дотацій, податкових пільг, відстрочення або розстрочення сплати податків, зборів чи інших обов'язкових платежів, списання боргів, штрафних санкцій, компенсація збитків, надання гарантій, кредитів на пільгових умовах, обслуговування кредитів за пільговими тарифами, зменшення фінансових зобов'язань перед фондами загальнообов'язкового державного соціального страхування та інші. Вказані форми державної підтримки повинні на практиці застосовуватись до суб'єктів вітчизняної ТІ.

Правове регулювання застосування засобів державної підтримки малого і середнього підприємництва в Україні передбачено Законом України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні». Відповідно до ч. 2 ст. 15 цього Закону державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва та об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва включає фінансову, інформаційну, консультаційну підтримку, у тому числі підтримку у сфері інновацій, науки і промислового виробництва, підтримку суб'єктів малого і середнього підприємництва, що провадять експортну діяльність, підтримку у

сфері підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації управлінських кадрів та кадрів ведення бізнесу [244].

У Законі України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» законодавець особливу увагу приділяє державній підтримки суб'єктів малого і середнього підприємництва, що провадять експортну діяльність (ст. 21), а індустрія подорожей і туризму є головним експортним сектором та джерелом надходження іноземної валюти у багатьох країнах світу. З огляду на це та з урахуванням положень згаданого Закону, можна зробити висновок, що державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва у туристичному сегменті може здійснюватися зокрема шляхом:

1) сприяння просуванню на ринку іноземних держав вітчизняної КТП (турпродукту) через впровадження поетапного комплексу заходів і дій у сегменті потенційного та реального вітчизняного споживчого ринку КТП, який здійснюється суб'єктами вітчизняної ТП з метою активізації попиту на ТП суб'єктів туристичної галузі України. Просування вітчизняної КТП може здійснювати за допомогою маркетингових кампаній, а саме: створення спеціалізованих сервісів (туристично-інформаційних центрів), бізнес-інкубаторів, центрів трансферу технологій, стимулювання збуту КТП через рекламні pr-засоби, участі у туристично-виставкових заходах, створення туристичних інтернет-сайтів і різноманітних онлайн-платформ, розповсюдження інформації на електронних носіях, а також інші заходи інформаційного впливу на реального чи потенційного замовника або споживача ТП, створених на базі вітчизняної ТІ.

Слід зауважити, що і світовий досвід підтверджує проведення численних спільних проектів пропаганди міжнародного туризму, що фінансувалися за рахунок об'єднаних бюджетів туроператорів і держав або регіонів-реципієнтів. У даний час уряди окремих держав (Іспанія, Португалія, Туреччина, Єгипет і т.д.) повністю фінансують рекламні акції, спрямовані на

збільшення власного МВТ в перспективних країнах-донорах (до яких відноситься і Україна) [199, с.14];

2) співпраці з міжнародними організаціями та іноземними державами у сфері розвитку малого і середнього підприємництва у сфері туризму. Розвиток цього напрямку державної підтримки видається можливим шляхом розвитку системи гарантій консолідованої фінансової відповідальності вітчизняних та іноземних туроператорів через заснування спеціальних фондів підтримки і розвитку туризму та/або окремих фінансових установ (зокрема, банків та страхових організацій).

Залучення вітчизняних туроператорів у глобальні туристичні проекти залежить від активної ролі держави у питаннях співпраці з іноземними країнами. У якості прикладу можна навести реалізацію ініціативи Китаю зі спільного будівництва «Економічного поясу Шовкового шляху» і «Морського Шовкового шляху XXI століття» усіма державами світу, які побажають до неї приєднатися. Як зазначає В.О. Кіктенко, «Один пояс, один шлях» – це найбільший гео економічний проект в історії людства, спрямований на створення і зміцнення багатонаціональних зв'язків, на посилення інтенсивності економічних, культурних і політичних обмінів. У найближчі десять років ця ініціатива Китаю залишатиметься найбільшим макроекономічним проектом у світі. Приблизно \$350 млрд. заплановано Китаєм на конкретні проекти в рамках ініціативи до 2022 року. Завершення проекту «Один пояс, один шлях» заплановане на 2049 рік (до 100-річчя утворення КНР), що має призвести до консолідації величезного Європейсько-Азіатського простору і частини Африки – це 65 країн, в яких проживає понад 4 млрд. осіб.

За висновком китайських експертів: «Україна – це «східні ворота», які ведуть до Європи. Країна має все необхідне, щоб стати транспортним вузлом між Європою та Азією: надзвичайно велику територію, багаті природні ресурси, а також сильну базу людських ресурсів, іншими словами, має надзвичайно великий потенціал для розвитку. Спільна побудова «Одного

поясу, одного шляху» Китаєм та Україною має міцний фундамент та широкі перспективи, проте необхідно всіма силами розкривати потенціал ділового співробітництва».

У контексті реалізації вищенаведеного проекту вельми цікавим виглядає аналіз і висновки українського експерта з питань туристичного бізнесу. О.О. Шаповалова зазначає, що за результатами 2017 р. в цілому світі було зафіксовано 1,32 млрд. туристів, а у 2030 р. за прогнозами ЮНВТО їх буде 1,8 млрд. осіб, тобто більше на півмільярда. При цьому, кількість туристів – громадян КНР – вже сьогодні сягнула 145 млн. осіб, тобто приблизно 11% усіх мандрівників у глобальному масштабі. Що ж до прогнозів, то вони виглядають ще більш промовисто: до 2030 року Китай відправлятиме 390 млн. туристів. Це означає, що понад 50% зростання міжнародного туристичного трафіку впродовж наступних 12 років забезпечуватиметься за рахунок громадян КНР.

Мандрівники з Піднебесної є бажаними гостями у будь-якій країні світу. Чекають на них і в Україні, й ці очікування впродовж останніх років виправдовуються: кількість китайських туристів, які відвідали Україну за результатами 2017 року, на 51,5% перевищила кількість відвідувачів з КНР у 2016 році. Якщо ж порівнювати ці показники з 2015 роком, то зростання виглядатиме ще більш вражаюче: +132,5%. Цілком зрозуміло, що для збільшення кількості китайських туристів, які прибувають в Україну, хоча б у декілька разів необхідно залучати нові інфраструктурні та сервісні об'єкти: готелі, ресторани, екскурсійні бюро, транспортні компанії, музейні об'єкти, розважальні комплекси, а також, наприклад, об'єкти торгівлі, банківські установи та івент-компанії. Фактично український експерт передбачає співробітництво у формі приватно-державного партнерства, у якому з боку бізнесу могли б взяти участь як інкамингові туроператори, що організовують візити китайських туристів в Україну, так і компанії та інфраструктурні об'єкти, які забезпечують наземне обслуговування груп китайських туристів в Україні [234, с.77; 80; 112; с.122-123].

Окремо слід відзначити, що обрання Україною європейського напрямку співробітництва [77] та підписання Угоди про асоціацію з ЄС має поживати участь вітчизняних туроператорів і у туристичних проектах країн Європи;

3) утворення об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва, що сприяють експортній діяльності, зокрема шляхом надання фінансової підтримки (кредитування, гарантування, страхування експортних операцій, часткова компенсація частки відсоткових ставок за кредитами для провадження експортної діяльності, часткове покриття витрат суб'єктів малого і середнього підприємництва, пов'язаних із здійсненням маркетингових заходів на зовнішньому ринку, вивченням кон'юнктури зовнішнього ринку, пошуком партнерів, просуванням товарів на нові ринки, участю у виставково-ярмарковій діяльності за кордоном, відрядженням спеціалістів для вивчення ринків іноземних держав, підготовкою, перепідготовкою та підвищенням кваліфікації персоналу суб'єктів малого і середнього підприємництва з питань експортної діяльності) (п.3 ч. 1 ст. 21 Закону). Такий вид підтримки, серед іншого, наразі є актуальним для таких перспективних видів туризму як круїзний та залізничний туризм.

Відзначимо, що до об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва законодавець відносить бізнес-центри, бізнес-інкубатори, інноваційні бізнес-інкубатори, науково-технологічні центри, центри трансферу технологій, фонди підтримки малого підприємництва, лізингові компанії, консультативні центри, інші підприємства, установи та організації. Згадані організації сприяють належному правовому консультуванню суб'єктів, що мають намір зайнятись туроператорською діяльністю, в питаннях заснування, легалізації, юридичного супроводу туристичної господарської діяльності тощо;

4) сприяння участі суб'єктів малого і середнього підприємництва у виставково-ярмарковій діяльності за кордоном для представлення продукції вітчизняного виробництва (послуг), у тому числі шляхом часткової

компенсації витрат на участь вітчизняних суб'єктів ТІ у таких заходах, надання виставкових площ тощо;

5) сприяння поширенню за кордоном інформації про потенційні можливості вітчизняного малого і середнього підприємництва та забезпеченню доступу до іноземних інформаційних мереж для пошуку ділових партнерів. Подібний вид державної підтримки, як вбачається, може бути реалізовано, серед іншого, шляхом сприяння участі малого і середнього підприємництва у створенні та функціонуванні спеціальних (міжнародних, транскордонних) туристично-рекреаційних зон (туристичних кластерів) та ін.

Для ефективної реалізації протекціоністської політики держави у відповідності з положеннями Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» доцільно ввести пільгове оподаткування туроператорів, які надають КТП, сформовану ТІ України та визначити обсяг щорічних фінансувань на державну підтримку експорту ТІ у відповідності з видатковою частиною Державного бюджету України.

Оподаткування туроператорів, які здійснюють господарську діяльність у сфері ВТ і МВТ (беручи до уваги мультиплікативний економічний ефект від зазначених видів туризму), доцільно замінити на обов'язкові відрахування до місцевих фондів створення, охорони і реставрації туристичних ресурсів, які створюються і обслуговуються в рамках публічно-приватного партнерства. Як відомо, склад КТП формується з різноманітних послуг (перевезення, розміщення, харчування), які надаються за рахунок використання об'єктів транспортної, готельної інфраструктури, закладів харчування та обов'язково пов'язуються з використанням/відвіданням туристичних ресурсів, які є основною метою подорожей (рекреаційні (природні) ресурси; об'єкти, що мають культурне та історичне значення тощо). З метою недопущення виведення конкретного туристичного ресурсу зі складу турпродукту (особливо з огляду на недостатнє фінансування органами державної влади та місцевого самоврядування заходів з утримання,

охорони та відновлення відповідних об'єктів), які зношуються/пошкоджуються/знищуються в результаті постійної експлуатації, створення подібних фондів видається доцільним та необхідним.

Наразі суб'єкти вітчизняної ТІ не мають постійних податкових преференцій, такі заходи впроваджуються законодавцем вкрай рідко, що взагалі не відповідає особливому значенню туристичної галузі для економіки країни. Так, наприклад, Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби COVID-19» від 16.06.2020 р. № 692-IX було запроваджено податкові пільги на оплату оренди та землю державної та комунальної власності для туристичних операторів і представників готельного бізнесу [245]. Відзначимо, що перша редакція законопроекту № 3377 від 22.04.2020 р. передбачала більш широкий перелік пільг для туристичної галузі на період дії карантину – від скасування туристичного збору до звільнення операцій з надання туристичних послуг від сплати податку на додану вартість, податку на прибуток та єдиного соціального внеску, земельного податку та податку на нерухомість [246], однак, не були запроваджені через нестачу у Державному бюджеті коштів на розвиток і підтримку туристичної галузі.

Загалом, щодо податкових пільг вказане їх ситуативне впровадження не може створити відчутних переваг для реципієнта і направлене скоріше на запобігання негативним наслідкам (наприклад, ліквідації, банкрутства туруператора), аніж на досягнення реального ефекту для розвитку ТІ. Подібні заходи, аби досягти реальних цілей стимулювання туорператирської діяльності, повинні запроваджуватись на постійній основі, бути підтвердженими відповідною державною програмою підтримки та забезпеченими належним державним фінансуванням.

Застосування заходів державної підтримки, серед іншого, може бути обумовлено і реалізацією важливих інвестиційних проектів. Так, наприклад,

відповідно до ст. 2 Закону України «Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць» № 5205-VI від 6 вересня 2012 р. [115] курортно-рекреаційну сфера і туризм визнано одними із пріоритетних галузей економіки (розпорядження КМУ від 14 серпня 2013 р. № 843-р «Про затвердження переліку пріоритетних галузей економіки» [74]) за напрямками – будівництво курортно-рекреаційних об'єктів та об'єктів туристичної інфраструктури .

Цей Закон визначає основи державної політики в інвестиційній сфері протягом 2013-2032 років щодо стимулювання залучення інвестицій у пріоритетні галузі економіки і спрямований на створення умов для активізації інвестиційної діяльності шляхом концентрації ресурсів держави на пріоритетних напрямках розвитку економіки з метою запровадження новітніх та енергозберігаючих технологій, створення нових робочих місць, розвитку регіонів. Законом забезпечується надання державної підтримки суб'єктам ТП за умови, що вони реалізовуватимуть схвалені КМУ та уповноваженим органом при КМУ з питань надання державної підтримки інвестиційні проекти у галузі туризму. Серед основних таких заходів, зокрема, пільгове оподаткування.

Разом з тим, суворі вимоги до інвестиційних проектів (загальна кошторисна вартість - 500 тис., 1 і 3 млн євро відповідно - для суб'єктів великого, середнього і малого підприємництва; кількість створених нових робочих місць та розмір заробітної плати), порядку їх відбору, схвалення та реєстрації значно обмежують кількість потенційних реципієнтів державної підтримки, здатних вкласти стільки коштів у створення і модернізацію туристичних об'єктів. С.І. Селецький та А.А. Романова між тим вважають за доцільне створення саме великих, потужних компаній зі значними оборотними коштами, які через державну підтримку шляхом формування об'єднань підприємств туризму, консорціумів, холдингів, картелів тощо [103, с. 24-25] зможуть скласти конкуренцію закордонним транснаціональним

компаніям принаймні на вітчизняному ринку ТП та подолати несприятливу ситуацію на українському ринку туристичних послуг [233].

Підсумовуючи зазначене, обґрунтованим слід визнати визначення державної підтримки ВТ та МВТ як сукупності правових, економічних, соціальних, організаційних та інших заходів державного сприяння зміцненню і розвитку вітчизняної туристичної галузі та її інфраструктури. Державна підтримка вітчизняних суб'єктів господарювання ТП, що здійснюють господарську діяльність у сфері ВТ та МВТ, може включати фінансову, інформаційну, консультаційну підтримку, підтримку суб'єктів малого і середнього підприємництва, що провадять експортну діяльність та інші види підтримки відповідно до чинного господарського законодавства.

Вельми корисним інструментарієм, необхідним для модернізації вітчизняного готельного та туристичного фонду, виступають положення Законів України «Про державно-приватне партнерство» (далі - Закон про ДПП) та «Про управління об'єктами державної власності» [247; 248].

Відповідно до ст. 1 Закону про ДПП, державно-приватне партнерство – це співробітництво між державою Україна, Автономною Республікою Крим, територіальними громадами в особі відповідних державних органів, що згідно із Законом України «Про управління об'єктами державної власності» здійснюють управління об'єктами державної власності, органів місцевого самоврядування, Національною академією наук України, національними галузевими академіями наук (державними партнерами) та юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, установ, організацій (приватних партнерів), що здійснюється на основі договору в порядку, встановленому цим Законом та іншими законодавчими актами, та відповідає ознакам державно-приватного партнерства, визначеним цим Законом [248].

У розділі «Мета, стратегічні цілі та завдання» Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року передбачене системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій шляхом виконання комплексної програми поетапного вдосконалення

матеріально-технічної бази з використанням можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення, а самі «договори, що укладаються, в тому числі на засадах державно-приватного партнерства» визнані у якості однієї з основних складових організаційного механізму реалізації Стратегії [76].

Як зазначають С.Г. Нездоймінов та П.О. Александрочкіна, «державно-приватне партнерство (ДПП) сьогодні є інструментом для розвитку туристичної інфраструктури на регіональному та місцевому рівнях. Це злагоджена співпраця держави і приватного сектору бізнесу задля реалізацій проектів, пов'язаних із туризмом, а також щодо створення необхідної інфраструктури для їх реалізації (будівництво доріг, відновлення аеропортів, побудова засобів розміщення тощо)» [249, с. 623].

Співпраця держави і бізнесу у сфері туризму у науковій літературі умовно поділяється на наступні напрями:

- співробітництво у сфері реалізації комплексних проектів, пов'язаних із необхідністю значних вкладень в інженерну інфраструктуру і комунікацій (схеми договорів концесій, лізингу або прямого державного фінансування інфраструктурної частини проекту);

- співробітництво в галузі створення об'єктів туристичної та розважальної інфраструктури (використання різних інструментів стимулювання приватного сектору: пільги, податки, кредити тощо);

- співробітництво у сфері маркетингу і просування національного туристичного продукту (наприклад, створення Національних туристичних адміністрацій (у РФ; в Україні це, наприклад, туристичні інформаційні центри - прим. А.Л.) [250]. Цілий ряд дослідників до форм державно-приватного партнерства у сфері туризму відносить і створення туристичних кластерів (детальніше про них у наступному підрозділі).

ДПП, відповідно до абз. 6 ч. 1 ст. 4 Закону про ДПП, може використовуватись у сфері туризму і рекреації. Разом з тим, законодавець врегульовує лише договірну форму співпраці, що виникає на підставі

договорів концесії, управління майном (виключно за умови передбачення у договорі, укладеному в рамках державно-приватного партнерства, інвестиційних зобов'язань приватного партнера); договорів про спільну діяльність та інших договорів (наприклад, оренди). Аналіз спеціального законодавства щодо перелічених договорів дозволяє зробити висновок про можливість їх використання у туристичній сфері.

Укладенням відповідних договорів опосередковується використання, створення чи модернізація приватним партнером об'єктів державної власності, що мають туристичний потенціал, чи віднесені до об'єктів туристичної інфраструктури. Кількість таких об'єктів, що перебуває у державній власності, проте не використовується уповноваженими органами управління саме у туристичній сфері, згідно даних Єдиного реєстру об'єктів державної власності, є досить значною [251]. Це готелі, інші заклади розміщення і харчування. Їх перебування у державній власності традиційно визнається невластивим їй та не супроводжується належним використанням, як наслідок - держава намагається позбутися тягаря утримання таких об'єктів через приватизацію або передання їх у користування приватним особам.

Ряд інших об'єктів державної власності, навпаки, мають значний туристичний потенціал, проте вимагають серйозних капіталовкладень для їх утримання та модернізації (наприклад, аеропорти, спортивні арени). Щодо таких об'єктів держава не може забезпечити належне фінансування, відтак вдається до ДПП з метою залучення приватних інвестицій у сферу рекреації та туризму. Подібне співробітництво, засноване на довгостроковій співпраці, незмінність протягом усього строку дії договору, укладеного в рамках ДПП, цільового призначення та форми власності об'єктів, переданих приватному партнеру, дозволяє суб'єктам туристичної індустрії здійснювати стратегічне планування своєї діяльності та ефективно господарювати.

Потенціал ДПП може бути використаний для створення спеціальних туристично-рекреаційних економічних зон як частин території України. Згідно Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року,

«забезпечення ефективного і комплексного (економічного, соціального, екологічного та інноваційного) використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу шляхом розв'язання проблеми рекреаційного природокористування і охорони навколишнього природного середовища та удосконалення територіальної структури сфери туризму та курортів з метою розвитку туристичних територій, брендингу територій» віднесено до стратегічних цілей.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон» С(В)ЕЗ являє собою частину території України, на якій встановлюються і діють спеціальний правовий режим економічної діяльності та порядок застосування і дії законодавства України. На території спеціальної (вільної) економічної зони запроваджуються пільгові митні, валютно-фінансові, податкові та інші умови економічної діяльності національних та іноземних юридичних і фізичних осіб [252].

Таким чином, комплексне поєднання рекреаційних ресурсів на певній території із відповідною туристичною інфраструктурою, для якого державою запроваджується спеціальний правовий режим та засоби державного регулювання господарської діяльності, державної підтримки, здатні вплинути на інвестиційний клімат в регіоні та збільшити попит на використання національних рекреаційних ресурсів. На цих системоутворюючих складових СЕЗ, наявних в Україні, наголошувалось, наприклад, у Пояснювальній записці до проекту Закону України про спеціальну економічну зону туристично-рекреаційного типу «Туристичне Закарпаття», відзначаючи, що «Закарпаття має значний потенціал для того, щоб стати осередком туризму світового рівня шляхом розвитку окремого кластеру, зокрема за допомогою державно-приватного партнерства. До рекреаційних ресурсів регіону належать географічні об'єкти, що використовуються і можуть бути використані для відпочинку, туризму,

лікування, оздоровлення населення, а також суттєво вплинути на розвиток економіки регіону» [253].

Всі ці складові – рекреаційні, інфраструктурні, правові – мають бути поєднані із можливостями кластерних моделей, а створення ССЗ туристично-рекреаційного призначення як форми реалізації інвестиційних програм має стати одним із пріоритетних напрямів розвитку вітчизняної ТІ.

Отже, застосування механізмів державно-приватного партнерства у сфері туризму на загальнодержавному, регіональному та місцевому рівнях дозволяє залучати інвестиції та ефективно використовувати туристичні ресурси та об'єкти інфраструктури у спосіб, необхідний для досягнення максимального соціально-економічного ефекту, задоволення туристичних потреб населення та забезпечення розвитку ТІ.

3.3. Правове забезпечення створення туристичних кластерів як шляху підвищення конкурентоспроможності ТІ України

ТІ має ряд особливостей, які надають актуальності кластерному підходу у сфері відпочинку і подорожей. «Переважаання малого і середнього бізнесу, нематеріальний характер турпродукту, неоднакове його сприйняття виробниками і споживачами – все це обумовлює особливу важливість появи і розвитку туристичних кластерів. Вони допомагають кожному їх учаснику усвідомити себе частиною цілого» [203, с.51-61].

Досвід США, Японії, Китаю, Мексики, ряду країн – членів ЄС свідчить про ефективність застосування кластерного підходу до розвитку економіки, адже найважливішим показником діяльності кластерів є їх висока конкурентоспроможність на світовому ринку. Тому кластерний розвиток країни є однією з характерних ознак сучасної інноваційної економіки.

Процес кластеризації туристичного бізнесу став об'єктом наукового пошуку як зарубіжних (М. Портер, Е. Лімер, І. Толенадо, Д. Сольє, Е. Дахма, А.Н. Кісельов, В.Фєльдман, Д.Б. Оудріч, С.А. Розенфельд, Р. Мартін, П.

Санлі, Г.Р. Хасаєв, Ю.В. Міхєєв, А.А. Мігранян, Д.В. Черемісін, Ю.П. Ковальов), так і вітчизняних науковців (В.Ф. Кифяк, С.Н. Соколов, Л.І. Гонтаржевська, І.М. Дишловой, К.А. Андрющенко, М.П. Войнаренко, О.О. Теребух, Н.В. Чорненька, І.Ю. Швець).

Використання економічного, організаційного і правового механізмів як основи концепції створення туристичних кластерів запропоновано І. Ю. Швець [204, с.65–73]. Соціальний аспект туристичних кластерів перебуває у центрі уваги досліджень О.П. Крайник, М.М. Біль [205]. Системний підхід до управління туристичним кластером вважають за доцільне застосовувати Л.І. Гонтаржевська, В.Ф. Кифяк і О.О. Теребух [194, с.265–271]. Аналіз результатів функціонування туристичних кластерів став предметом спеціального дослідження І.М. Дишлогого [206, с.69–76].

Туристичні кластери являють собою глобальне явище. Вони притаманні, в першу чергу, розвиненим країнам, але також створюються як в країнах, що розвиваються, так і в країнах з перехідною економікою. Ось лише деякі приклади успішно працюючих і перспективних туристичних кластерів в світі: у США, в Долині Напа, функціонує кластер винного туризму; в Австралії сформувався екотуристичний кластер штату Квінсленд; у Південно-Африканській Республіці (ПАР) у 1999 році була прийнята національна стратегія розвитку туристичних кластерів; у Мексиці в якості туристичного кластера можна розглядати курорт Канкун, а в Індонезії – курорт на о. Балі. Про створення туристичних кластерів оголосили Македонія і Ямайка, Шрі-Ланка і Казахстан. Хорватія і Словенія домовилися про створення транскордонного туристичного кластера [203, с.52-53].

За визначенням М. Портера: «Кластер – це сконцентрована за географічною ознакою група взаємозалежних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм у відповідних галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (наприклад, університетів, агентств зі стандартизації, а також торговельних об'єднань) у певних областях, що конкурують, але разом з тим ведуть спільну роботу» [207, с.256]. За

визначенням І.Б. Рубієса туристичний кластер включає туристичні ресурси і пам'ятки, інфраструктуру, матеріальну базу, постачальників послуг, супутні сектора і адміністративні механізми комплексної і скоординованої діяльності, що забезпечують відповідність очікуванням туристів (клієнтів) від відвідування обраної дестинації [208].

М.А. Морозов та Т.В. Львова під туристичним кластером розуміють сконцентровану на деякій території групу взаємопов'язаних ресурсів, факторів, підприємств, які є необхідними або бажаними для розвитку певного різновиду туризму, що сприяють задоволенню потреб туристів в залежності від мотиву подорожі [209, с.72-80]. В.І. Кружалін та Н.В. Шабаліна розглядають туристичні кластери як різновид державно-приватного партнерства [210, с. 29-32; 213].

Головна відмінність кластера в туристичній сфері – в його маршрутній територіальній організації. Туристичний маршрут і відповідний йому туристичний потік пов'язують об'єкти, перетворюючи їх з конкуруючих у взаємодіючі елементи системи [212,с.4].

У практичному сенсі створення туристичного кластера – це складний технологічний процес. При цьому термін «процес» слід розуміти в його класичному значенні, визначення якого дав свого часу П.А. Сорокін: «Під процесом розуміється будь-який вид руху, модифікації, трансформації, чергування або «еволюції», інакше кажучи, будь-яка зміна даного досліджуваного об'єкта протягом певного часу, будь то зміна його місця в просторі або модифікація його кількісних і якісних характеристик» [215, с.80].

Процес створення туристичного кластера є предметом різних наукових напрямів. Побудові адекватної туристичної моделі регіону сприяє систематизація і математична обробка інформації, яка буде не тільки зручна досліднику регіону, але і зрозуміла контингенту, зацікавленому в результатах дослідження. Інформацію можна надати методом картографічної таксономії [216]. Під кластером в картографічній таксономії розуміється вибірка по

картографічним таксонам дестинації, що задовольняє умовам, які потрібні для організації певного виду туризму (експертна оцінка).

Картографічна таксономія – метод подання інформації про туристичні ресурси, ознаки, фактори розвитку туризму регіону за допомогою картографічних таксонів. Картографічний таксон – це сукупність територіальних одиниць досліджуваного об'єкта, які містять однорідний туристичний ресурс (показник) і т. д.

На основі картографічних таксонів можлива побудова туристичних кластерів, які є основою для вивчення розвитку туризму як дестинацій. Кластери складаються з різних таксонів, яким присвоюється коефіцієнт за ступенем привабливості таксона для різних сегментів споживачів.

Модель туристичної дестинації з точки зору кластерного аналізу методом картографічної таксономії – це кон'юнкція масивів туристичних кластерів за сегментами споживачів. Модель туристичної дестинації можна побудувати, проаналізувавши вплив на неї складових туристичної системи і перетворивши інформацію про туристичні кластери методом картографічної таксономії [209, с.144].

Слід відмітити, що ефект кластеру створюється завдяки синергетичному ефекту. Синергетичний ефект забезпечує зростання ефективності діяльності в результаті інтеграції, злиття окремих частин в єдину систему за рахунок створення системного ефекту. Як відзначалося вище, синергізм означає перевищення сукупним результатом суми факторів, що його складають. Синергетичний ефект надає можливість вирішити проблеми взаємозв'язку між різними видами діяльності одного чи декількох суб'єктів господарювання, щоб досягти більш високих результатів, ніж в разі автономних дій за кожним видом діяльності кожного підприємства, яке функціонує у визначеній групі підприємств. Оптимізація внаслідок взаємодії всіх видів діяльності на підвалинах синергетичного ефекту носить стратегічний характер, бо надає переваги в порівнянні з іншими суб'єктами господарювання. Дія синергетичного ефекту спрямована на якісну зміну всієї

системи, а також структури та механізмів взаємодії її елементів. Внаслідок цих змін відбувається зростання кількісних та якісних показників функціонування [217, с. 336-341]. Даний підхід здатен привести до визначальних результатів саме у рамках співпраці туроператорів і постачальників окремих туристичних послуг для надання КТП.

Сьогодні підхід до розвитку туризму та рекреації заснований на кластерах знаходить все більшого застосування у зарубіжних країнах. Практика кластеризації сфери туризму та рекреації виникла у другій половині XX ст. і у 1980-1990-ті р.р. розповсюдилась у Північній Америці, Європі та інших промислових країнах [222].

Туристичні кластери можуть містити як незначну, так і велику кількість підприємств туристичного та споріднених і допоміжних секторів економіки. Вони можуть формуватися як із великих, так і з малих фірм у найрізноманітніших поєднаннях і відносинах. Наприклад, кластери в Італії об'єднують переважно малі та середні підприємства, в Шотландії (базова модель СС) – ядро кластеру формують потужні підприємства, інколи іноземного походження.

Оскільки туристичні кластери за рівнем організованості, потенційними можливостями, специфікою внутрішньої взаємодії та рівнем державної підтримки істотно різняться, потрібна їхня класифікація. Таку класифікацію кластерів наводить український економіст С.І. Соколенко, поділяючи їх на:

- *конкурентні* – давно сформовані кластери, що мають значні конкурентні переваги світового масштабу (наприклад, автомобільний у Детройті, моди – у Парижі, квітів – в Амстердамі);

- *зрілі* – давно сформовані кластери з низьким рівнем працевлаштування або його відсутністю (наприклад, меблеві або швейні кластери у країнах Західної Європи);

- *стратегічні* – невеликі, але життєво важливі для розвитку конкретних регіонів кластери (наприклад, кластер із виведення особливих порід великої рогатої худоби у Новій Зеландії);

- *виникаючі* – нові кластери, що мають високі темпи розвитку (наприклад, медіа-кластер в Австрії);

- *стабілізуючі* – кластери, що підвищують рівень диверсифікації економіки регіону (наприклад, туристичні кластери в Каліфорнії);

- *потенційні* – кластери, що мають потрібні умови для формування і можуть бути використані для економічного розвитку (наприклад, кластери з розроблення та запровадження технологій захисту навколишнього середовища у Фінляндії) [219, с.13].

Домінуючою формою кластеризації є тематичні кластери – штучні об'єднання, сформовані на однорідних сегментах ринку туризму та рекреації, що охоплюють певну продуктову нішу (наприклад, спортивну, культурно - пізнавальну, розважальну та ін.) [221, с.215-218].

Серед найбільш відомих тематичних кластерів туризму та рекреації США можна виділити кластер винного туризму Долини Напа, штат Каліфорнія (Napa Valley), що містить близько 220 виноградників (загальною площею 13 000 га) та 250 підприємств винної індустрії міст Калистога, Оуквілл, Рутерфорд, Сант-Хелена та Юнтвілл. Найбільш відомими виробниками кластеру є Мамм-Напа-Веллі (виробляє вина у кращих класичних традиціях), Рутерфорд-Хілл-Вайнери (використовує унікальну технологію виробництва вин) та Клос-Пегас (власник унікальної колекції марочних вин). Розвиток ТІ в Долині Напа йшов так швидко, що незабаром вона відтіснила виноробство і перетворилася на головну галузь місцевої економіки [222].

В іншій формі здійснюється державно-приватне партнерство на курорті Канкун – мексиканському туристичному кластері. Курорт знаходиться на півострові Юкатан. Він розташований на піщаній косі, що нагадує цифру сім, шириною 400 м і довжиною 30 км. Ініціатива перетворення невеликого рибальського села в престижний центр купально-пляжного відпочинку виходила від Банку Мексики. Її реалізація була покладена на державну організацію Національний фонд розвитку туризму (ФОНАТУР), яка

виступила в ролі розробника проекту, менеджера і інвестора. Її першим кроком стала купівля земель (13,2 тис. га) в районі створення курорту. На другому етапі при будівництві базової інфраструктури широко використовувалися позикові кошти Світового банку (27 млн. дол.). Для залучення інвесторів в Канкун, тоді ще невідомий район, держава профінансувала будівництво перших дев'яти готелів, які пізніше були викуплені приватними фірмами. На третьому етапі завдяки ефективним маркетинговим кампаніям ФОНАТУР зросла інвестиційна привабливість Канкуна, і в середині 1980-х рр. почався будівельний бум за участю іноземного капіталу. ФОНАТУР продала земельні ділянки, які вона придбала на початковій стадії проекту, мексиканським та іноземним готельним фірмам-забудовникам, виручені кошти були реінвестовані в інфраструктуру. Сьогодні Канкун входить в число кращих курортів світу. Щорічно тут реєструється 2,4 млн. туристичних прибуттів, що становить третину туристичних потоків в Мексиці [224, с. 225; 327].

У туристичній галузі, згідно з Концепцією федеральної цільової програми «Розвиток внутрішнього і в'їзного туризму в РФ (2011-2018 роки)», державно-приватне партнерство передбачає «ефективну взаємодію всіх органів влади, туристичного бізнесу, наукових і громадських організацій в реалізації масштабних туристичних проектів і програм, спрямованих на розвиток туристичної привабливості регіонів, збільшення внутрішнього і в'їзного туристичних потоків, підвищення якості туристичних продуктів». Всього в двох етапах реалізації програми беруть участь 95 туристичних кластерів, що розрізняються за багатьма параметрами між собою.

В рамках кластерного підходу найбільш вдалим рішеннями щодо створення особливих економічних зон (ОЕЗ) туристично-рекреаційного типу можна визнати територію Калінінградської області, де формуються чотири типи ОЕЗ: промислово-виробничі, техніко-впроваджувальні, туристично-рекреаційні та портові зони; а також територію острова Руський, що володіє, з одного боку, курортним потенціалом, а з іншого – створеною Урядом РФ

сучасною транспортною і енергетичною інфраструктурою в рамках підготовки до саміту Азіатсько-Тихоокеанського економічного співробітництва (АТЕС) у Владивостоку. До 2020 р. на Північному Кавказі будуть побудовані п'ять нових гірськолижних курортів загальною вартістю понад 450 млрд. руб. [225; 226, с.51-61].

Цікавим з позицій дослідження форм державно-приватного партнерства є приклад створення туристичного кластеру у ПАР. ТІ в ПАР почала розвиватися з падінням режиму апартеїду. Після демократичних виборів 1994 р. міжнародні туристичні прибуття в країну стали стрімко зростати. За даними ЮНВТО з 1993 по 1998 роки їх кількість збільшилася майже в два рази, з 3,1 до 5,9 млн. ПАР, що володіє багатим туристичним потенціалом – протяжною береговою лінією, природним і культурним розмаїттям, комфортними кліматичними умовами, атрактивними ландшафтами перетворилася в перспективний туристичний напрямок.

Однак в кінці 90-х р.р. ринкова кон'юнктура погіршилася: зростання числа міжнародних туристичних прибуттів припинилося. Перед загрозою втрати туристичних ринків держава і приватний сектор перейшли до стратегії партнерства і виступили зі спільною ініціативою створення туристичних кластерів, які розглядалися як один з інструментів підвищення конкурентоспроможності країни на світовому туристичному ринку. Було прийнято рішення про утворення одного кластеру на національному рівні, двох тематичних і чотирьох локальних кластерів.

На національному рівні процес вилився у створення добре продуманої структури. Він протікав під контролем з боку представників бізнесу, держави і трудових колективів, які увійшли до складу керуючої групи. Район Кейліча (Khayelitsh), розташований недалеко від Кейптауна – найстарішого міста ПАР і великого міжнародного туристичного центру, був обраний в якості полігону для створення одного з чотирьох локальних туристичних кластерів. Нерозвинена ТІ, загострена конкуренція з боку інших туристичних районів країни, напружена криміногенна обстановка – такими були стартові умови

для формування туристичного кластера в Кейліче. Ініціатива його створення виходила від туристичної адміністрації Капської провінції, що зробила перші фінансові інвестиції, і муніципалітету Тайгер (Tyger). Багато з того, що перешкоджало розвитку ТІ в ПАР в середині 90-х рр., було частково або повністю подолане в процесі кластеростворення. І хоча зростання туризму виявилось нижче очікуваного, в країну прийшло усвідомлення його соціально-економічної значущості [223, с.18].

Також, можна виділити значну кількість прикладів успішного тематичного кластерного розвитку сфери релігійного туризму, серед яких Ватикан - м. Рим; Ізраїль - м. Єрусалим та ін.

Що стосується України, то процес впровадження кластерної моделі розвитку регіонального туризму перебуває поки що на стадії зародження. Як вже зазначалось, про доцільність створення туристичних кластерів згадується у Концепції Загальнодержавної програми розвитку малого і середнього підприємництва на 2014–2024 роки [213] та Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [76]. Проте, вперше кластерні технології почали застосовувати значно раніше, як приклад можна навести туристичний та харчовий кластер у Кам'янці-Подільському.

Як потенційні розцінювались туристичні кластери "Південне туристичне кільце", "Севастополь-кластур". Перспективними у разі розроблення і реалізації відповідних проектів будуть кластери в Київській, Львівській, Закарпатській областях. Стратегічними туристичними кластерами, що мають відігравати вагомий роль в економічному розвитку відповідних територій, є туристичний кластер історичних малих міст Західної України, кластер агроекотуризму "Оберіг" (Хмельницька область), а також низка інших, яких має бути створено у сфері сільського зеленого туризму по всій території України (у сільській місцевості). До групи стабілізуючих належить туристичний кластер у Миргороді, який повинен диверсифікувати в регіоні економічну діяльність [220, с.79-80].

Туристичний кластер Львова сформувався навколо архітектурної та культурної спадщини міста з метою залучення туристів. Туристичні агенції, готелі, ресторани, виробництво та продаж сувенірів – усі ці бізнеси були зацікавлені у розвитку туристичної інфраструктури та домоглися співпраці з місцевими державними органами у цьому напрямі. Зовнішніми атрибутами такої співпраці є функціонування туристичного інформаційного центру й інформаційних табло. Фестивалі та інші масові заходи у місті залучають клієнтів для всіх цих бізнесів одночасно. Окрім Львова, за таким самим принципом зараз формуються кластери Прикарпатсько-Сколівсько-Бескидський, Розтоцький, Надбузький, Верхньо-Наддністровський [228].

Перспектива створення туристичних кластерів вельми актуальна для Одеси і Одеської області. 1 вересня 2018 року Одеса зустріла тримільйонного туриста. Вельми показово, що ним став громадянин КНР, адже Одеса стала першим містом України, який створив свій туристичний сайт на китайській мові, а також сторінки про своє місто на китайських інтернет-ресурсах [239].

23 грудня 2016 року на черговій сесії Одеської обласної ради була прийнята цільова Програма розвитку туризму та курортів в Одеській області на період з 2017 по 2020 роки. Цей документ було розроблено сектором інвестицій у туризм Департаменту «Агентство з питань інвестицій та розвитку» Одеської ОДА разом з кафедрою туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету.

Метою Програми стало створення умов для забезпечення сталого розвитку сфери туризму та курортів у Одеській області, перетворення її у конкурентоспроможну, високорентабельну, інтегровану у світовий ринок галузь. Пріоритетним завданням Програми, серед інших, стали:

- формування конкурентоспроможних кластерів у рекреаційній та туристичній сферах;
- формування механізму реалізації державно-приватного партнерства у сфері туризму та рекреації.

План заходів з реалізації Стратегії економічного і соціального розвитку Одеської області на період до 2020 року, який було розроблено з урахуванням Стратегії сталого розвитку «Україна-2020», Державної стратегії регіонального розвитку України на період до 2020 року, та затверджено рішенням обласної ради 21 грудня 2015 р. № 32-VII також передбачає формування конкурентоспроможних кластерів у рекреаційній та туристичній сферах [235].

У туристичних кластерах стає очевидним ефект зворотнього зв'язку, коли посилена експлуатація рекреаційних ресурсів веде до збільшення турпотоків, отже сприяє збільшенню об'єма коштів, призначених на їх збереження та відновлення. Як наголошується у науковій літературі, «передумовами заснування рекреаційного кластеру є: наявність рекреаційного потенціалу; зацікавленість інституцій і суб'єктів рекреаційної сфери в підвищенні прибутковості та конкурентоспроможності рекреаційних послуг, наближення їх до міжнародних стандартів. Отож, застосування кластерного підходу може не тільки стимулювати розвиток місцевого рекреаційного бізнесу, а й залучити в регіон значні інвестиції, в тому числі внутрішні, у тому числі від самих рекреантів, які зацікавлені в купівлі рекреаційних послуг. З огляду на це, ініціатором (зацікавленою стороною) створення рекреаційного кластера повинна бути територіальна влада, а очолити даний кластер повинна громадська організація, яка буде переслідувати інтереси громади, а не комерційні інтереси» [254].

Слід відзначити, що і Асоціацією індустрії гостинності України напередодні року Сталого туристичного розвитку, заснованого Державною асамблеєю ООН, була розпочата розробка програми сприяння туристичним кластерам України. У 2017 році планувалося розробити не менше 100 кластерів по Україні та навчити представників бізнесу в ТІ взаємодії і максимально ефективній спільній роботі [229].

Разом з тим, на даний час кількість реально функціонуючих туристичних кластерів в Україні залишається незначною. Це можна пояснити наступними обставинами:

- 1) відсутністю чітко сформованого законодавства з питань створення та регулювання діяльності кластерів;
- 2) нестачею практичного досвіду формування та функціонування туристичних кластерів, координації їх діяльності;
- 3) низьким сприйняттям підприємцями інновацій;
- 4) невисокою зацікавленістю окремих підприємців об'єднуватись у кластерні структури;
- 5) відсутністю державної фінансової підтримки кластерних формувань [228, с.142].

Слід повністю погодитися з О.В. Буткевичем, який слушно зазначає, що на сьогодні кластер є об'єктом господарсько-правової політики держави, необхідність впровадження якої спрямована на активізацію господарської діяльності в певному регіоні, підвищення конкурентоспроможності національних товаровиробників та визначається рядом державних та регіональних програм. У той же час, складно говорити про особливості його створення і функціонування, залучення інвесторів та товаровиробників, встановлення пільг та преференцій, оскільки відсутнє законодавче визначення кластера та не прийнята концепція створення кластерів в Україні. Тому предметом подальших досліджень в цьому напрямку є визначення поняття кластера та виділення його ознак [230, с.48].

За своєю економіко-правовою природою кластер є об'єднанням підприємств у розумінні статті 120 ГКУ, тобто є господарською організацією, утвореною у складі двох або більше підприємств з метою координації їх виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань [164]. Кластер можна охарактеризувати тими ж ознаками, що і об'єднання підприємств, якими, на думку В.О. Джуринського, є наступні ознаки:

- господарське об'єднання є єдиним (цілісним) виробничо-господарським комплексом, що об'єднує в собі підприємства та інші господарські організації (первинні ланки економіки), який очолюється відповідним органом управління;

- господарське об'єднання є господарською організацією, тобто суб'єктом господарювання, який здійснює господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію, має відокремлене майно і несе відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством. Водночас учасники господарського об'єднання також є суб'єктами господарювання;

- господарське об'єднання є господарською системою, в якій поєднуються господарська діяльність і її організація. Елементами цієї системи є наділені господарською компетенцією суб'єкти господарювання-юридичні особи, пов'язані між собою субординаційними і координаційними зв'язками [236].

З урахуванням домінуючого підходу до розуміння кластеру як господарської системи, елементами якої є наділені господарською компетенцією суб'єкти господарювання-юридичні особи, пов'язані між собою субординаційними і координаційними зв'язками, пропонується наступне визначення туристичного кластеру: «Туристичним кластером є господарське об'єднання як система, в якій поєднуються господарська діяльність і її організація; елементами цієї системи є наділені господарською компетенцією суб'єкти туристичної індустрії України, пов'язані між собою субординаційними та координаційними господарськими зв'язками, які формують та надають споживачу специфічну комплексну ТП з використанням місцевого туристичного ресурсу». Дане визначення має бути включене до змісту окремого закону, який має бути прийнято з метою конкретизації засобів стимулювання туристичної діяльності.

Державну кластерну політику слід розглядати як діяльність органів державного і регіонального управління з розроблення принципів, завдань і

методів стимулювання організації й розвитку кластерів з метою підвищення конкурентоздатності національної (регіональної) економіки. Основним документом при цьому можна вважати Європейський кластерний меморандум [214], у якому зазначені головні завдання державної кластерної політики та роль кластерів в інноваційному розвитку національної економіки. Реалізовувати основні напрями державної кластерної політики як одного із пріоритетних напрямів розвитку індустрії туризму в Україні слід шляхом розробки та впровадження державних та регіональних програм створення туристичних кластерів. Однак, на нашу думку, роль держави у цьому напрямку не може бути обмежена лише нормативним врегулюванням. Як підтверджує світовий досвід, створення високоефективних туристичних кластерів також не обмежується лише наявністю приватної ініціативи, а вимагає активної сумісної участі і приватного бізнесу у стверенні належних організаційно-правових умов для її легалізації, стимулювання, забезпечення інфраструктурної та фінансової підтримки.

ВИСНОВКИ

Вчення про туризм є сферою інтересів багатьох наук і дисциплін. Наука про туризм (туристика, туризмологія, туризмознавство) – комплексна міждисциплінарна наука, об'єктом якої є сфера туризму, а предметом дослідження – галузь соціокультурного та економіко-бізнесового знання як сукупності суспільних явищ у соціально-економічній, гуманітарній, особистісній, культурній, політичній та інших предметних областях і включає різні наукові дисципліни. Туризм – це і вид господарської діяльності, і, одночасно, сфера теоретичної праці.

Гене́за світової інду́стрії гостинно́сті (туризму) з найдавніших часів і до новітнього часу тісно і нерозривно пов'язана з розвитком господарської (торговельної) діяльності окремих поселень, міст, держав - там, де торговий шлях набував сталості та регулярності, там виникала індустрія гостинності та її господарство.

З першої половини XX ст. туризм почали розглядати як одну з найрентабельніших галузей світової економіки. Сьогодні туризм входить до числа трьох найбільших експортних галузей разом з нафтогазовидобувною промисловістю і автомобілебудуванням. Туризм гармонійно поєднує питання

культури, транспорту, безпеки, готельного бізнесу та багато інших соціальних інститутів і економічних сегментів.

ТП є складним міжгалузевим господарським комплексом, що включає в себе сукупність підприємств, установ і організацій матеріального виробництва і невиробничої сфери, які забезпечують виробництво, розподіл, обмін і споживання туристичного продукту, освоєння і використання туристичних ресурсів і створення матеріальної бази туризму.

Туризм володіє подвійністю внутрішньої природи: з одного боку, туризм є окремим випадком подорожі, з іншого – діяльністю з виробництва турпродукту. І подорож, і виробництво турпродукту є діяльністю, проте, виробництво – це економічна діяльність, метою якої є отримання прибутку, а мета туристичної подорожі – відпочинок, що припускає витрату грошей. Виробництво – це процес створення матеріальних благ, послуг і духовних цінностей, необхідних для існування й стійкого розвитку сфери туризму. Згляду на це, правове регулювання у сфері туризму відноситься в основному до двох галузей права: до цивільного, яке розглядає туризм як окремий випадок подорожі, і господарського, предметом регулювання якого є діяльність з виробництва турпродукту.

Визначено зміст основних туризмологічних понять:

1) комплексна ТП (КТП) – послуга, яка надається туристу на його замовлення виключно туроператором і полягає в організації подорожі шляхом розробки туристичного маршруту, а також формуванні та наданні турпакету за єдиною ціною;

2) турпакет – це комплекс товарів і послуг, які формуються туроператором і надаються туристу особами, які є виконавцями за договором надання КТП на підставі договору укладеному між ними та туроператором на користь туриста;

3) договір надання КТП – це домовленість сторін, згідно якої туроператор зобов'язується надати на замовлення туриста комплексну ТП, а турист зобов'язується її оплатити;

4) розробка туристичного маршруту – це визначення туроператором шляху пересування туриста із зазначенням способу пересування, напрямку руху щодо географічних орієнтирів або координат, початкового, проміжного і кінцевого пунктів призначення, а також тривалості перебування у цих пунктах;

5) формування турпакету – це господарська діяльність туроператора, спрямована на забезпечення туриста товарами та послугами під час подорожі;

6) подорож – організована туроператором поїздка, що здійснюються протягом певного терміну, за певним туристичним маршрутом та визначеною туристичною програмою метою.

У рамках туристичної діяльності, яка здійснюється суб'єктами ТП України, слід розмежовувати господарську діяльність по забезпеченню надання комплексної ТП (формування турпродукту) у сфері ВТ і МВТ, що не є посередництвом, та посередницьку господарську діяльність (як правило, агентську) у сфері виїзного туризму, що дозволяє врахувати специфіку кожної окремої організаційної форми туризму та належним чином урегулювати порядок її здійснення.

Однаковий правовий режим для експортерів і імпортерів КТП є значною завадою для розвитку ТП України, суб'єкти якої потребують суттєвої реальної підтримки з боку держави. Між тим, досліджуючи питання належності господарюючого суб'єкта до ТП України, окрім вищенаведеного критерію, державні контролюючі органи при вирішенні питання про надання різноманітних пільг та преференцій повинні встановлювати основних власників його майна, а також його кінцевого бенефіціарного власника (контролера). Це стосується, насамперед, туроператорів і суб'єктів готельного господарства ТП України. Таким чином, для суб'єктів ТП, які працюють у різних сегментах вітчизняного ринку ТП необхідно встановити різні правові режими господарювання, маючи на меті оптимальне для

суспільства використання туристичних ресурсів при мінімальних трансакційних витратах для суб'єктів вітчизняної ТП.

Удосконалення засобів державного регулювання господарської діяльності суб'єктів ТП передбачає необхідність поєднання процедури сертифікації готелю (або іншого засобу розміщення) і присвоєння йому відповідної категорії (або рівня) з одночасною видачею ліцензії на здійснення туроператорської, турагентської та екскурсійної діяльності у ринковому сегменті ВТ та МВТ. При цьому бланкам туристичних ваучерів запропоновано повернути статус так званої «суворої звітності» і надати право їх видавати єдиному уповноваженому органу, до компетенції якого повинна входити сертифікація, присвоєння категорії (або рівня) та видача ліцензії на здійснення туроператорської, турагентської та екскурсійної діяльності готелями та іншими засобами розміщення.

Серед великої кількості фірм, що діють на національному туристичному ринку, лише одиниці займаються туроператорською діяльністю в класичному розумінні цього слова. Інші ж виступають в основному як посередники закордонних операторів, додаючи до їх турпродукту частину власних послуг. Подолати несприятливу ситуацію можна тільки завдяки появі у вітчизняному туристичному бізнесі потужних компаній зі значними оборотними коштами. Оперативне вирішення проблем полягає, насамперед, у державній підтримці формування об'єднань підприємств туризму, консорціумів, холдінгів, картелів тощо.

Для туроператорів, які здійснюють господарську діяльність у сфері ВТ і МВТ, існуючі правила щодо фінансового забезпечення їх діяльності доцільно замінити на страхування їх господарської відповідальності шляхом створення пулу страховиків (структури, подібної Моторно-транспортному бюро України), предметом діяльності якого повинно стати страхування господарської та цивільної відповідальності туроператорів перед контрагентами, що дозволить істотно знизити трансакційні витрати туроператора та надасть можливість туристу швидше і простіше отримати

компенсацію за шкоду, спричинену у результаті порушення його прав як споживача.

Відповідальність туроператорів, які здійснюють господарську діяльність у сфері ВТ та МВТ, перед туристами-споживачами доцільно перекласти на суб'єктів господарської діяльності, які безпосередньо надають туристу ТП. З цією метою запропоновано примірну форму господарських договорів щодо формування КТП, які укладаються між туроператором та безпосереднім «постачальником» ТП на користь третьої особи (туриста).

У туристичній галузі доцільним є використання інструментарію договірної співробітництва між державою і бізнесом, зокрема, договорів оренди, концесії, управління майном щодо об'єктів державної власності, що мають туристичний потенціал чи віднесені до об'єктів туристичної інфраструктури, проте, у достатньому обсязі не фінансуються державою чи не використовуються у спосіб, необхідний для досягнення максимального економічного і соціального ефекту та задоволення туристичних потреб населення.

Оподаткування туроператорів, які здійснюють господарську діяльність у сфері ВТ і МВТ (беручи до уваги мультиплікативний економічний ефект від зазначених видів туризму) доцільно замінити на обов'язкові відрахування до місцевих фондів створення, охорони і реставрації туристичних ресурсів, які створюються і обслуговуються в рамках державно-приватного партнерства, що має бути відображено в ГКУ.

Туристичним кластером є господарське об'єднання як система, елементами якої є наділені господарською компетенцією суб'єкти національної туристичної індустрії України, пов'язані між собою субординаційними та координаційними господарськими зв'язками, які формують та надають споживачу специфічну комплексну ТП з використанням місцевого туристичного ресурсу. Розробка та впровадження державних та регіональних програм створення туристичних кластерів є одним із пріоритетних напрямів розвитку індустрії туризму в Україні.

Удосконалення правового регулювання розвитку ТІ вимагає поглиблення господарської кодифікації у цій сфері, розробки єдиного категоріального апарату, узгодженого із законодавством України про туризм, введення до нього нових та уточнення існуючих основоположних туризмологічних концептів та інших туризмологічних понять, таких як: ТІ, ТП, туropерейтинг, туристична діяльність, комплексна ТП, тур, турпакет, формування турпакету, розробка туристичного маршруту, туристична дестинація, туристичний кластер, визначення яких запропоновані у роботі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.

1. Туризм в умовах глобалізації: виклики часу.*Науково-тематичний бібліографічний показчик*, К, 2014. МОН України, КУТЕП, за підтримки Всесвітньої Туристичної Організації (UNWTO), 20 с.
2. Герасименко В. Г. Місце теорії туризму в структурі туризмології. *Вісник Львівського інституту економіки і туризму:зб. наук. ст. / М-во освіти і науки, молод і спорту України. Львів. ЛІЕТ, 2012. № 7. С. 60-69.*
3. Уокер, Дж. Управление гостеприимством. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. 880 с.
4. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія і практика. Підручник. 2- вид. перероб. та доп. К.: Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
5. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу, К.: Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
6. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму: монографія / В.К. Федорченко та ін. К. : ВЦ «Академія», 2013. 368 с.

7. Абрамов В. В. Конспект лекцій з дисципліни «Туризмологія» / Харків. ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 71 с.
8. В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / За заг. ред. В.К. Федорченка. К.: Слово, 2006. 372 с.
9. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К. Альтерпрес, 2005. 436 с.
10. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Туристика: монография. Москва. Советский спорт, 2001. 288 с.
11. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е. Л. Писаревского. Москва. Федеральное агентство по туризму. 2014. 384 с.
12. ДССУ. Офіційний веб-портал. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> .
13. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Туристский терминологический словарь: справочно-метод. пособ. / Москва. Советский спорт, 1999. 368 с.
14. Дулов А. Н., Дюхова К. А., Юрчак Д. В. История путешествий и туризма: монография. Витебск. УО "ВГУ им. П. М. Машерова", 2011. 139 с.
15. Кручек О. А. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. /Серія: філософські науки. / КУТЕП, 2010. Випуск 8. С. 139 - 167.*
16. Божко Л. Д. Генезис та еволюція наукового туристського дискурсу *Вісник Харківської державної академії культури* : зб. наук. пр. ХДАК. Вип. 37. 2012. С. 56-66.
17. Енджейчик И. Современный туристский бизнес. Экостратегии в управлении фирмой. Москва. Финансы и статистика. 2003. 320 с.
18. Преображенский В.С. Теоретические основы рекреационной географии / отв. ред. В.С. Преображенский. Москва. Наука, 1975. 222 с.
19. Знаменский Г.Л. Новое хозяйственное право. Избранные труды: сб. науч. трудов. Киев. Юринком Интер, 2012. 488 с.
20. Питання утворення деяких центральних органів виконавчої влади. Постанова КМУ від 4 грудня 2019 р. № 995. Офіційний веб-портал

Верховної Ради України. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995-2019-%D0%BF#top> **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**

21. Абрамов В. В. Тонкошкур М. В. Історія туризму: підручник. Харків. ХНАМГ. 2010. 294 с.

22. Воронкова Л. П. История туризма и гостеприимства: учебное пособие: Москва: ФАИР-ПРЕСС. 2004. 304 с.

23. Соколова В.А. История туризма: учебное пособие: Москва: Издательский центр «Академия». 2010. 352 с.

24. Деякі питання діяльності Державного агентства розвитку туризму. Постанова КМУ від 24 грудня 2019 р. № 1162. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1162-2019-%D0%BF#Text>

25. Про туризм. Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про туризм» № 8317 від 20 квітня 2018 року. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL:http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=63927

26. Про виконання Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. Постанова КМУ від 25 жовтня 2017 р. № 1106. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1106-2017-%D0%BF#Text>

27. Про туризм. Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про туризм» № 4162 від 29.09.2020 та деяких інших законодавчих актів щодо основних засад розвитку туризму. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL:https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=70072)

28. Krempien, P. Geschichte des Reisens und des Tourismus. FBV Medien-Verlags GmbH; Auflage: 1. Aufl. (28. März 2000) 192 s.

29. Макаренко С.Н., Саак А.Э. История туризма: Сборник. Составители: Макаренко С.Н., Саак А.Э. Таганрог. ТРТУ. 2003. 94 с.

30. История туризма: учебник / Путрик Ю. С. и др.; отв. ред. и сост. Ю. С. Путрик. Москва: Федеральное агентство по туризму. 2014. 256 с.
31. Брашнов Д.Г., Мигунова Е.В. Основы индустрии гостеприимства. Учебное пособие: Флинта. Электронное издание. Москва. 2013. 220 с.
32. Історія економіки та економічної думки : навч. посібник / Д. П. Богиня, Н. М. Краус, О. В. Манжура та ін. Хмельницький. ХНУ. 2010. 428 с.
33. Наталуха Д. А. Как Украине стать брендом? *Журнал НВ*, ООО «Издательский дом «Медиа-ДК». Електронне видання. URL: <https://nv.ua/opinion/kak-ukraine-stat-brendom-2477297.html>
34. Етимологічний словник української мови Інституту мовознавства ім. О.О. Потебні НАН України. Електронне видання. URL: <https://github.com/LinguisticAndInformationSystems/mphdict/wiki>
35. Академічний тлумачний словник української мови (1970—1980). Том 4, сторінка 28, права колонка. Електронне видання. URL: <http://sum.in.ua/s/industrija>
36. Великий тлумачний словник сучасної української мови / голов, ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. 1728 с.
37. Момонт Т. В. *Вісник Житомирського державного технологічного університету ЖДТУ. Серія: Економічні науки*. 2014. № 3 (69); 219 с. URL: <http://ven.ztu.edu.ua/article/view/37594>
38. Лойко О.Т. Туризм і готельне господарство. Електронне видання. URL: <http://infotour.in.ua/lojko3-1.htm>
39. Катлярчук, А. Швэды ў гісторыі й культуры беларусаў. Вільня: Інстытут беларусістыкі, 2007. 328 с.
40. Повесть временных лет // Повести Древней Руси. XI–XII века / сост. Н.В. Поньрко. Ленинград: Лениздат, 1983. 574 с.
41. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні : навч. посіб Київ. Вища школа, 2002. 195 с.

42. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с. Електронне видання. URL: http://tourlib.net/books_ukr/kyfjak_1.htm
43. Мамутов В. К. Правовая интеграция Европейско-Азиатского региона в условиях глобализации // *Бизнес. Менеджмент.Право*. 2007 г., № 2, с. 22-25.
44. Беяневич О. А. Господарське договірне право України (теоретичні аспекти): монографія. Юрінком Інтер, 2006. 592 с.
45. Колісник Г.М. Бухгалтерський облік в туризмі: навчальний посібник / Ужгород: УжНУ, 2016. 140 с.
46. Голіна О.В. Договори про надання послуг у сфери господарювання : монографія. Харків: Право. 2019. 200 с.
47. У. Левкович. Історія розвитку готельного господарства. Суть, види та становлення готельної індустрії / *Молодь і ринок* №5 (112), 2014. С. 156-161.
48. Менеджмент туристичної індустрії / І.М. Школа та ін.; навч. посібн. за заг. ред.. І.М. Школи. – Чернівці : ЧТЕІ КНЕУ, 2003. 662 с.
49. Мамутов В.К. Кодифікація : збірник наукових праць. Київ: Юрінком Інтер, 2011. 248 с.
50. Борисов К. А., Уваров Н. И. Международные туристские организации. Москва: Международные отношения, 1990. 288 с.
51. Викулова О.Н. Комментарий к Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».: Юстицинформ. Москва. 2008. 140 с.
52. Соколова І.О. Правовий режим як категорія правової науки: монографія. Харків: Право, 2014. 152 с.
53. Про туризм. Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. *Відомості Верховної Ради України*, 1995, N 31 (01.08.95), ст. 241.
54. Стригунова Д.П. Правовые основы гостиничного и туристского бизнеса. Учебное пособие. Москва. КНОРУС. 2016, 228 с.

55. On package travel, package holidays and package tours. Council Directive 90/314/EEC of 13 June 1990. *Official Journal of the European Union* EUR-lex. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A31990L0314>

56. Мілаш В.С. Правове регулювання договірних відносин із надання послуг за сучасних ринкових умов. *Вісник Національної академії правових наук України*. Харків, 2013. №2. С. 181-182

57. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации. Федеральный Закон РФ от 24.11.1996 г. №132 / *Собрание Законов РФ*. 1996. №49. Ст.5491.

58. О. В. Степанов, Ю. Ю. Горошко. Туристическая деятельность в теории хозяйственного права / *Вестник Белорусского государственного экономического университета*. 2010. №3. С. 83-87.

59. Семенова М.В. Господарсько-правове регулювання туристичної діяльності : монографія. Харків. Оберіг. 2019. 196 с.

60. Про ратифікацію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. Закон України від 16.09.2014 р. № 1678-VII. *Відомості Верховної Ради України*. 2014. № 40. Ст. 2021.

61. Угода про асоціацію між Україною та ЄС. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/984_011/.

62. Козловський Є.В. Правове регулювання туристичної діяльності: навч. посіб. Київ. Центр учбової літератури. 2015. 272 с.

63. Про ратифікацію Угоди між Україною та Європейським Союзом про внесення змін до Угоди між Україною та Європейським Співтовариством про спрощення оформлення віз. Закон України від 22.03.2013 р. № 157-VII. *Відомості Верховної Ради України*. 2014. № 10. Ст. 107.

64. Listing the third countries whose nationals must be in possession of visas when crossing the external borders and those whose nationals are exempt

from that requirement (Ukraine). Regulation (EU) 2017/850 of the European Parliament and of the Council of 17 May 2017 amending Regulation (EC) No 539/2001. *Official Journal of the European Union* EUR-lex. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:L:2017:133:FULL&from=EN>

65. Исполнительный комитет СНГ. Официальный сайт. URL: <http://www.cis.minsk.by/>.

66. Модельный закон о туристской деятельности. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: http://zakon.rada.gov.ua/go/997_g17

67. Галасюк С.С. Стандартизація, сертифікація туристичних послуг та ліцензування туристичної діяльності: навчальний посібник. Одеса. Астропринт, 2011. 234 с.

68. Правовое обеспечение туризма : учебник / Е.Л. Писаревского и др. ; под общ.ред. Е.Л. Писаревского. Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014, 336 с.

69. Офіційний веб-портал Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ). URL: <https://www.tourism.gov.ua/diyalnist>

70. Правове регулювання сфери захисту прав споживачів у Європейському Союзі та в Україні (комплексне порівняльно-правове дослідження) / Ісичко А. та ін.; за заг. ред. І. А. Грицяка. Київ: ТОВ «АТІКА-Н». 2005. 656 с.

71. Кравець І. М., Правове становище суб'єктів організаційно-господарських повноважень : монографія / І.М. Кравець. Київ: Юрінком Інтер. 2010. 240 с.

72. Про визначення понять «експорт» та «імпорт» туристичних послуг. Лист Міністерства економіки України від 20.10.1996 р. № 56-88/385. ІПС ЛІГА:ЗАКОН. Система пошуку, аналізу та моніторингу. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ME96006.html

73. Жарков Г.Н. Правовое обеспечение международного туризма : учебно-практ. пособие. Киев. Кондор, 2004, 486 с.

74. Про затвердження переліку пріоритетних галузей економіки. Розпорядженням КМУ від 14 серпня 2013 р. № 843-р. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/843-2013-%D1%80#Text>

75. Про схвалення розробленого Міністерством інфраструктури плану імплементації Директиви Ради ЄС від 13 червня 1990 р. 90/314/ЄЕС про організовані туристичні подорожі, відпочинок з повним комплексом послуг та комплексні турне». Розпорядженням КМУ від 11 березня 2015 р. № 200-р. Офіційний веб-портал Верховної Ради України URL: <http://zakon.rada.gov.ua/go/200-2015-%D1%80>.

76. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядженням КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80>.

77. Інформаційна довідка Міжпарламентського Союзу (МПС). Верховна Рада України. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/mpz/docs/1723_IPU_General_Info.htm.

78. Податковий кодекс України. Закон України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#n10624>

79. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності. Закон України від 11 вересня 2003 року № 1160-IV. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1160-15>.

80. Детенизация экономики: опыт экономико-правового и экономико-математического исследования / Сб. науч. тр./отв. ред. В. К. Мамутов. Донецк. ИЭПИ НАНУ. 2000. 250 с.

81. Воловик О.А. Погляд на право і розвиток економіко-правового дискурсу : монографія. Київ. Юрінком Інтер, 2014 р. 272 с.

82. Статистика туризма: учебник/А. Ю. Александрова и др.:под ред. А.Ю. Александровой. Москва. Федеральное агентство по туризму,2014.464 с.
83. Хмелевський О.В. Розвиток туризму в контексті євроінтеграції України. *Приазовський економічний вісник*:Електронний науковий журнал. Вип. 2 (07). 2018. С. 15-21. Запоріжжя: Електронна сторінка видання:URL: <http://pev.kpu.zp.ua/vypusk-7>
84. Січка І.І. Аналіз особливостей та розвитку туристичного ринку України: *Економіка та суспільство*. Електронне наукове фахове видання Мукачівського державного університету.Випуск 7.2016. С. 158–16 URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/7_ukr/27.pdf
85. Милашко О.Г. Статистика туризму: Навчальний посібник. Одеса: ОДЕУ. 2010.168 с.
86. Підгорний А. З., Милашко О. Г. Статистика туризму: Навчальний посібник. Одеса: ОНЕУ. 2014. 204 с.
87. WorldTravel&TourismCouncil. EconomicImpactReport 2016.Ukraine.URL: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/ukraine2018.pdf>
88. В'їзний туризм: навч. пос. / П.Ф.Коваль та ін.; заг. ред. П.Ф. Ковалю. Ніжин, вид-во Лук'яненко В.В. 2010. 304 с.
89. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год,Мадрид и Нью-Йорк. Издание ООН, 2010.167 с.
90. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Київ. НТЕУ. 2009. 463 с.
91. Платонов А. Ю. Транзитний потенціал України.*Ефективна економіка*.Електронний журнал: № 12, 2017 URL:<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5943>
92. Про туризм. Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL:<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Find>.

93. Шестопал Г.С., Коваль М.Н. Особливості технічного регулювання туристичних послуг. *Сталий розвиток туризму на засадах партнерства. Освіта, наука, практика: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., (м. Львів, 31 жовтня -1 листопада 2018 р.): ЛТЕУ. 2018. С.147-150.*
94. Про туризм. Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: ([1282-15](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15))<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>.
95. Паньків Н.М. Туристичні ресурси та їхні класифікації / *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія : Географія.* 2014. № 2. С. 93-99.
96. Про туризм. Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: ([2468-17](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2468-17))<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2468-17>.
97. Про туризм. Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: ([2608-17](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2608-17))<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2608-17>.
98. Про туризм. Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: ([3679-17](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3679-17))<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3679-17>.
99. Про туризм. Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: ([4385-17](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4385-17))<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4385-17>.
100. Про туризм. Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: ([5316-17](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5316-17))<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5316-17>.
101. Про туризм. Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: ([639-18](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/639-18))<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/639-18>.
102. Основы индустрии гостеприимства: Романов В. В. и др. Дашков и Ко; Электронное издание. 2009, 153 с.

103. С.І. Селецький. Правове регулювання туризму в Україні: навчальний посібник. Київ: «Центр учбової літератури». 2012. 186 с.
104. Биржаков М. Б. Введение в туризм. СПб.: Издательский дом «Герда», 2007, 576 с.
105. Про затвердження порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання). Постанова КМУ від 29 липня 2009 р. № 803. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2009-%D0%BF#Text>
106. Алієва - Барановська В.М., Дахно І.І. Міжнародний туризм навч. посіб. - довідник / Київ: «Центр навчальної літератури», 2013. 344 с.
107. Федорченко Н.В. Договірні зобов'язання з надання послуг: проблеми теорії і практики: монографія / Київ: НДІ приватного права і підприємництва НАПрН України. 2015, Юрінком Інтер. 2015. 328 с.
108. Гудыма М.М. Защита прав потребителей по договору о предоставлении туристских услуг : дис. ... канд. юр. наук : спец. 12.00.03 / Киев: НДИ частного права и предпринимательства НАПрН Украины. 2012. 247 с.
109. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 травня 2015 року «Про Стратегію національної безпеки України». Указ Президента України від 26 травня 2015 року № 287/2015. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/287/2015>
110. М. М. Маринин. Туристские формальности и безопасность в туризме. М.: Финансы и статистика, 2004. 144 с. URL: http://tourlib.net/books_tourism/marinin0.htm.
111. Єдиний державний реєстр судових рішень Офіційний веб-портал Судова влада України. URL: <http://reyestr.court.gov.ua>
112. Вольвач Я. В. Туристские услуги как объект гражданских правоотношений: монография. Москва: Норма, Инфра-М, 2012. 128 с.

113. Єдиний державний реєстр судових рішень Офіційний веб-портал Судова влада України. URL: <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/48984904#>

114. Про особливості провадження інвестиційної діяльності на території Автономної Республіки Крим Закон України від 10 жовтня 2013 року. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/639-18#Text>

115. Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць. Закон України від 6 вересня 2012 року № 5205-VI. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5205-17#Text>

116. Конституція України. Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 року. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#n4314>

117. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. Москва: Финансы и статистика. 2003. 400 с.

118. Волошин Н. И. Туристская деятельность как предмет правового регулирования. Москва: *Теория и практика физической культуры*. №11 – 1999 г. URL: <http://sportlib.info/Press/TPFK/1999N11/p56-59.htm>

119. Про стандартизацію. Закон України від 05.06.2014 № 1315–VII Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1315-18#Text>

120. О.П. Подцерковний, О.А. Беляневич. Кодифікація економічного законодавства – вдосконалення на основі закордонного досвіду і аналізу вітчизняного застосування. *Голос України*. №67(6321) від 13.04.2016 р. С.4.

121. Про туризм. Проект Закону від 24.02.2014 р. № 4224. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=49894.

122. А.Д. Чудновский, М.А Жукова, В.С. Сенин. Управление индустрией туризма: учебное пособие. Москва: КНОРУС. 2005. 448 с.

123. Рєзнїкова В. В. Правова природа їнституту туристичного обслуговування / В. В. Рєзнїкова // *Бюлетень Міністерства юстиції України*. - 2010. - № 9. С.70-81. URL:http://nbuv.gov.ua/j-pdf/bmju_2010_9_10.pdf

124. Фединець Н.І. Організаційні аспекти діяльності вітчизняних підприємств туристичної сфери в умовах кризи. *Вїсник Львівської комерційної академії. Серія економічна*. 2016. Вип.50.С.182-186. URL:http://tourlib.net/statti_ukr/fedynec2.htm

125. Государственное и муниципальное управление в сфере туризма : учебник / Е.Л. Писаревского и др.; под общ. ред. Е.Л. Писаревского. Москва : Федеральное агентство по туризму. 2014.192 с.

126. Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право. Книга третья: Договоры о выполнении работ и оказании услуг. Москва: «Статут», 2002. 1055 с.

127. Сирик Н. В.; Кусков А. С.Правовая природа договора о реализации туристского продукта.*Вїсник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. № 1042. 2013. С. 132-137.

128. Устїнський А.В Цивільно-правове регулювання відносин у сфері надання готельних послуг : дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / А.В. Устїнський; Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. Івано-Франківськ, 2016. 242 с.

129. Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та їншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання).Постанова КМУ від 29 липня 2009 р. № 803. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2009-%D0%BF#Text>

130. Задихайло Д.В. Господарсько-правове забезпечення економічної політики держави: монографія. Харків: Юрайт. 2012. 456 с.

131. Цивільний кодекс України. Закон України від 16.01.2003 № 435 – IV. Офіційний вісник України, 2003, N 11 (28.03.2003), ст. 461.

132. Council Directive 90/314/EEC of 13 June 1990 on package travel, package holidays and package tours. *Право Євросоюзу* // Official Journal. – 1990. – L. 158. – P. 59–64. URL: https://europa.eu/european-union/law_en.

133. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні. Закон України від 16 липня 1999 року № 996-XIV. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>

134. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку Наказ Міністерства фінансів України від 07 лютого 2013 року №73. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/z0027-00#Text>

135. Мілаш В.С. Перспективи модернізації договірних правовідносин у сфері господарювання: монографія / Харків: ХНУМГ, 2014. 227 с.

136. Гражданский кодекс РФ. Федеральний Закон РФ от 30.11.1994 р. №51. Собрание Законодательства РФ. 1994. URL: <http://www.szrf.ru/szrf/doc.phtml?nb=100&issid=1001994032000&docid=4570>

137. Баєв В.В. Методичні рекомендації до самостійної роботи з дисципліни Стандартизація і сертифікація туристичних послуг. Київ: МАУП, 2014. 47 с.

138. EUR- lex. Official website of the European Union. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/AUTO/?uri=CELEX:32008R0593&qid=1476282402306&rid=1>

139. Герчикова И.Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики: учеб. пособие. Москва: Консалтбанкир, 2002. 574 с.

140. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности. Учебник. Москва. Финансы и статистика. 2005. 256 с.

141. Про захист економічної конкуренції. Закон України від 11 січня 2001 року № 2210-III. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>

142. Голіна О.В., Проблеми спеціалізації господарсько-правового регулювання договірних відносин із надання послуг / *Науковий вісник*

Міжнародного гуманітарного університету. Сер. Юриспруденція, 2014 №10-2 том 1.С. 217-220.

143. Подцерковний О.П., Загальні і спеціальні норми: проблеми виявлення та вирішення конкуренції / О.П. Подцерковний // Вісник господарського судочинства. 2009. №6. С.34 – 43.

144. Отраднова О.А. коментар до гл.47. Коментардо Цивільного кодексу України станом на 15.11.2007 р. Всеукраїнська мережа ЛІГА:ЗАКОН.URL: www.ligazakon.ua .

145. Алексеев С.С. Социальная ценность права в советском обществе. Москва: Юридическая литература. 1971. 223 с.

146. Савицкий, В.М. Язык процессуального закона (вопросы терминологии) / Москва: Наука, 1987. 288 с.

147. Шульга Р.Р. Категорія «торгівля послугами»: сутність та проблеми застосування у господарському законодавстві України / *Форум права*. 2010. № 4.С. 976-981.

148. Брагинский М.И. Договор подряда и подобные ему договоры / Москва: Статут, 1999. 254 с.

149. Торговый кодекс Японии / под общ. ред. Тэцуо Сато, В.С. Поздняковой; ред. Н.Г. Семилютина; Москва: Микап, 1993. 252 с.

150. Сакаэ Вагацума. Гражданское право Японии. Москва: Прогресс. 1983. 334 с.

151. Шешенин Е.Д. Предмет обязательства по оказанию услуг // Сб. уч. тр. Свердловского юрид. ин-та, Вып.3. Свердловск, 1964. С. 179-181.

152. Договірне право України. Особлива частина: навчаль. посіб. Т.В. Боднар та ін. : під ред. О.В. Дзери. Київ: Юринком Інтер. 2009. 1200 с.

153. Шаблова Е.Г. Гражданско-правовое регулирование отношений возмездного оказания услуг:автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03Екатеринбург, 2002. 44 с.

154. Гриняк А.Б. Договірні зобов'язання по виконанню робіт в цивільному законодавстві України: автореф. дис. ... д-ра юрид. наук: 12.00.03. Київ. 2013. 34 с.
155. Советское гражданское право: в 2 томах / О.А. Красавчиков, Р.О. Халфина, Л.Г. Кузнецова и др.; под общ. ред. О.А. Красавчикова. Москва: Высшая школа, 1968. Т.1. 544 с.
156. Калмыков Ю.Х. К понятию об оказании услуг в гражданском праве Избранное. Труды. Статьи. Выступления / сост. О.М. Козырь, О.Ю. Шиловост. Москва: Статут, 1998. 312 с.
157. Ситдикова Л.Б. Правовое регулирование отношений по возмездному оказанию услуг : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : спец. 12.00.03. Казань, 2002. 22 с.
158. Луць В.В. Контракти у підприємницькій діяльності: навч. посібник / Київ: Юрінком Інтер. 2008. 573 с.
159. Баринов Н.А. Услуги (социально-правовой аспект). Саратов, 2001. 162 с.
160. Зобов'язальне право: теорія і практика: навч. посіб. / В.В. Луцьта ін.; За ред. О.В. Дзери. Київ: Юрінком Інтер, 1998. 912 с.
161. Кротов М.В. Обязательство по оказанию услуг в советском гражданском праве: Учебное пособие. Ленинград, 1990. 189 с.
162. Мілаш В.С. До питання про об'єкт договору про надання послуг / *Вісник господарського судочинства*. № 4. 2008. С.72-77.
163. Рєзнікова В. В. Правове регулювання посередництва у сфері господарювання (теоретичні аспекти) : монографія / Харків. 2010. 706 с.
164. Господарський кодекс України Верховна Рада України. Закон України від 16.01.2003 року № 436-IV. *Офіційний вісник України* № 11. 2003. Ст. 462.
165. Правик Ю.М. Маркетинг туризму: підручник / Київ: Знання. 2008. 303 с.

166. Поповська І. П. Правові основи програмного регулювання господарської діяльності в Україні : автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.04 / ОНЮА. Одеса. 2010. С.14.

167. Про державну допомогу суб'єктам господарювання. Закон України від 1 липня 2014 року № 1555-VII. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1555-18#Text>

168. Про Український культурний фонд. Закон України від 23 березня 2017 року №1976-VIII. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1976-19#Text>

169. Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности. URL: http://tourlib.net/books_tourism/zorin08.htm

170. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год. ООН, 2010. 167 с.

171. Коронавірус обвалив міжнародний туризм: ООН прогнозує скорочення галузі на 70%. Телевізійна служба новин. Офіційний сайт. URL: https://tsn.ua/tourism/koronavirus-obvaliv-mizhnarodniy-turizm-oon-prognozuye-skorochennya-galuzi-na-70-1659170.html?utm_source=page&utm_medium=readmore

172. В ООН підраховали збитки туристичної галузі через пандемію. Телевізійна служба новин. Офіційний сайт. URL: https://tsn.ua/tourism/v-oon-pidrahuvali-zbitki-turistichnoyi-galuzi-cherez-pandemiyu-1626742.html?utm_source=page&utm_medium=readmore

173. Коронакриза завдала мільярдні збитки туризму в Україні: скільки втратила галузь. Телевізійна служба новин. Офіційний сайт. URL: <https://tsn.ua/tourism/koronakriza-zavdala-milyardni-zbitki-turizmu-v-ukrayini-skilki-vtratila-galuz-1709602.html>

174. Зорин И.В. Туризм как вид деятельности: учебник для студентов высш. учебн. заведений / Москва: Финансы и статистика, 2008. 286 с.

175. Науково – практичний коментар Господарського кодексу України: О.А. Беляневич та ін.;/ за заг. ред. Г. Л. Знаменського, В.С. Щербини. Київ: Юрінком Інтер, 2012. 776 с.
176. Международный туризм: учеб. пособ. / Т.В. Божидарник,и др. Киев: «Центр учебной литературы», 2012. 312 с.
177. А.С. Кусков, Н.В. Сирик. Оказание туристских услуг: гражданско-правовое регулирование / Москва. Юстицинформ. 2013, 109 с.
178. Уемов А. И. Системный подход и общая теория систем. Москва. «Мысль», 1978, 272 с.
179. Шуремов Е. Л. Теория систем и системный анализ. Коротко о главном. /«Издательские решения», 44 с.
180. Садовский В. Н. Основания общей теории систем: логико-методологический анализ / Москва. Наука, 1974.280 с.
181. Керимов Д. А. Философские основания политико-правовых исследований / Москва. Мысль, 1986. 336 с.
182. Договірне право України. Особлива частина: навчаль. посіб. Т.В. Боднар та ін.: під ред. О.В. Дзеры. Київ: Юрінком Інтер, 2008. 896 с.
183. Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство. Учебное пособие. Томск: ТПУ, 2005. 152 с.
184. Коваль В. М. Загальні і спеціальні норми господарського права. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия: Юридические науки.* Том 24 (61). № 1. 2011. С. 80-89.
185. ДССТУ. Офіційний веб-портал ДССТУ.
URL:http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm
http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publtur_u.htm
186. Про заходи подальшого розвитку туризму. Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 1999 року № 728. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL:<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/728-99-%D0%BF>

187. Про Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року. Указ Президента України № 973/99 від 10 серпня 1999 року. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/973/99> .

188. Каракаш І. І. Туристичне законодавство України: сучасний стан і перспективи розвитку / *Актуальні проблеми держави і права: Збірник наукових праць*. Вип. 37 / Одеса: Юридична література, 2008. с.169 –173.

189. Про заходи щодо розвитку курортної зони Великої Ялти. Указ Президента України від 9 квітня 1997 року № 313/97. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/313/97>

190. Про економічний експеримент «Курортополіс Трускавець». Указ Президента України від 18 березня 1998 року № 199/98. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/199/98> .

191. Про Комплексну програму соціально-економічного розвитку Великої Ялти як курорту загальнодержавного значення Постанова Кабінету Міністрів України № 9 від 5 січня 1998 року. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/9-98-%D0%BF>.

192. Про спеціальну економічну зону туристсько-рекреаційного типу «Курортополіс Трускавець». Закон України від 18 березня 1999 року №514-XIV. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/514-14>.

193. Тимчишин-Чемерис Ю.В. Туристичний кластер – форма розвитку та успіху туристичної діяльності регіону. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. Вип. 4. Миколаїв: МНАУ. 2015, с.44-57.

194. Теребух А. А. Туристичний кластер як форма посилення конкурентних переваг регіону / *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Вип. 20.12 с. 265-271.

195. Про деякі заходи щодо розвитку туристичної та курортно-рекреаційної сфер України. Указ Президента України від 11 березня 2003 року № 207/2003 Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL:<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/207/2003>.

196. Про заходи щодо поліпшення роботи з використання і охорони територій курортно-оздоровчого та рекреаційного призначення в Одеській області. Постанова Кабінету Міністрів України від 10 грудня 2003 року № 1900. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL:<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1900-2003-%D0%BF>.

197. Судова практика з розгляду цивільних справ про захист прав споживачів (2009 - 2012 рр.). Витяг від 01.02.2013 року. . Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0006700-13?find=1&text=%F2%F3%F0%E8%F1%F2#w12>

198. Ляшенко А.А. Господарсько-правові засоби державного впливу на розвиток індустрії гостинності України: шляхи підвищення конкурентоспроможності. *Visegrad Journal on Human Rights*. 2020. № 6 (volume 1). С. 265-270.

199. Ушаков Д.С. Прикладной туруперейтинг. Москва: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2004. 416 с.

200. Попова Л. В. Технологии въездного и выездного туризма: учебное пособие. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2012. 168 с.

201. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: Справочник. Москва: Финансы и статистика, 2003. 368 с.

202. Редько В.Є. Посібник до самостійного вивчення дисципліни «Основи туризмознавства». Дніпропетровськ: Біла К.О., 2014. 63 с.

203. Александрова А. Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования / *Современные проблемы сервиса и туризма*. № 1. 2007. С. 51-61. URL: <https://readera.org/turistskie-klastery-soderzhanie-granicy-mehanizm-funkcionirovaniya-140205834>

204. Швец И. Ю. Пространственно-региональная кластеризация туристического комплекса / Маркетинг і менеджмент інновацій. № 2. 2011. С.65-73.
205. Крайник О. П. Біль М.М. Туристичний кластер регіону як форма соціального діалогу: управлінський аспект / Науковий вісник «Демократичне врядування»: електронне фахове видання. Вип. 4. 2009. URL: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/DeVr/2009_4/zmist.html.
206. Дишловый И. М. Особенности функционирования регионального рекреационно-туристического кластера та його регулювання / Економіка і управління. № 6. 2010. С. 69-75. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/dyshlovyy3.htm
207. Портер М. Э. Конкуренция / Москва: Изд. дом «Вильямс», 2005. 608 с.
208. Rubies E. B. Improving public-private sectors cooperation in tourism: A new paradigm for destinations// Tourism Review. 2001. 56 (3/4). P. 38–41.
209. Моделирование туристских кластеров дестинации. / М. А. Морозов и др. //Прикладная информатика. № 6(42). 2012. С. 72-80.
210. Кружалин В. И. Туристско-рекреационные кластеры новые стратегии развития регионального туризма / Курортное дело, туризм и рекреация. ЗАО "Учебно-методический центр "Голицыно". № 4. 2009. С. 29-32.
211. Шабалина Н. В. Введение в туристскую кластеризацию. Официальный сайт Консалтинговой компании «Бизнес-Мотор». URL: <http://www.bzm.su/articles/article-05>
212. Зырянов А. И., Мышлявцева С. Э. Туристские объекты, районы, кластеры // Туризм в глубине России2010: Материалы международного научного семинара (19–25 июля 2010). Географический факультет Пермского государственного университета. С.4.
213. Про схвалення Концепції Загальнодержавної програми розвитку малого і середнього підприємництва на 2014–2024 роки. Розпорядження

КМУ України від 28.08.2013 р. № 641-р. *Офіційний вісник України* № 69. 2013. Ст. 2543.

214. The European cluster memorandum. Promoting European Innovation through Clusters: The Role of Competition, Trans-National Cooperation, and Cluster Initiative Best Practices / Prepared by Center for Strategy and Competitiveness, CSC Europe INNOVA Cluster Mapping Project European Cluster Alliance. URL: [www.ipyme.org/.../Memorandum EuropeoClusters.pdf](http://www.ipyme.org/.../Memorandum%20EuropeoClusters.pdf)

215. Сорокин П.А. Социальная и культурная динамика: исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений. СПб. РХГИ. 2000 .1056 с.

216. Морозов М. А., Львова Т. В. Методика сбора и представления информации о регионе с целью оценки туристского потенциала методом моделирования // *Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования*. Международной научно-практической конференции. Москва 28–29 апреля 2009 года. МГУ им. М. Ломоносова. Географический факультет. Москва. 2009. С.140-148.

217. Ніколаєв Ю.О. Туристичні кластери в Україні / *Вісник соціально-економічних досліджень*. випуск 4 (47). С.336-341.

218. Кальченко О.М. Кластеризація в туристичній галузі / *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2009. №39.С.186-195. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/kalchenko5.htm.

219. Соколенко С.И. Перспективы развития кластеров туризма в Украине / *Бизнес-партнер*. Севастополь, 2004. №3 (67). С. 13.

220. Черторижинський В.М., Колодійчук А.В. Організаційні аспекти формування сприятливого інвестиційного клімату в регіоні / *Науковий вісник НЛТУ України*. Вип. 20.11. 2010. С. 267-272.

221. Адамова К.З. Тематические туристские кластеры / *Новый век: история глазами молодых*. Саратов: Изд-во Саратовского университета. Вып.7. 2008.С.215-218.

222. Олег Стоцький. Кластери у світовій індустрії туризмуЗбірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених "Економіка України в умовах глобалізації і регіоналізації" (м. Тернопіль, 3-4 квітня 2014 р.). Тернопіль: ТНЕУ, 2014. С.289-292. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/stockyj.htm
223. The Cluster Consortium Strategy in Action Report. Johannesburg, 1999.URL:<http://www.ecgroup.com/documents/South%20Africa%20Master.pdf>
224. Информационный портал о Мексике и единый сервисный центр недвижимость, иммиграция, адаптация, бизнес, туризм. URL: <http://www.amazingmexico.ru/news/mexicotravel>
225. Афанасьев О. Є. Типология туристских кластеров, включенных в ФЦП «Развитие въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации» / *Современные проблемы сервиса и туризма.* № 1(том10). 2016.С. 37-46 URL: http://spst-journal.org/papers/2016/2016_01/2-1-0-168
226. Шильченко Т.Н. Перспективы развития туристских кластеров в Российской Федерации /*Вестник Таганрогского института управления и экономики.* Таганрог. 2015. №1. С.65-70. URL: http://tourlib.net/statti_tourism/shilchenko.htm
227. Асатурова А.С. Кластери у туристичній сфері як елемент інноваційної інфраструктури регіону. *Соціально-економічні, політичні та гуманітарні виміри національного та місцевого розвитку. Збірник наукових статей.* Полтава. ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2018. С. 99-102. URL: <http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/10627>
228. Миронов Ю.Б. Туристичний кластер як прогресивна модель розвитку туризму в регіоні. *Стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України на інноваційних засадах.* Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 2-3 листопада 2017 р.) Львів. 2017. С.142-143.
229. Александр Лиев. Развитие туризма: рецепт для Украины. [Електронний ресурс]. URL: http://tourlib.net/statti_tourism/liev.htm

230. Буткевич О.В. Кластер як об'єкт господарсько-правової політики /*Юрист України*. Харків: Право. № 4 (25). 2014. С. 43-49.
231. Рейтинг Mastercard Global Destination Cities Index. *Нове Время* №36 від 6 жовтня 2017 року. URL: <https://style.nv.ua/ukr/life/travel/top-10-najbilsh-vidviduvanih-inozemnimi-turistami-mist-svitu-infografika-1977714.html>
232. Рейтинг Mastercard Global Destination Cities Index. *Нове Время* №36 від 6 жовтня 2017 року. URL: <https://style.nv.ua/ukr/life/travel/nv-pidgotuvalo-infografiku-pro-te-de-najbilshe-zarobljajut-na-turizmi-1930966.html>
233. *Нове Время* №36 від 6 жовтня 2017 року. URL: <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/shchoroku-minus-10-miljardiv-ukrajina-vtrachaje-veliki-hroshi-vid-zanepadu-turistichnoji-haluzi-2466129.html>
234. *Україна-Китай*. № 13.2018. URL: <http://sinologist.com.ua/wp-content/uploads/2018/10/ukraine-china-n13-2018.pdf>
235. План заходів з реалізації у 2018-2020 роках Стратегії економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 року. Програма розвитку туризму та курортів в Одеській області на 2017 - 2020 рр. Офіційний веб-портал Департаменту економічної політики та стратегічного планування. URL: <http://dair.odessa.gov.ua/programmy>
236. Джуринський В.О. Правове становище господарських об'єднань в Україні: монографія. Київ: Юрінком Інтер. 2010. 224 с.
237. Ляшенко А.А. Господарська діяльність як визначальна ознака туризму: аналіз існуючих доктринальних підходів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Юридичні науки»*. 2016. Вип. 5. Т.1. С. 128-133.
238. Глобальний етичний кодекс туризму, від 01 жовтня 1999 р. Верховна Рада України. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/983_001#Text

239. Про затвердження плану заходів з реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року у 2018 році: наказ МЕРТУ від 28.12.2017 р. № 1902. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1902731-17>

240. Про затвердження плану заходів з реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року у 2019 році: наказ МЕРТУ від 5 березня 2019 року № 346. URL : <https://ips.ligazakon.net/document/view/ME190300>

241. Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності: Постанова Кабінету Міністрів України від 11 листопада 2015 р. № 991. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/991-2015-%D0%BF#Text>

242. Про затвердження Порядку доведення до споживачів інформації про вид об'єкта туристичної інфраструктури та його категорію: Постанова Кабінету Міністрів України від 3 липня 2013 р. № 470. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/470-2013-%D0%BF#Text>

243. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» : наказ Міністерства фінансів України від 29.11.1999 № 290. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>

244. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України від від 22.03.2012 р. № 4618-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2013, № 3, ст.23.

245. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби COVID-19: Закон України від 16.06.2020 р. № 692-IX. ВВР, 2020, № 43, ст.371.

246. Підтримка туризму: Фоменко пояснила, які законодавчі зміни вносять у Раду URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3014903-pidtrimka-turizmu-fomenko-poasnila-aki-zakonodavci-zmini-vnosat-u-radu.html>

247. Про управління об'єктами державної власності: Закон України від 21.09.2006 р. № 185-V. ВВР, 2006, № 46, ст. 456.
248. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 01.07.2010 № 2404-VI. ВВР, 2010, № 40, ст. 524.
249. Нездоймінов С.Г., Александрочкина П.О. Державно-приватне партнерство як вектор розвитку регіонального туризму. Економіка і суспільство. 208. № 18. С. 622-629.
250. Акимова О.Е., Волков С.К. (2012). Государственно-частное партнерство как инструмент развития индустрии туризма в Российской Федерации. *Региональная экономика: теория и практика*. Вып.2 (233). С. 43–48.
251. Єдиний реєстр об'єктів державної власності. URL: <http://www.spfu.gov.ua/ua/content/spf-stateproperty-info.html>
252. Загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон: Закон України 13.10.1992 № 2673-XII. ВВР, 1992, N 50, ст.676
253. Пояснювальна записка до проекту Закону України про спеціальну економічну зону туристсько-рекреаційного типу "Туристичне Закарпаття". URL : <https://ips.ligazakon.net/document/GI02471A?an=3>
254. Василюєва Л.М., Дацій Н.В. Кластер як механізм модернізації рекреаційної сфери регіону. Ефективна економіка. 2019. № 8. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/8.pdf
255. Ляшенко А.А. Правова природа і понятійний апарат туристичної діяльності по створенню і реалізації турпродукту. *Юридичний науковий електронний журнал*. № 5/2016. С. 35-38.
256. Ляшенко А.А. Особливості структури туристичного продукту як комплексу господарських зобов'язань. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Юриспруденція»*. 2016. № 22. С.113-117.

257. Ляшенко А.А. Туристичні послуги: сутнісна характеристика та специфічні ознаки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Право*. 2016. Випуск 40. Том 1. С. 91-96.

ДОДАТКИ

Додаток 1

Публікації здобувача за темою дисертації

1. Ляшенко А.А. Особливості господарсько-правового регулювання туристичної діяльності в Україні та в зарубіжжі: досвід євроінтеграції та міжнародного співробітництва. *Национальный юридический журнал: теория и практика. Научно-практическое правовое издание*. Республика Молдова. 2016. №5 (21). С. 110-115.

2. Ляшенко А.А. Правова природа і понятійний апарат туристичної діяльності по створенню і реалізації турпродукту. *Юридичний науковий електронний журнал*. № 5/2016. С. 35-38.

3. Ляшенко А.А. Особливості структури туристичного продукту як комплексу господарських зобов'язань. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Юриспруденція»*. 2016. № 22. С.113-117.

4. Ляшенко А.А. Туристичні послуги: сутнісна характеристика та специфічні ознаки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Право*. 2016. Випуск 40. Том 1. С. 91-96.

5. Ляшенко А.А. Господарська діяльність як визначальна ознака туризму: аналіз існуючих доктринальних підходів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Юридичні науки»*. 2016. Вип. 5. Т.1. С. 128-133.

6. Ляшенко А.А. Господарсько-правові засоби державного впливу на розвиток індустрії гостинності України: шляхи підвищення конкурентоспроможності. *Visegrad Journal on Human Rights*. 2020. № 6 (volume 1). p. 265-270.

7. Ляшенко А.А. Особливості структури туристичного продукту як комплексу господарських зобов'язань. *Інтеграція юридичної науки і*

практики як основа сталого розвитку вітчизняного законодавства: матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Дніпро, 25–26 листопада 2016 р.). Юрид. факультет Дніпропетровського гуманітарного університету. м. Дніпро, 2016. С. 113-116.

8. Ляшенко А.А. Розвиток правової системи сучасної України: питання вдосконалення правового регулювання туристичної діяльності. *Актуальні питання розвитку державності та правової системи в сучасній Україні*: матер. Міжнар. наук.-практ. конф.(м. Запоріжжя, 28–29 жовтня 2016 р.). Юрид. факультет Запорізького національного університету. Запоріжжя, 2016. С. 61-64.

9. Ляшенко А.А. Туристичні послуги: сутнісна характеристика та специфічні ознаки. *Верховенство права та правова держава*: матер. Міжнар. наук.-практ. конф.(м. Ужгород, 21–22 жовтня 2016 р. Юрид. факультет Ужгородського національного університету. Ужгород, 2016. С. 80-82.

10. Ляшенко А.А. Господарська діяльність як визначальна ознака туризму: аналіз існуючих доктринальних підходів.*Тенденції та пріоритети реформування законодавства України*: матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Херсон, 9–10 грудня 2016 р.). Відп. за вип. В.М. Стратонов.Юрид. факультет Херсонського державного університету. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2016. С. 62-65.

11. Ляшенко А.А. Особливості господарсько-правового регулювання туристичної діяльності в Україні та в зарубіжжі: досвід євроінтеграції та міжнародного співробітництва.*Концепція розвитку правової держави в Молдові і Україні в умовах євроінтеграційних процесів*: матер. Міжнар. наук.-практ. конф.(м. Кишинів, 4–5 листопада 2016 р.). Відп. ред. проф. В. Бужор. Ин-т юридических и политических исследований Академии наук Республики Молдова,Славянский университет, Институт уголовного права и прикладной криминологии. м. Кишинів, Республіка Молдова, 2016. С. 146-148.

ВІДОМОСТІ ПРО АПРОБАЦІЮ РЕЗУЛЬТАТІВ

Основні теоретичні положення, висновки та пропозиції, сформульовані в дисертації, доповідалися й обговорювалися на наукових заходах, серед яких:

Міжнародна науково-практична конференція «Інтеграція юридичної науки і практики як основа сталого розвитку вітчизняного законодавства» (м. Дніпро, 25-26 листопада 2016 р.);

Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні питання розвитку державності та правової системи в сучасній Україні» (м. Запоріжжя, 28-29 жовтня 2016 р.);

Міжнародна науково-практична конференція «Верховенство права та правова держава» (м. Ужгород, 21-22 жовтня 2016 р.);

Всеукраїнська науково-практична конференція «Тенденції та пріоритети реформування законодавства України» (м. Херсон, 9-10 грудня 2016 р.);

Міжнародна науково-практична конференція «Концепція розвитку правової держави в Молдові та Україні в умовах євроінтеграційних процесів» (м. Кишинів, Республіка Молдова, 4-5 листопада 2016 р.);

засідання кафедри господарського права і процесу НУ «ОЮА».