

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.
«_____» _____ 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

на тему:

**Оптимізація взаємодії суб'єктів ринку
туристичних послуг в Україні**

Виконавець: здобувач вищої освіти Синчук Марія Юріївна

Науковий керівник: к. геогр. н., доцент кафедри міжнародного туризму та
країнознавства **Борисюк Оксана Анатоліївна**

Нормоконтролер:

(підпис)

Борисюк Оксана Анатоліївна
(П.І.Б.)

КИЇВ – 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

Спеціальність: 242 «Туризм»

ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.

« ____ » _____ 2021р.

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Синчук Марії Юріївни

(прізвище, ім'я, по-батькові випускника в родовому відмінку)

Тема дипломної роботи: ОПТИМІЗАЦІЯ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ
РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ, затверджена наказом ректора
№ 688 /ст від «29» квітня 2021 р.

2. Термін виконання роботи: з «17» травня 2021 р. по «20» червня
2021 р.

3. Вихідні дані до роботи: дослідження має теоретичний і
практичний характер, виконане на основі аналізу літературних та Інтернет-
джерел з теми дослідження, статистичних даних Державної служби
статистики України та турфірми «TUI Україна».

4. Зміст дипломної роботи:

РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади дослідження ринку туристичних послуг

РОЗДІЛ 2. Дослідження взаємодії між суб'єктами ринку туристичних
послуг в Україні

РОЗДІЛ 3. Удосконалення взаємодії між суб'єктами на ринку
туристичних послуг

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу:
Рис.1.1. Схема функціонування ринку туристичних послуг, Рис 1.2. Структура
взаємодії суб'єктів на ринку туристичних послуг, табл.1.1. Суб'єкти ринку
туристичних послуг, Рис. 1.3. Суб'єктами туристичної діяльності, табл. 1.2.

Основні відмінності між суб'єктами «туристичний оператор» та «туристичний агент», Рис 1.4. Туристичний кругообіг, Рис. 1.5. Договірні відносини в туризмі, Рис. 2.1. Динаміка кількості туристичних підприємств в Україні за 2011-2019 рр., табл.2.1. Кількість суб'єктів туристичної діяльності за регіонами, Рис. 2.2. Динаміка кількості обслугованих туристів туроператорами та туристичними агентами України за 2011-2019 рр., табл.2.2. Динаміка доходів туристичних підприємств України за 2011-2019 рр., млн. грн., табл.2.3. Рейтинг туристичних операторів України за кількістю обслугованих туристів у 2018-2019 рр., табл.2.4. Динаміка основних показників фінансово-господарської діяльності туристичного оператора «TUI Ukraine», м. Київ у 2017 – 2019 рр., тис. грн., Рис. 2.3. Контрагентська збутова мережа ТОВ «TUI Ukraine», табл.2.5. Види договірних відносин між туроператором і турагентом, табл.2.6. Динаміка кількості реалізованих тур пакетів «TUI Ukraine» безпосередньо споживачам та через мережу тур агентів у 2017-2019 рр., Рис. 2.4. Об'єднана агентська мережа, Рис.3.1. Проблемні аспекти розвитку взаємодії на туристичному ринку.

6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	29.04 - 02.05 2021 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	03.05 - 07.05 2021 р.	Виконано
3.	Зібрати, проаналізувати і узагальнити матеріал щодо теоретичних аспектів взаємодії між туроператорськими та турагенськими компаніями.	08.05 - 10.05 2021 р.	Виконано
4.	Проаналізувати дані дослідження організації взаємодії між туроператорськими та турагенськими компаніями. Написати другий розділ роботи.	11.05 - 15.05 2021 р.	Виконано

5.	Визначити шляхи вдосконалення взаємодії між туроператорськими та турагенськими компаніями.	16.05 - 22.05. 2021 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки.	23.05 - 28.06 2021 р.	Виконано
7.	Підготувати реферат. Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	29.05 - 01.06 2021 р.	Виконано
8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	02.06 - 06.06 2021 р.	Виконано
9.	Захист дипломної роботи	16. 06. 2021 р.	

7. Дата видачі завдання: «29» квітня 2021 р.

Науковий керівник дипломної роботи _____ Борисюк О.А.
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____ Синчук М.Ю.
(підпис випускника) (П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Оптимізація взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг в Україні»: 85 сторінок пояснювальної записки, 6 додатків на 25 сторінках, 10 рисунків, 8 таблиць, 44 використаних джерел.

Об'єктом дослідження є суб'єкти туристичної діяльності.

Предметом дослідження є оптимізація взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг на прикладі туроператора TUI Україна.

Метою дипломної роботи є аналіз стану взаємодії між суб'єктами туристичного ринку та розробка заходів щодо оптимізації цієї взаємодії.

Під час написання дипломної роботи було використано загальнонаукові та спеціальні **методи** наукового дослідження: метод статистичного аналізу; теоретичний аналіз джерел інформації з проблеми дослідження; метод порівняння; графічний метод, узагальнення, індукції та SWOT аналіз.

Наукова новизна полягає в удосконаленні існуючих та розробленні нових способів взаємодії між туроператорськими та турагентськими компаніями.

Практичне і теоретичне значення роботи полягає у тому, що отримані дані можуть використовуватися у практичній діяльності фахівців туристичної сфери в Україні, а також у навчальному процесі, зокрема при викладенні курсів «Менеджмент туризму», «Туроперейтинг» та «Діагностика ринку туристичних послуг».

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	12
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	16
1.1. Суть ринку туристичних послуг	16
1.2. Характеристика суб'єктів туристичної діяльності	21
1.3. Організаційно-правові аспекти діяльності суб'єктів туристичної діяльності	28
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ СУБ'ЄКТАМИ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	37
2.1. Аналіз діяльності суб'єктів ринку турпослуг України	37
2.2. Система організації та управління взаємодією суб'єктів туристичної діяльності	46
2.3. Узагальнення досвіду взаємодії на прикладі туроператорської та турагентської компаній	52
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ СУБ'ЄКТАМИ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	56
3.1. Проблеми взаємодії між суб'єктами туристичної діяльності на туристичному ринку	56
3.2. Інновації в організації взаємодії між суб'єктами туристичної діяльності в країнах світу	59
3.3. Шляхи оптимізації взаємодії між суб'єктами на ринку туристичних послуг в Україні	68
ВИСНОВКИ	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	81
ДОДАТКИ	86

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Специфіка сьогоденної ситуації полягає у тому, що вже відбулося усвідомлення важливості розвитку туризму як ефективного засобу значних валютних надходжень, створення нових робочих місць, стимулу для розвитку соціальної та ринкової інфраструктури, потенційного об'єкту інвестування тощо. Туризм є не тільки однією з форм людської життєдіяльності, але також і важливим суспільно-господарським явищем сучасного світу.

Туризм – це динамічна і багатопланова діяльність, що присутня в суспільній, культурній, психологічній, географічній та економічній сферах. Туризм належить до послуг, які найшвидше розвиваються.

Задоволення потреб споживачів туристичних послуг має орієнтуватися на благополуччя клієнта. Відповідно, на цьому базуються основні принципи концепції взаємодії, головною метою якої є задоволення потреб не лише споживачів, а й партнерів та держави в процесі їх комерційної і некомерційної взаємодії.

Ринок туристичних послуг у літературі визначається як сфера реалізації туристичного продукту та економічних відносин, які виникають між його покупцями та продавцями [44]. Тобто формуються взаємовідносини між суб'єктами туристичної діяльності (виробники туристичних продуктів, посередники) та покупцями.

Оскільки діяльність на ринку туристичних послуг здійснюється на основі посередництва турагентів між туроператором та туристом як зацікавлених сторін, то питання організації ефективної взаємодії між туроператорськими і турагентськими компаніями набувають особливого теоретичного і практичного значення, чим і обумовлюється необхідність подальших досліджень.

Багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими вивчаються питання туристичної діяльності. Дослідження щодо суб'єктів ринку туристичних послуг представлені такими науковцями: Ж. Богданова [20], Л. Гонтаржевська [44], М. Зеленська [21], Т. Каверіна, В. Квартальнов [23], В. Кифяк, О. Любіцева [1], М. Мальська [3-4], Н. Опанасюк, І. Школа [4-12] та іншими.

Ними в основному розв'язані загальні питання взаємодії між суб'єктами туристичного ринку, проте окремі питання, зокрема дослідження взаємодії туристичних операторів із турагентами (наприклад, франчайзинговими) залишаються малодослідженими, як і питання взаємодії у позаштатних ситуаціях.

Об'єкт дослідження – суб'єкти туристичної діяльності.

Предмет дослідження – оптимізація взаємодії між суб'єктами туристичного ринку та розробка заходів щодо оптимізації цієї взаємодії

Мета дослідження – аналіз стану взаємодії між суб'єктами туристичного ринку та розробка заходів щодо оптимізації цієї взаємодії

На основі мети сформовано такі **завдання**:

- дослідити суть ринку туристичних послуг;
- охарактеризувати суб'єктів туристичного ринку;
- проаналізувати організаційно-правові аспекти діяльності суб'єктів на ринку туристичних послуг
- виявити сучасний стан і тенденції розвитку туристичної діяльності на ринку туристичних послуг України;
- дослідити систему організації та управління взаємодією суб'єктів туристичної діяльності;
- узагальнити досвід взаємодії на прикладі туроператорської фірми «TUI Україна» та її турагентів;
- виявити проблеми та визначити шляхи удосконалення взаємодії між суб'єктами туристичної діяльності на сучасному етапі.

Використані теоретичні і законодавчо-нормативні джерела: у сфері туризму договірні відносини регулюють норми міжнародного права, які закріплені в наступних документах: Міжнародна конвенція з контракту на подорожі (прийнята 22.10.1970 р. Генеральною асамблеєю Всесвітньої федерації асоціацій туристичних агенцій); Положення по туристичним контрактам та обмінам (прийняте на Віденській зустрічі держав-учасників Ради Безпеки Ради Європи у 1992 р.); Узгодження з уніфікації основних правил міжнародних повітряних перевезень (Варшавська конвенція прийнята 12.10.1929 р. зі змінами та доповненням 1955 та 1975 рр.); Женевська конвенція з міжнародного автомобільного перевезення пасажирів та багажу (прийнята в Брюсселі у 1967 р.); Кодекс відносин між готелями та турагенціями (прийнятий Всесвітньою федерацією асоціацій турагенцій та Міжнародною готельною асоціацією у 1987 р.); Афінська конвенція про перевезення морем пасажирів та їх багажу; Узгодження та стандартний контракт між готелем та перевізником (прийняті Міжнародною готельною асоціацією та Міжнародним союзом учасників дорожнього транспорту у 1994 р.); Міжнародні готельні правила (затверджені Міжнародною готельною асоціацією у 1981р.); Директива Ради Європи у галузі організації туристичної діяльності; Міжурядове узгодження “Про співробітництво в галузі туризму” (прийняте урядами держав-учасників СНД 23.12.1993 р.); Рекомендаційний законодавчий акт “Про основні принципи співробітництва держав-учасників СНД у галузі туризму” (прийнятий Міжпарламентською асамблеєю держав-учасників СНД 29.10.1994 р.) та нормативно-правові документи національного законодавства, зокрема Закон України "Про туризм" [44], Господарський та Цивільний кодекси України тощо.

Область застосування результатів роботи: в роботі за результатами проведеного дослідження представлені рекомендації організації ефективної взаємодії між туроператорськими і турагентськими компаніями.

Теоретична та практична значимість роботи полягає в тому, що наведені у роботі висновки і рекомендації можуть бути використані у практичній діяльності суб'єктів туристичного ринку України, а також у навчальному процесі, зокрема при викладенні курсів «Менеджмент туризму», «Туроперейтинг» та «Діагностика ринку туристичних послуг».

Структура роботи. Структурно робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Обсяг основної частини складає 85 сторінок, загальний обсяг – 111 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

1.1. Суть ринку туристичних послуг

Трактування ринку багатогранне, оскільки характеризується як феномен господарювання, як суспільний механізм задоволення економічних потреб, як суспільний інститут тощо. Дослідження різноманітних аспектів ринку туристичних послуг і їх особливостей у трансформаційній економіці знайшли своє відображення в працях українських вчених О.О. Любіцевої, Т.І. Ткаченко, С.Ю. Цьохли, Л.М. Шульгіної. З іноземних вчених можна виділити публікації із зазначених питань М.Б. Біржакова, В.Г. Гуляєва, Г.А. Карпової, Г.А. Папиряна та інших.

Для визначення загальної дефініції «ринок туристичних послуг» необхідним є аналіз супутніх понять «ринок», «туристичний ринок та «туристичні послуги».

Ринок – це інститут або механізм, що з'єднує разом покупців (представників попиту) і продавців (постачальників) окремих товарів та послуг [1].

Туристичний ринок – сукупність організаційно-економічних відносин з приводу організації та купівлі-продажу туристичних послуг. Цей ринок, як і будь-який інший, пов'язує разом покупців (пред'явників попиту) і продавців (постачальників). В широкому аспекті ринок туристичних послуг означає місце, де відбуваються угоди купівлі-продажу туристичного продукту [1].

Більшість вчених визначають туристичні послуги, як суспільно-корисну діяльність, яка направлена на задоволення матеріальних та нематеріальних потреб туристів.

Ринок туристичних послуг визначається як туристичний регіон, країна, система, в якій здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних

послуг в гроші і зворотного перетворення грошових коштів на туристсько-екскурсійні послуги [2].

Також ринок туристичних послуг визначають як сукупність споживачів туристичного продукту, які мають кошти купити його сьогодні або завтра [1].

Таким чином, поняття ринку туристичних послуг в суб'єктивному розумінні можна визначити як певну кількість покупців та продавців на визначеній території, які укладають між собою угоди про купівлю-продаж туристичної послуги (Додаток А).

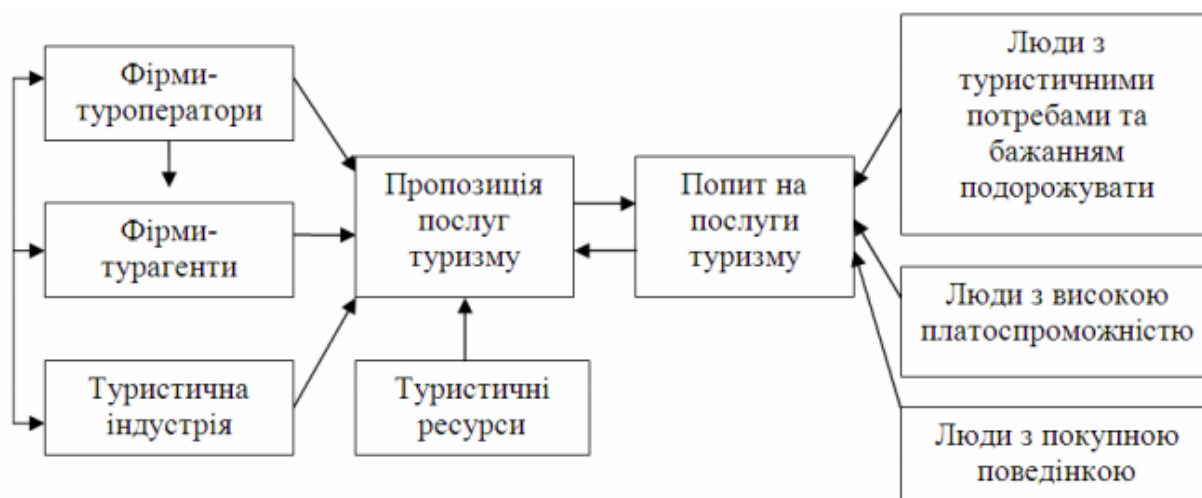


Рис.1.1. Схема функціонування ринку туристичних послуг

Джерело: [3]

Особливістю туристичного ринку є професійна роз'єднаність виробника туристичних послуг, їх споживача і виконавця купленої послуги. В межах ринку здійснюється процес, у відповідності з яким покупці та продавці декларують наміри купувати чи продавати продукти або послуги на певних умовах [4].

Для ринку туристичних послуг характерна дія найбільш типових закономірностей у поведінці продавців і покупців – закону попиту й закону пропозиції, а також сильна реакція покупців на зміну факторів попиту. Завдяки цим обставинам ціни на туристичні, послуги, як правило, утримуються на

нормальному, рівноважному рівні, що забезпечує взаємовигідний розподіл ренти між виробниками, споживачами й посередниками.

Характерні особливості функціонування туристичного ринку:

- участь багатьох суб'єктів у обміні;
- відсутність організованого попиту у великих масштабах;
- наявність ринкових відносин як у власній країні покупця, так і в подальшому в іншій країні на місці знаходження туристичного об'єкту;
- сильно виражена суб'єктивна оцінка очікувань споживачів або отриманого ефекту від туристичної подорожі;
- активна участь посередників у забезпеченні попиту і пропозиції туристичних послуг;
- висока ступінь заміни одних туристичних послуг і товарів іншими.

Характерною особливістю туристичного ринку є і те, що купівля-продаж туристичних послуг не призводить до зникнення джерел їх створення для процесу обміну. Природні, культурно-історичні ресурси, вміння і навички персоналу не зникають і не знищуються в процесі споживання, а це, в свою чергу, є передумовою готовності для продажу нових туристичних продуктів при наявності інших необхідних ринкових умов. Зазначені особливості перетворюють туристичний ринок у надзвичайно динамічне явище з сильно вираженим імовірнісним характером процесів, що на ньому відбуваються. Важливою характерною рисою є залежність туристичного ринку від впливу внутрішніх і зовнішніх факторів, які потребують оцінки та аналізу з метою покращення функціонування туристичної галузі [5]. Чинники повинні враховуватися при організації туристичної діяльності.

На розвиток ринку туристичних послуг впливає велика кількість факторів: постійних та мінливих [6].

Дядечко Л.П. при визначенні цілей державного регулювання та пріоритетних напрямів розвитку туристичного ринку наводить «як позитивні,

так і негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні і в світі» [7].

В свою чергу, Жукова М.О. [8] пропонує комплекс факторів, що впливають на розвиток туристичного ринку, поділити на дві групи:

- 1) фактори, діючі незалежно від діяльності організацій туризму;
- 2) фактори, що сприяють розвитку туризму, активно використовувані туристськими організаціями у своїй діяльності.

Найбільш вживаною для емпіричних досліджень є класифікація Зоріна І.В. Виділяють дві групи таких чинників: зовнішні (екзогенні) та внутрішні (ендогенні), оскільки такий поділ акцентує увагу не на результат (позитивний або негативний), а на причину [9]. До зовнішніх чинників, що впливають на туристичний ринок через зміни в житті суспільства, відносять природно-географічні, культурно-історичні, економічні, соціальні, демографічні, політико-правові, екологічні. До внутрішніх чинників відносяться матеріально-технічні - розвиток засобів розміщення, транспорту, закладів харчування, санаторно-курортного господарства, роздрібної торгівлі тощо [10].

До внутрішніх чинників належать:

- процеси попиту, пропозиції й поширення (перетворення попиту на туристичні продукти в постійний попит)
- зростання ролі сегментації ринку (поява нових внутрішніх регіональних туристських сегментів)
- зростання ролі ЗМІ й зв'язків із громадськістю (паблік рілейшнз) у просуванні, рекламі й реалізації туристичних продуктів;
- зростання ролі фахівців у туризмі (збільшення чисельності працівників, розвитку професійно кваліфікованої структури і т.д.);
- зростання представників туристського бізнесу (створюються умови для дій на ринку великих операторів і малих підприємств-агентств, що пропонують різноманітні туристичні послуги) [11].

Зовнішні чинники прямо впливають на туристичний ринок, а його суб'єкти не в змозі вплинути на них. Основна задача туристичних фірм підлаштуватися під існуючі зміни. До зовнішніх факторів впливу відносяться: політичні, економічні, соціально-демографічні, науково-технічні.

Вчені-географи традиційно акцентують увагу на класифікації географічних факторів розвитку і розміщення туризму і виділяють фізико-географічні (природні) та суспільно-географічні (соціально-економічні). Українській географ С. П. Кузик пропонує розглядати також і історико-культурні та геополітичні чинники розвитку туризму [12].

На туристичному ринку діють багато суб'єктів постачальників, реалізаторів туристичних послуг, структура взаємодії основних виробників з кінцевими споживачами є складною та багаторівневою (рис.1.2).

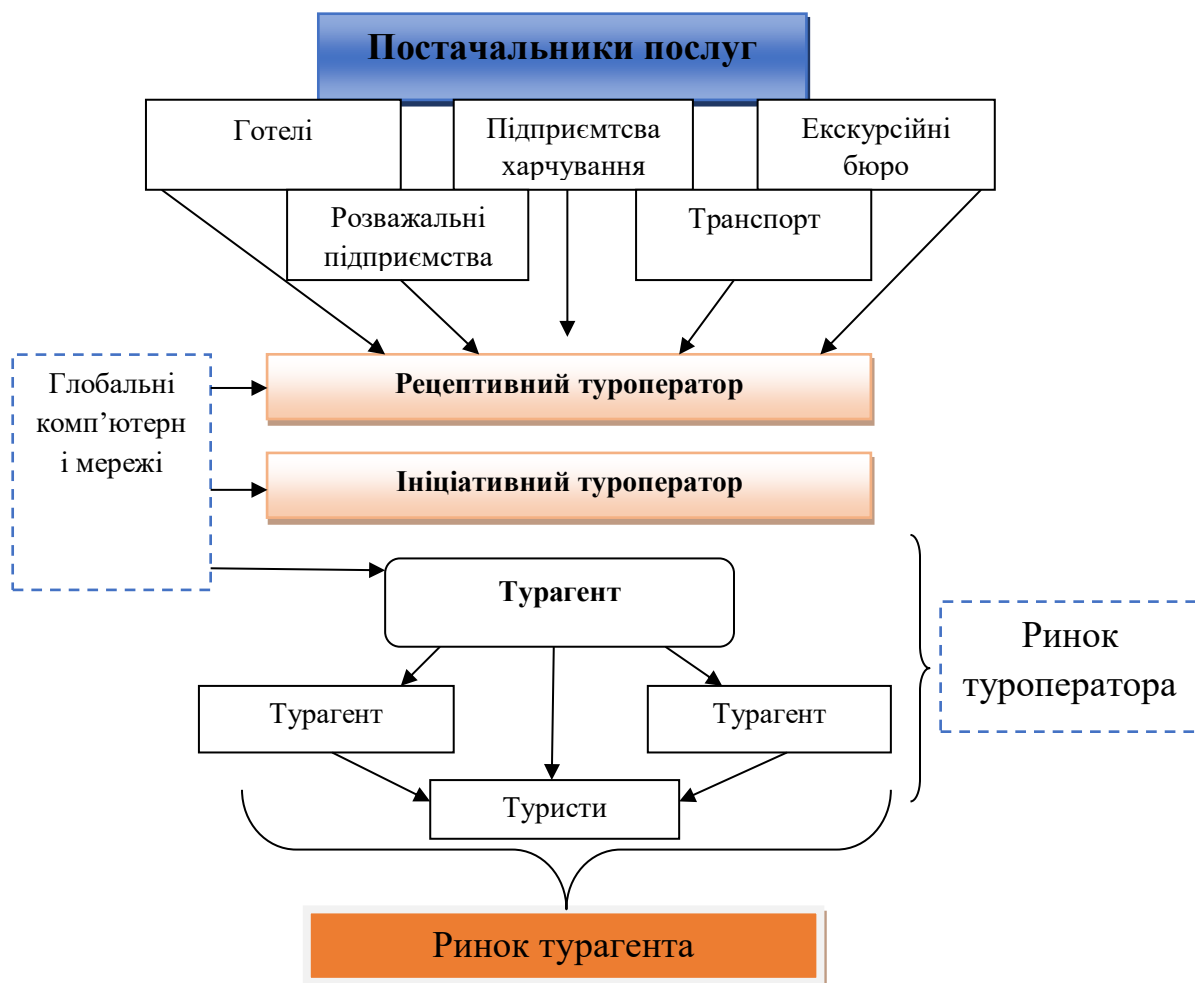


Рис 1.2. Структура взаємодії суб'єктів на ринку туристичних послуг [22]

Таким чином, туристичний ринок за своєю сутністю є складним та динамічним явищем, що являє собою інтегровану систему, яка охоплює велику кількість сфер діяльності та життя людини, а тому є невід'ємною частиною сучасного світу. Так як туризм є динамічним явищем, то зазнає впливу від зовнішніх та внутрішніх чинників.

1.2. Характеристика суб'єктів туристичної діяльності

Ринок туристичних послуг має власну структуру, яка відповідає специфіці споживання туристичних послуг, та характеризується наявністю суб'єктів. Виробниками і споживачами туристичного продукту є суб'єкти туристичного ринку, тобто фізичні та юридичні особи. Споживачі туристичного продукту – громадяни, що бажають подорожувати, тобто туристи. Виробники туристичного продукту – туристичні фірми (туроператори і турагенти), які працюють з метою отримання прибутку і задоволення потреб туристів. Таким чином, на туристському ринку основними суб'єктами взаємодії є туристи, туроператори, турагенти. Проте більшість дослідників схиляються до виділення четвертого суб'єкта, який встановлює в національних масштабах правила поведінки на ньому, і своєю діяльністю може як активізувати туристичний ринок, так і гальмувати його розвиток, є держава, яку в собі уособлюють органи державного управління [13].

Згідно з класичним поділом суб'єктів ринкового господарювання, з урахуванням специфіки туристичних послуг, суб'єктами цього ринку будуть: споживачі (покупці), виробники (оференти), суб'єкти туристичної політики (табл.1.1).

Суб'єкти ринку туристичних послуг

Групи суб'єктів ринку туристичних послуг	Сегмент
Група покупців	індивідуальні; інституційні (суб'єкти, котрі купують гуртові об'єми туристичних послуг, наприклад, для потреб оздоровчого, соціального чи конференційного туризму).
Група виробників	туристичні підприємства, що займаються організацією та посередництвом продажу готових туристичних пакетів; туристичні підприємства, які продають окремі послуги.
Група суб'єктів туристичної політики	центральні органи влади, які сприяють функціонуванню ринку; відділи органів територіального самоврядування, які займаються створенням локального і регіонального туристичного продукту; галузеві організації в туризмі; місцева влада.

Джерело: [14]

Згідно з Законом України «Про туризм» суб'єктами туристичної діяльності є підприємства, установи, організації, незалежно від форм власності, фізичні особи, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством України порядку і мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг [14]. В такому контексті туристичні послуги визначаються як кінцевий продукт діяльності туристичного підприємства по задоволенню відповідних потреб та реалізації діяльності людей у вільний час: відпочинок, екскурсії, подорожі. Суб'єктами ринкових відносин в контексті туристичної діяльності виступають організатори і продавці (туроператори і турагенти) туристичного продукту, їх контрагенти-виконавці послуг (готелі, ресторани, компанії-перевізники, екскурсійні бюро)

і покупці (споживачі) як комплексного турпродукту, так і окремих туристичних послуг [14] (рис.1.3).

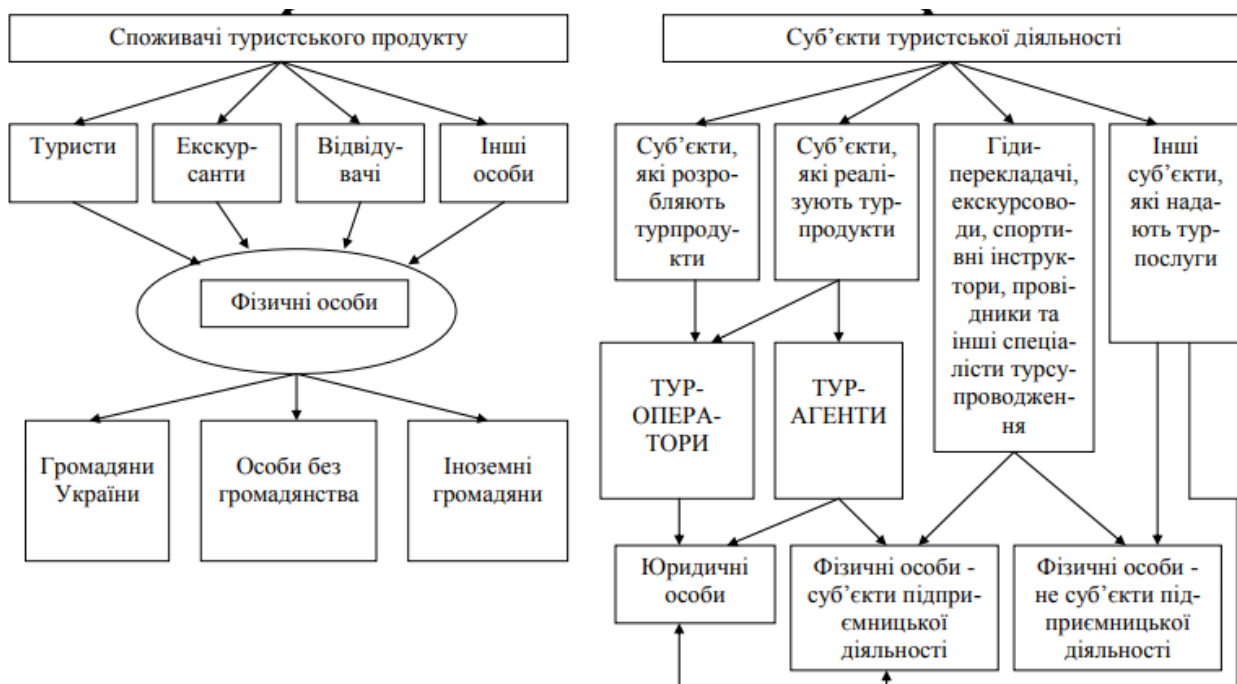


Рис. 1.3. Суб'єктами туристичної діяльності

Джерело: власна розробка за [14]

Виробниками і споживачами туристичного продукту є суб'єкти туристичного ринку, тобто фізичні та юридичні особи. Споживачі туристичного продукту – громадяни, що бажають подорожувати, тобто туристи. Виробники туристичного продукту – туристичні фірми (туроператори і турагенти), які працюють з метою отримання прибутку і задоволення потреб туристів. Таким чином, на туристському ринку основними суб'єктами взаємодії є туристи, туроператори, турагенти.

Згідно з TSA:RMF 2008 [15] та IRTS 2008 [16] до суб'єктів туристичної діяльності належать суб'єкти, що задіяні у всіх характерних для туризму видах діяльності, за допомогою яких виробляють характерні для туризму продукти.

Діяльність туристичних агентств та операторів відноситься до восьмої категорії – послуги туристичних агентств та інші послуги бронювання.

І.В. Саух пропонує суб'єктів туристичної діяльності класифікувати «на тих, що безпосередньо здійснюють туристичну діяльність» [17] (туристичні оператори, туристичні агенти), «...та тих, що забезпечують її здійснення» [18] (суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг).

М.Г. Бойко, Г.І. Михайліченко вважають традиційними туристичними підприємствами – туроператорів і турагентів, «...статус яких ... встановлюється залежно від виконуваних ними функцій на ринку туристичних послуг стосовно споживачів» [19] та «...операторів туристичного ринку – продуцентів, що виробляють певні компоненти туристичного та готельного продуктів, надають послуги з перевезень, екскурсійні, торговельні, оздоровчі, організації харчуванні тощо» [19]. Ж.А. Богданова поділяє суб'єктів на ринку туристичних послуг на дві групи: суб'єкти, які здійснюють і забезпечують туристичну діяльність та інші суб'єкти. «До суб'єктів, які здійснюють і забезпечують туристичну діяльність належать туристичні оператори та туристичні агенти» [20]. «До складу інших суб'єктів належать суб'єкти, які можуть надавати послуги з тимчасового розміщення, харчування, екскурсійні, розважальні та інші види туристичних послуг» [20].

М.О. Зеленська, Б.О. Ширяєва до суб'єктів туристичної діяльності відносять «...туристичних операторів, туристичних агентів, інших суб'єктів підприємницької діяльності та фізичних особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення, харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг, фахівці туристичного супроводу» [21].

Турист – це покупець послуг туризму. Його споживча поведінка визначається всіма тими природними, психологічними, соціальними та іншими причинами, які примушують його реагувати певним чином на рекламу. Це дуже важливий фактор ефективного функціонування

туристичного ринку. Він потребує розподілу туристичного ринку на окремі сектори, вивчення яких допоможе досягти найоптимальнішого співвідношення пропозиції та попиту на послуги туризму.

Туроператор – найбільш індустріалізований вид турфірми, що являє собою різновид оптової туристської фірми і відрізняється більшим об'ємом і широкою спеціалізацією. Доволі часто він організовує і продає тур агентам масові серійні інклюзив-тури. Відповідно, турагенти – це господарюючі суб'єкти або індивідуальні підприємці, які купують тури за туристськими маршрутами, розробленими туроператорами, розробляють за ними путівки та реалізують їх туристам [22].

Турагенти, як правило, не володіють засобами обслуговування і виступають в ролі посередників між підприємством туристського обслуговування і покупцем туристської путівки [23]. Турагент, на думку В.А. Квартальнова – це організація-посередник, реалізатор туристичного продукту туроператора, який працює безпосередньо на туристичному ринку. Турагент отримує за свою діяльність комісійну винагороду у розмірі 7–15 % від вартості туру. На відміну від туроператора не несе відповідальності за якість туру [23].

Основна відмінність у діяльності туроператорів і турагентів згідно з положенням ст. 5 полягає у тому, що туроператор формує турпродукт, а турагент може здійснювати лише його реалізацію [14]. Тобто туроператор здійснює повний цикл робіт з організації подорожі, забезпечення створення туристичного продукту, починаючи з добору й комбінування туристичних послуг, що надаються третіми особами, залежно від мети поїздки, термінів та маршруту подорожі (формування турпродукту), реклами туристичного продукту на спеціалізованих туристично-виставкових заходах (просування турпродукту), реалізації та надання туристичних послуг.

Основні відмінності між суб'єктами «туристичний оператор» та «туристичний агент» наведено у табл. 1.2.

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

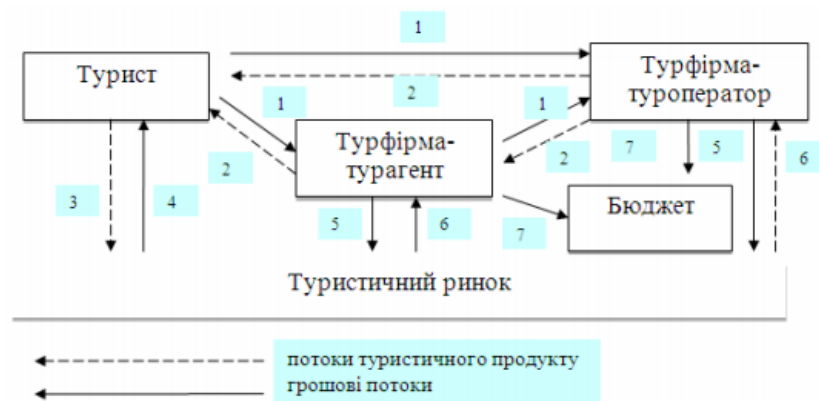
Ознаки	Прояв відмінностей	
	туроператор	турагент
Відношення до створення туристичного продукту	Самі розробляють та створюють комплекс послуг для туристів	Виступають у ролі посередників, реалізуючи сформований туроператорами туристичний продукт
Формування доходів (прибутків)	Різниця між вартістю сформованого туристичного продукту та вартістю його окремих елементів, які надані сторонніми організаціями (транспортними, розважальними, екскурсійними організаціями, готелями, закладами харчування тощо)	Комісійні, які турагенти отримують від туроператорів за посередництво
Розмір суб'єкта	Як правило, більший, ніж турагент. Структуру можуть формувати декілька філіалів, утворюючи агентську сітку	Менші за розмірами туристичні підприємства. Складаються, як правило, з одного офісу, або можуть мати 2-3 філії
Процес просування туристичного продукту	Виступає оптовим продавцем	Виступає роздрібним продавцем
Контактність із споживачами	Робота із споживачами опосередковано	Робота із споживачами безпосередньо
Приналежність туристичного продукту	Завжди має запас туристичного продукту для продажу	Замовляє певний продукт або послугу тільки тоді, коли клієнт проявляє зацікавленість у придбанні

Джерело: складено автором за [24]

Між суб'єктами ринку постійно виникають взаємини пов'язані з обміном грошей на турпродукт і навпаки. Тобто відбувається безперервний рух потоків грошей і туристського продукту, які рухаються назустріч один одному, створюючи тим самим туристський кругообіг [1].

Туристичний кругообіг – це система економічних і юридичних (громадсько-правових) відносин, що виникає між туристом і туристичною

фірмою та показує напрям руху потоків туристичного продукту, інвестицій в розвиток туризму та грошових надходжень в бюджет від доходів туристичної діяльності (рис. 1.4.)



- 1 – турист платить туристичній фірмі гроші за туристичну путівку (турпакет);
- 2 – туристична фірма надає туристу туристичну путівку;
- 3 – турист обмінює туристичну путівку на туристичний продукт, тобто конкретні послуги туризму;
- 4 – в процесі реалізації туристичного продукту турист дістає задоволення від своїх грошей, витрачених ним на купівлю туристичного продукту, тобто відбувається процес опосередкованого повернення туристу його грошей;
- 5 – туристична фірма здійснює інвестиції в розвиток туристичного ринку, туристичної індустрії (матеріально-технічної бази туризму) та на створення нових видів туристичного продукту;
- 6 – туристична фірма дістає нові види туристичного продукту;
- 7 – туристична фірма платить податки та різні збори в бюджет.

Рис 1.4. Туристичний кругообіг

Джерело: [25]

Туроператор формуючи свій турпродукт купує різні туристські послуги у підприємств туристичної індустрії. Сформований продукт може реалізуватися як самим туроператором безпосередньо туристу, так і через турагенства. Взаємини між фірмою і туристом оформляються у вигляді путівки. Турист платити туристській фірмі (туроператору або турагенту) гроші за туристську путівку, туристська фірма видає туристу путівку на руки. Потім турист обмінює туристську путівку на туристичний продукт, тобто на конкретні послуги надаються підприємствами туристичної індустрії. В процесі реалізації туристичного продукту турист отримує задоволення від своїх грошей, витрачених ним на покупку туристської путівки [26].

Отже, суб'єкти туристичної політики на туристичному ринку України відіграють найважливішу роль.

1.3. Організаційно-правові аспекти діяльності суб'єктів туристичної діяльності

Туроператори та турагенти є головними спеціальними учасниками туристичної діяльності. Оскільки саме вони мають основним своїм призначенням надання туристичних послуг (перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування), укладають договори на туристичне обслуговування, зобов'язуючись забезпечити надання на замовлення туриста у визначені строки, за встановлену договором плату комплексу туристичних послуг (турпродукт), а також характерні та супутні туризму послуги.

Організуючий характер діяльності туроператорів полягає, перш за все, в укладанні ними договорів з третіми особами, згідно з якими останні зобов'язуються виконати повністю або частково зобов'язання туроператора перед туристом (рис. 1.5).

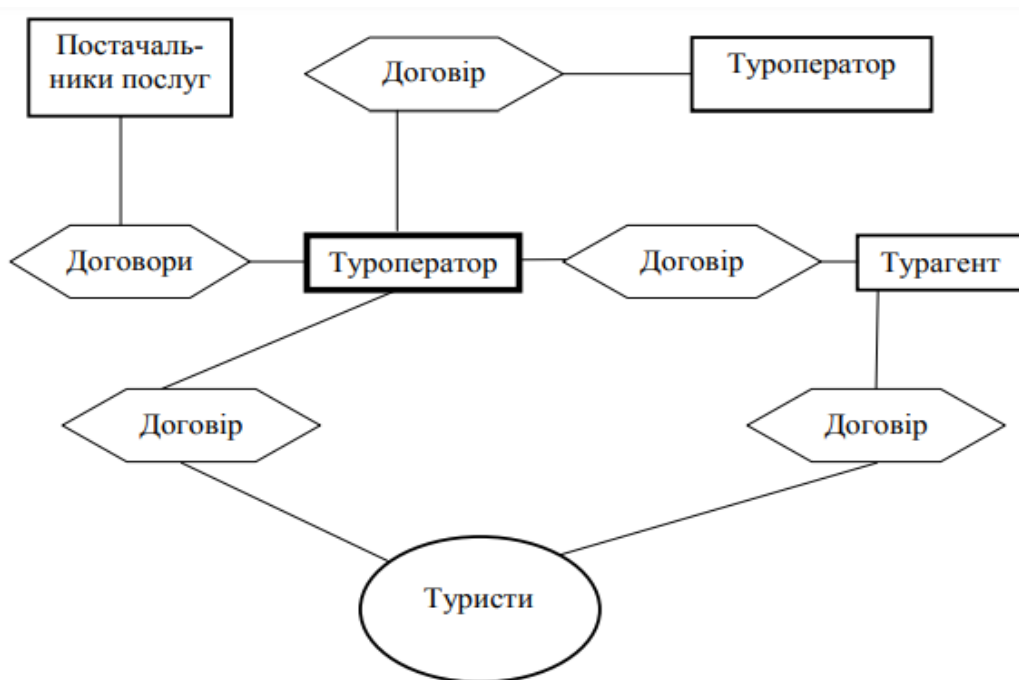


Рис. 1.5. Договірні відносини в туризмі

Джерело: розробка автора

Саме в прийнятті туроператором обов'язку здійснити увесь процес підготовки й проведення туристичної подорожі (формування турпродукту) складає сутність договору на туристичне обслуговування. В результаті його укладення турист звільняється від необхідності вступати в договірні відносини з великою кількістю суб'єктів господарювання. Причому туроператор добирає послуги таким чином, щоб туристична подорож була єдиним цілим, а розрізнені послуги органічно поєднувалися між собою.

Також, за логікою, туроператор як організатор подорожі постійно контролює належне виконання третіми особами своїх зобов'язань за договорами, укладеними з ним. Цей контроль повинен здійснюватися через керівників груп, які призначаються для кожної поїздки туристів.

Турагент, на відміну від туроператора, самостійно не формує турпродукт, а лише рекламує сформований туроператором та реалізує його безпосередньо туристам.

Специфіка туристичного бізнесу, особливо в нашій державі, полягає також у тому, що на практиці дуже важко віднести ту чи іншу діяльність суто до туроператорської або до турагентської. Будь-яке турагентство займається комплектуванням послуг: сприяння в страхуванні туристів, реалізація авіаквитків, бронювання місць в готелях тощо. Водночас в їх діяльності превалює, насамперед, продаж уже сформованого туроператором туристичного продукту.

Терміни «туроператор» і «турагент» в українському законодавстві використовуються в трьох змістових значеннях:

- як сторона за договором на туристичне обслуговування або агентським договором (ст. 20 Закону України «Про туризм»);
- як види комерційного господарського підприємства, що діють на ринку з надання турпослуг (ст. ст. 5 і 17 Закону України «Про туризм»);
- як види господарської діяльності в сфері туризму (ст. ст. 5 і 17 Закону України «Про туризм»), а туроператорська ще й підлягає ліцензуванню (ст. 17

Закону України «Про туризм» та ст. 9 Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності»).

З метою створення рівних можливостей суб'єктам господарської діяльності на ринку туристичних послуг та забезпечення захисту прав і законних інтересів громадян, захисту навколишнього природного середовища, підвищення рівня туристичного обслуговування здійснюється ліцензування туроператорської діяльності. Ліцензування туроператорської діяльності здійснюється відповідно до Законів України «Про ліцензування видів господарської діяльності», «Про туризм», «Про захист прав споживачів» та постанови Кабінету Міністрів України від 11 листопада 2015 р. № 991 Київ «Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності» зі змінами внесеними у 2019-2020 рр.

Головним документом, на підставі якого будуються взаємини між турагентством і туроператором, є агентський договір (Додаток В).

Даний договір відноситься до групи торговопосередницьких договорів, тобто договорів про надання послуг. Це зумовлено його консенсуальним характером, тобто договір вважається укладеним з моменту досягнення сторонами згоди щодо істотних умов.

Сторонами за договором є: *туроператор* (юридична особа, створена відповідно до законодавства України, виключною діяльністю якої є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і яка в установленому порядку отримала ліцензію на туроператорську діяльність), і *турагент* (юридична особа, створена відповідно до законодавства України, а також фізична особа – суб'єкт підприємницької діяльності, яка здійснює посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо

реалізації характерних та супутніх послуг, і яка в установленому порядку отримала ліцензію на турагентську діяльність).

Предметом агентського договору є надання послуг турагентом туроператору з моменту укладання договорів на туристичне обслуговування від його імені та за його рахунок.

Даний договір є двостороннім і оплатним. Розмір винагороди має бути вказаний безпосередньо в договорі. Винагорода виплачується турагенту за посередницькі послуги, здійснені ним в інтересах туроператора.

Агентська винагорода може обчислюватися як очікуваний прибуток турагента в процентному відношенні до ціни туру, встановленої туроператором, або закладається туроператором в ціну туру як комісійна винагорода для посередника (найчастіше використовується у світовій туристичній практиці).

Агентський договір між турагентом і туроператором укладається в письмовій формі, підписується сторонами та скріплюється печатками. Також у договорі має бути визначено форму підтвердження повноважень турагента. У даному випадку сторони договору не обмежені законом у виборі форми підтвердження повноважень турагента, однак у будь-якому випадку форма підтвердження повноважень повинна бути визначена в договорі. На практиці в більшості випадків форму підтвердження повноважень турагента вказують безпосередньо в договорі або видають довіренність. Даний договір набирає чинності з моменту його підписання і діє до повного виконання сторонами своїх зобов'язань.

Відповідно до частини 2 статті 180 Господарського кодексу України договір вважається укладеним, якщо сторонами досягнуто згоди з усіх істотних умов у передбачених законом порядку та формі [26].

Враховуючи норми права України, а також міжнародні звичаї та рекомендації міжнародних органів та організацій, відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» і положення «Про форму

зовнішньоекономічного договору» договір з іноземним партнером повинен бути укладений двома мовами – українською та англійською або мовою країни турагента. Це дозволяє зробити договір зрозумілою для обох сторін і вирішити всі непорозуміння до його підписання. Закінчується текст договору юридичними адресами сторін із зазначенням їх точних реквізитів та скріплюється підписами уповноважених осіб.

Після укладення договору між туроператором і турагентом турагент виступає посередником між туроператором і туристом і має безпосереднє право на надання туристичних послуг з реалізації туристичного продукту і укладання договору про туристичне обслуговування з туристом.

Наступний вид договорів, які є обов'язковими, а порядок укладання передбачений Законом України «Про туризм» – це договори на надання туристичних послуг, які укладаються між *суб'єктами туристичної діяльності та споживачами туристичного продукту*.

Договір (контракт) укладається в письмовій формі і повинен визначати обсяг, умови та якість надання послуг, порядок оплати та розрахунків, термін дії, права та обов'язки сторін, їх відповідальність за невиконання або неналежне виконання умов договору. Договір про туристичне обслуговування укладається в письмовій (електронній) формі. При цьому він може укладатися шляхом видачі туристичного ваучера (Додаток Д).

Договір між суб'єктом туристичної діяльності і туристом або групою туристів вважається укладеним з моменту оплати вартості туру та видачі туристу чи керівнику групи туристичного ваучера. Туристичний ваучер (Додаток Г) (путівка) – документ, що підтверджує статус особи або групи осіб як туристів, оплату послуг чи її гарантію і є підставою для отримання туристом або групою туристів туристичних послуг. Ваучер є фінансовим документом, необхідним для здійснення розрахунків між направляючими та приймаючими туристичними підприємствами. Бланк ваучера єдиний за формою як для туриста, який здійснює подорож індивідуально, так і для групи туристів.

При формуванні туристичної групи договір укладається окремо з кожним туристом, а не з керівником групи. А при замовленні туру юридичною особою договір укладається лише з цією юридичною особою. У разі, якщо до складу групи входять неповнолітні особи, договір про туристичне обслуговування укладається з їх батьками (опікунами). До моменту укладання договору з туристом туроператор і турагент повинні надати йому необхідну і достовірну інформацію про туристичні послуги, права, обов'язки та правила поведінки туристів, умови страхування, порядок відшкодування завданих збитків, умови відмови від послуг, правила візового та митного режиму, перетину державного кордону, а також іншу інформацію, передбачену чинним законодавством України.

Що стосується обов'язковості страхування життя і здоров'я туриста, то таке страхування може бути здійснено туристом самостійно, безпосередньо зі страховиком. При цьому туроператор (турагент) повинен перевірити наявність страхового поліса туриста та додати його копію до договору про туристичне обслуговування.

Що стосується сфери агентських договорів, то при реалізації туристичного продукту турагентом договір про туристичне обслуговування укладається ним від імені та за дорученням туроператора і повинен містити інформацію про туроператора (найменування, місцезнаходження, номер ліцензії, телефон і т. п.).

З метою організації обслуговування туристів під час подорожі *туристична фірма* укладає угоди з *підприємствами-постачальниками послуг*: готелями й транспортними організаціями, музеями та закладами дозвілля.

В угоді з готелем обумовлюються порядок бронювання та ануляції номерів, поселення та розрахунків, а також гарантії готелю щодо якості послуг і дотримання цінової політики. Окрім послуг із розміщення туристів, готельні підприємства можуть пропонувати також послуги з харчування, трансферу й екскурсійного обслуговування. Як правило, туристична фірма укладає з

готелем угоду на квоту місць із повною оплатою (незалежно від їх заповнення) або з гарантією заповнення певного відсотка місць з їх обов'язковою оплатою. При цьому застосовуються пільгові тарифи. Якщо угодою передбачено надання місць без гарантії заповнення з ануляцією згідно з правилами, або поточне бронювання, застосовуються, як правило, загальні тарифи («тарифи стійки» – «Rac Rate»). Можливі довготермінові угоди (оренда номерів) або разові угоди під конкретну групу. Якщо готелі зацікавлені у співробітництві з фірмою, вони можуть запропонувати додаткові пільги – знижки або безкоштовне розміщення особи, яка супроводжує туристів, представника фірми; можлива виплата комісійної винагороди туристичній фірмі.

Щодо угод із транспортними організаціями, то існують певні відмінності залежно від виду транспорту. Так з авіакомпаніями туристичні фірми можуть укладати угоди трьох типів:

- угода щодо надання квоти місць у «жорсткому» варіанті, коли фірма сплачує їх вартість повністю незалежно від кількості реалізованих місць, і «м'якому», коли не продані у встановлений термін місця повертаються авіакомпанії для реалізації. Цією угодою визначаються взаємні обов'язки сторін щодо порядку замовлення, підтвердження та ануляції місць, завантаження літака, дотримання правил перевезень пасажирів і багажу, а також тарифи й додаткові витрати; - угода, що надає фірмі право виступати як реалізатору квитків даної компанії, додаткова авіаційна каса (агентська угода). Цією угодою визначаються обов'язки сторін щодо підготовки кадрів, відповідного обладнання й документації, правила та умови продажу авіаквитків, їх реклаमाції та повернення невикористаних, ціни й обсяги продажу, порядок звітності туристичної фірми перед авіакомпанією, розміри комісійної винагороди;

- угода на оренду літака під чартерні рейси, які фірма реалізує під власні тури або виділяє місця також для інших фірм (блок-чартер). Тут зазначаються його тип і марка, вимоги щодо нього, маршрут, розклад руху, взаємні

обов'язки щодо обслуговування транспортного засобу та пасажирів під час польотів, вартість оренди й участь у додаткових виплатах (паливо, аеропортові збори тощо), обов'язково включається вартість «порожніх» перельотів (без пасажирів) – першого та останнього [27]. Угоди із залізницею також можуть бути трьох типів:

- про надання квоти місць у графікових потягах;
- про їх поточне бронювання на певні графікові потяги;
- про оренду спеціалізованого туристичного потягу. Сьогодні перші два типи угод не мають значного розповсюдження, значно скоротилося й використання спеціальних потягів. При укладанні договору оренди враховується маршрут і терміни зупинок, термін усієї подорожі, кількість і вартість оренди вагонів і вагонів-ресторанів, вартість проїзду, терміни зміни білизни та умови організації додаткового обслуговування.

Угода між туристичною фірмою й автотранспортним підприємством включає визначення типу автотранспортного засобу, вимог щодо нього та щодо водія (водіїв). Серед них найбільша увага приділяється вимогам безпеки перевезення пасажирів та екологічним вимогам. Визначаються також необхідне обладнання й документація, що супроводжують перевезення, питання страхування автотранспортного засобу, режим роботи, вартість оренди з урахуванням, у разі необхідності, експлуатаційних витрат (паливо та витратні матеріали, парковка, поточний ремонт, утримання водіїв тощо), взаємна відповідальність сторін за правильну експлуатацію засобу [27].

Туристична фірма може укладати договори на обслуговування туристів спеціалізованими екскурсійними бюро та музеями. В угодах такого типу передбачаються терміни обслуговування, квота квитків, перелік і тематика екскурсій, кількість екскурсантів у групах, терміни подачі та ануляції замовлень, ціни й пільги.

Туристична фірма також укладає договори з іншими постачальниками послуг, серед яких заклади спорту та відпочинку, місцевого транспорту тощо.

Характерною особливістю взаємовідносин між учасниками туристичного ринку є те, що між ними складаються посередницькі відносини по типу договору комісії, а не представницькі відносини по типу договору доручення.

На це вказує аналіз правовідносин, що складаються між туроператором, турагентом і туристом, які взаємодіють з приводу реалізації чи придбання туристичних продуктів. Зокрема, процес придбання туристом турпродукту, який здійснюється не через безпосередню взаємодію його з туроператором, а через юридичні та фактичні дії турагента, опосередковується трьома договорами: по-перше, договором туроператора з турагентом, по-друге, – турагента з туристом, по-третє, – туриста з туроператором. При цьому договір туроператора з турагентом (агентський) є за своєю юридичною природою договором комісії. Договір агента з туристом (договір про туристичне обслуговування), це, по суті, договір про надання інформаційно-консультаційних послуг. А договір туроператора з туристом – це договір купівлі-продажу турпродукту (туристичного ваучера, путівки). Слід зазначити, що останній договір сторони укладають не шляхом складання та підписання з двох сторін угоди про купівлю-продаж, а шляхом обміну через посередникатурагента документами, повідомленнями, в тому числі за допомогою електронних засобів зв'язку, що свідчать про його укладання.

Отже, туроператор є цілком відповідальним перед туристом за повноту та якість турпродукту. А турагент, у свою чергу, був і залишається відповідальним: по-перше, за послуги інформування про турпродукт, по-друге, за консультування туриста з приводу вчинення дій, необхідних для споживання турпродукту, по-третє, за передачу грошей туриста в оплату турпродукту.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ СУБ'ЄКТАМИ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз діяльності суб'єктів ринку турпослуг України

Аналіз вітчизняного ринку туристичних послуг свідчить про те що, у порівнянні з 2011 у 2019 році кількість туристичних операторів збільшилась, проте постійно відбувалися коливання цього показника у зв'язку з політичної нестабільністю та іншими дестабілізуючими чинниками (рис. 2.1).

На сьогоднішній день в Україні працює біля 500 туристичних операторів, багато хто з них є членами Всеукраїнської Асоціації Туристичних Операторів, а також – міжнародних організацій подібного типу (Додаток Б).

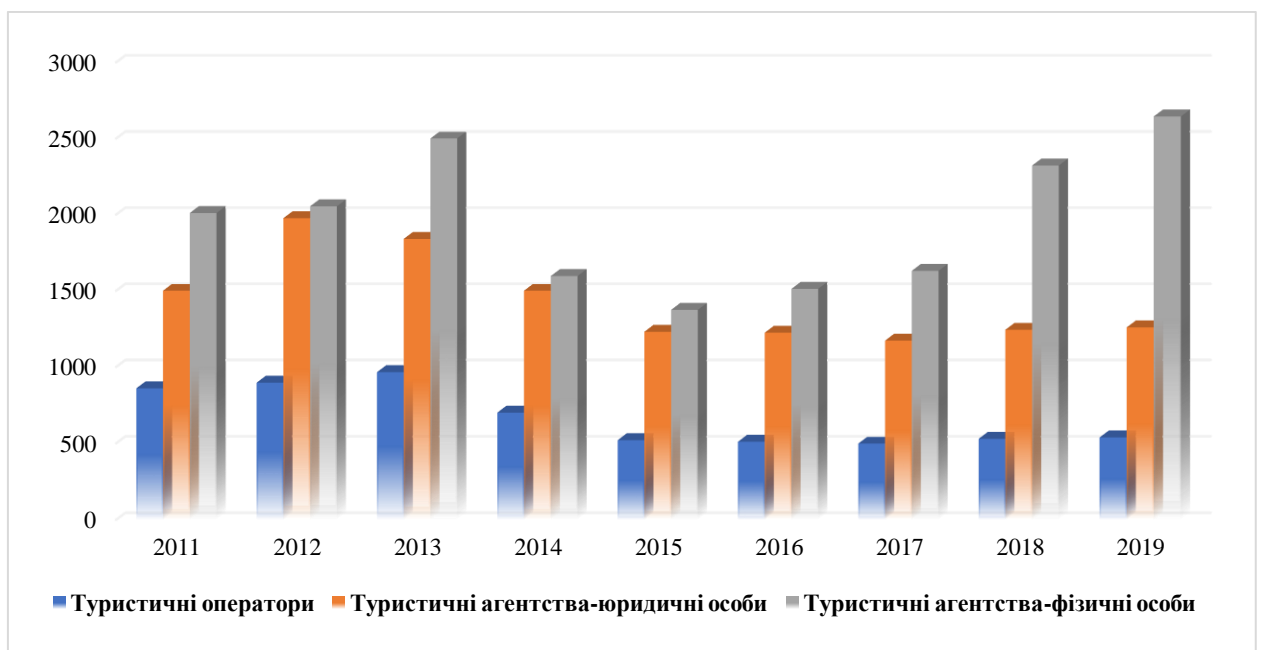


Рис. 2.1. Динаміка кількості туристичних підприємств в Україні за 2011-2019 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [28]

Окремі туроператори входять в міжнародні холдинги і мають власні представництва в тих напрямках, які вони пропонують своїм клієнтам. Саме туроператор взаємодіє з усією інфраструктурою, включеної в туристичний

пакет. Готельні мережі, фірми-перевізники, авіалінії, компанії, екскурсійні бюро, страхові агентства та банки – неповний перелік установ, з якими веде роботу туроператор для того, щоб послуги, що надаються споживачеві, відповідали максимальним показниками якості.

Складність та нестабільність економічного та політичного становища країни, анексія Криму, воєнні дії на сході України з 2014 р. і дотепер негативно впливають на ділову активність бізнесу: у 2013 р. порівняно з 2011 р. відкрилось 68 туроператорів, темп зростання становив 7.8 %, туристичних агентств-юридичних осіб - 328 (+22,3 %), а турагентств-фізичних осіб - 449 (+22 %). У 2017 р. порівняно з 2014 р. кількість туроператорів скоротилась на 25,3%, туристичних агентств-юридичних осіб – на 20,4%, хоча кількість туристичних агентств-фізичних осіб збільшилась на 2,1% . Ситуація у 2019 році зображена у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Кількість суб'єктів туристичної діяльності за регіонами

	2019						
	Юридичні особи				Фізичні особи-підприємці		
	усього	у тому числі			усього	у тому числі	
		туроператори	тур-агенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність		тур-агенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність
Україна	1867	538	1259	70	2797	2644	153
Вінницька	24	6	17	1	65	64	1
Волинська	21	4	14	3	75	71	4
Дніпропетровська	111	15	96	–	318	318	–
Донецька	29	3	26	–	67	65	2
Житомирська	17	3	13	1	51	50	1
Закарпатська	30	12	17	1	57	55	2
Запорізька	61	3	58	–	92	85	7
Івано-Франківська	31	8	21	2	93	88	5
Київська	51	6	42	3	180	175	5
Кіровоградська	14	–	14	–	58	54	4
Луганська	7	–	7	–	39	37	2
Львівська	148	61	73	14	272	225	47
Миколаївська	21	3	18	–	64	63	1
Одеська	128	13	107	8	164	141	23

Полтавська	14	–	14	–	136	136	–
Рівненська	30	3	24	3	86	80	6
Сумська	19	3	15	1	87	86	1
Тернопільська	22	7	11	4	72	67	5
Харківська	86	8	77	1	175	168	7
Херсонська	14	2	8	4	68	63	5
Хмельницька	25	2	19	4	63	57	6
Черкаська	28	7	20	1	84	83	1
Чернівецька	35	7	28	–	44	42	2
Чернігівська	17	1	16	–	41	40	1
м.Київ	884	361	504	19	346	331	15

Джерело: [28]

Моніторинг динаміки кількості обслугованих туристів туристичними підприємствами України за 2011-2019 рр. (рис. 2.2) показує лідерство туроператорів, що є цілком виправданим, оскільки туроператори є виробниками туристичної продукції та виступають надійними гарантами з продажу послуг.

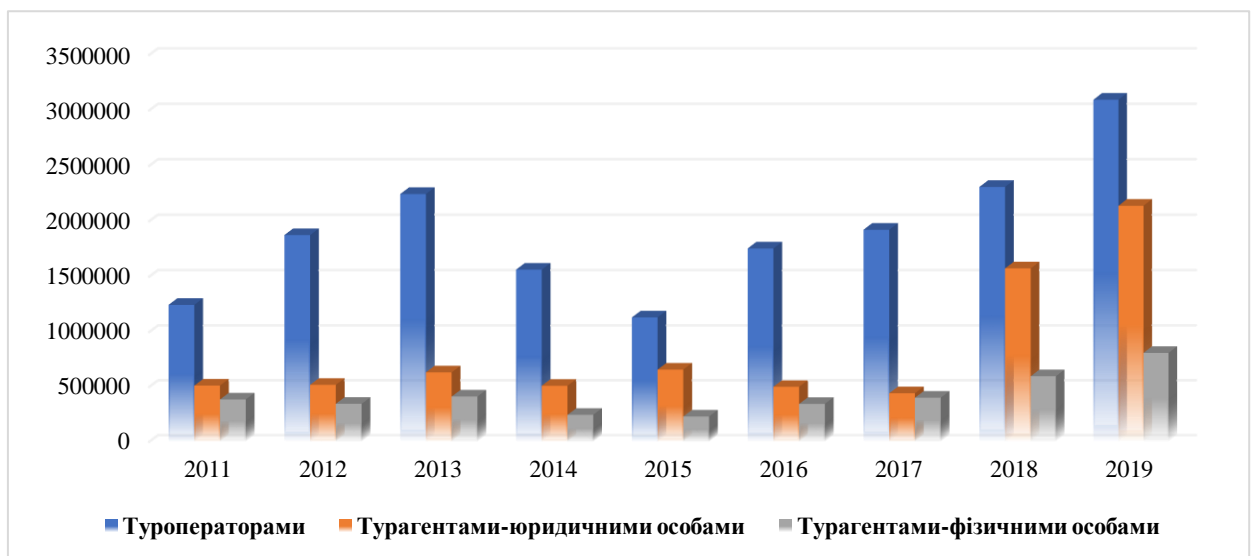


Рис. 2.2. Динаміка кількості обслугованих туристів туроператорами та туристичними агентами України за 2011-2019 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [28]

Як видно з графіку, найбільшого показника з кількості обслугованих туристів туроператори досягнули у 2013 р. у зв'язку з проведенням Євро-2012,

але подальше загострення політичної ситуації негативно відбилися на туристичному ринку у 2014-2016 роках. Проте у 2017 р. спостерігається збільшення кількості туристів на 10,2 % порівняно з 2016 р.

Розподіл кількості обслугованих туристів між турагентствами – юридичними та фізичними особами господарювання показує перевагу перших. Найбільшу кількість обслугованих туристів за 2011-2017 рр. турагентства-юридичні особи досягнули у 2015 р., але у наступному році їх кількість скоротилась на 28,5 %, а в 2017 – скоротилась ще на 6.3 %.

Попри це турагентства-фізичні особи поступово зміцнюють позиції: у 2016 р. +46,1 % до попереднього року; у 2017 – +34,6 %.

У підсумку 2017 р. 69,5 % від загальної кількості обслугованих туристів надали перевагу туроператорам, 16 % – турагентствам-юридичним особам та 14.5% - турагентствам-фізичним особам.

У період з 2017 по 2019 роки відбувається загальне зростання показника кількості обслугованих туристів і туроператорами, і турагентами.

Аналіз доходів туристичних підприємств за 2011-2019 рр. можна побачити у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Динаміка доходів туристичних підприємств України за 2011-2019 рр.,

млн. грн.

Дохід	2011	2012	2013	2014	2015	2018	2019
Туроператори	4421.7	6035.0	5816.0	5129.2	4233.7	10983.2	17917.4
Турагентства-юридичні особи	230.1	288.4	344.1	294.1	549.8	518.4	552.1
Турагентства-фізичні особи	223.7	257.1	251.5	129.6	211.0	402.6	497.0
Абсолютне відхилення							
Туроператори	-	1613.3	-219.0	-686.8	-895.5	6749.4	6934.2
Турагентства-юридичні особи	-	58.4	55.6	-50.0	255.7	-31.4	33.8
Турагентства-фізичні особи	-	33.4	-5.5	-122.0	81.4	191.7	94.4
Відносне відхилення, %							
Туроператори	-	136.5	96.4	88.2	82.5	259.4	163.1
Турагентства-юридичні особи	-	125.4	119.3	85.5	186.9	94.3	106.5
Турагентства-фізичні особи	-	114.9	97.8	51.5	162.8	190.9	123.4

Джерело: [28]

Спеціалісти інтернет-видання turprofi.com.ua розробили рейтинг серед туроператорів за кількістю обслугованих туристів (табл.2.3).

Таблиця 2.3

Рейтинг туристичних операторів України за кількістю обслугованих туристів у 2018-2019 рр.

По зиц ія	Туристичний оператор	Кількість обслугованих туристів, тис. осіб		Абсолютне відхилення, тис. осіб	Відносна частка підприємства на туристичному ринку, %	
		2018	2019		2018	2019
1	Anex Tour	623.4	650. 8	27.4	35.3	33.3
2	Join Up	500.0	703. 4	203.4	28.3	36
3	TPG	300.0	370. 0	70.0	17	18.9
4	Coral Travel	170.0	199.8	29.8	9.6	10.2
5	TUI Ukraine	100.0	292.0	192.0	5.7	14.9
6	TEZ Tour	150.0	233.7	83.7	8.5	11.9
7	Pegas Touristik	78.5	82.3	3.8	4.4	4.2
8	Аккорд-тур	70.4	75.4	5.0	4	3.9
9	Альф	61.5	65.3	3.8	3.5	3.3
10	GTO Travel Company	30.9	41.6	10.7	1.7	2.1
11	Mouzenidis Travel	54.0	32.0	-22.0	3	1.6
12	Танго Тревел	18.9	24.9	6.0	1.1	1.3
13	Оазіс Тревел	8.4	18.0	9.6	0.5	0.9
14	Орбіта	10.8	16.0	5.2	0.6	0.8
15	Zeus Travel	9.5	14.3	4.9	0.5	0.7
16	Феерія	30.0	13.0	-17.0	1.7	0.7
17	Туристичний клуб	6.5	8.2	1.7	0.4	0.4
18	Міст-тур	6.3	7.9	1.6	0.4	0.4
19	Веді-Тургруп	4.2	5.5	1.3	0.2	0.3
20	Артекс'94	3.4	4.8	1.4	0.2	0.2
21	1000 доріг	4.0	4.1	0.1	0.2	0.2
22	Любосвіт	2.0	3.9	1.9	0.1	0.2
23	Альянс	2.2	3.7	1.5	0.1	0.2
24	Ukrainian Global Company (UGC, створена у 2017 р.)	-	3.5	-	-	0.2
25	Adria Hit	3.0	3.4	0.4	0.2	0.2
26	Арістея Тур	2.2	2.2	0	0.1	0.1
27	Xclusive Travel	0.9	1.1	0.2	0.05	0.05
28	Дрім Тревел	0.9	1.0	0.1	0.05	0.05

Джерело: [29]

До першої трійки увійшли Join Up, Anex Tour та TPG. Збільшив частку ринку туроператор TUI Ukraine, позитивні досягнення у своїй діяльності

продемонстрували Join Up, TEZ Tour, Coral Travel, GTO Travel Company. Pegas Touristik, хоча і збільшив кількість обслугованих туристів, проте втратив 0.2 % ринку.

Mouzenidis Travel також дещо втратив позиції на ринку, а Танго Тревел дещо покращив, інші туристичні оператори, зазначені у табл. 2.3, займають менше 1 % ринку.

Як бачимо з таблиці 2.3, на 5-ому місці рейтингу знаходиться туроператор TUI Ukraine, яка була заснована в 2009 році на базі української компанії «Вояж Київ» і мережі туристичних агентств «Галопом по Європах». У 2013 році до складу компанії TUI Ukraine увійшов один з найсильніших туроператорів України - Turtess Travel, що забезпечило TUI лідерські позиції на українському ринку в якості найбільшого багатoproфільного туроператора.

Туристичний оператор «TUI Україна» – член Всеукраїнської асоціації туристичних операторів, що постійно бере участь у міжнародних виставках та туристичних ярмарках. Компанія є частиною найбільшого міжнародного туристичного холдингу TUI Group, з більш ніж 40-літнім досвідом роботи, утворена в 2014 році в результаті злиття двох холдингів: німецької TUI AG і британської TUI Travel PLC. TUI Group обслуговує більше 30 млн. клієнтів в рік і пропонує відпочинок в 180 країнах світу. TUI є однією з найприбутковіших туристичних компаній в світі. У 2018/2019 фінансовому році компанія збільшила чистий прибуток в 3 рази до 1,037 мільярда євро, в порівнянні з аналогічним показником минулого року, товарообіг склав 17,184 млрд євро.

До групи TUI входять туроператори, мережі турагентств, більше 300 готелів, 14 круїзних лайнерів, 6 авіакомпаній з найбільшим чартерним флотом в Європі - понад 130 літаків і ін. Тільки в Європі TUI має понад 3 000 офісів продажів. У концерн входять відомі ланцюжка готелів RIU, Club Magic Life, Suntopia, Iberotel, Robinson Club, Sol Y Mar Club, Coral Sea, Jaz Resort і багато інших.

TUI Group - неодноразовий лауреат престижної міжнародної премії World Travel Awards. Кількість працівників компанії – понад 76 000 чоловік в 130 країнах. Штаб-квартира об'єднаної компанії TUI Group розташована в Німеччині, її акції котируються на Лондонській фондовій біржі і входять в розрахунок індексу FTSE 100.

Назва «TUI Ukraine» – це торгова марка, офіційна назва туроператора ТОВ «ТТВК» (юридична адреса Україна, 03680, м.Київ, вул. Велика Васильківська, 72, оф.7; Ліцензія на туроператорську діяльність серії АЕ № 272718, виданої Державним Агентством України з туризму та курортів 13 березня 2014 року).

«TUI Ukraine» обслуговує в рік понад 100 тисяч туристів і включає 250 турагентств (власних і уповноважених). Компанія пропонує пляжний, екскурсійний і гірськолижний відпочинок на масових туристичних напрямках, включаючи Туреччину, Єгипет, Іспанію, Болгарію, Чехію, Італію, Хорватію, Чорногорію, Грецію та інші країни.

Центральний офіс компанії знаходиться за адресою 03057, м.Київ, вул.Вадима Гетьмана, 1-В, офіс 1027. Обслуговування туристів здійснюється мережею франчайзингових туристичних агентств.

Компанія пропонує пляжний, екскурсійний і гірськолижний відпочинок на масових туристичних напрямках, включаючи Туреччину, Єгипет, Іспанію, Болгарію, Чехію, Італію, Хорватію, Чорногорію, Грецію та інші країни.

«TUI Ukraine» фокусується на наданні клієнтам унікальних диференційованих продуктів, яких немає у інших туроператорів. У їх числі - ексклюзивні готелі, які раніше були доступні тільки західноєвропейським туристам.

«TUI працює» зі всесвітньо відомими готельними ланцюжками, що дозволяє компанії гарантувати високий рівень сервісу (Rixos, Radisson, Hilton).

Основні показники фінансово-господарської діяльності туристичного підприємства наведені в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Динаміка основних показників фінансово-господарської діяльності туристичного оператора «TUI Ukraine», м. Київ у 2017 – 2019 рр., тис. грн.

Показник	Роки			Відхилення 2017/2018		Відхилення 2018/2019	
	2017	2018	2019	+/-	%	+/-	%
	Доход (виручка) від реалізації послуг	6750	7100	9437	350,0	5,2	2337
Непрямі податки та інші вирахування	1125	1216	1608,1	91,0	8,1	392,1	32,2
Чистий доход (виручка) від реалізації послуг	5625	6978	7828,9	1353,4	24,1	850,5	12,2
Інші операційні доходи	130,1	121,6	90,7	-8,5	-6,5	-30,9	-25,4
Разом чисті доходи	5755,1	7160	7919,6	1404,9	24,4	759,6	10,6
Матеріальні затрати	29,8	34,8	42,5	5,0	16,9	7,7	22,1
Витрати на оплату праці	170,9	230,9	302,3	60,0	35,1	71,4	30,9
Відрахування на соціальні заходи	64,1	85,6	105,2	21,5	33,6	19,6	22,9
Інші операційні витрати	4350,4	6256	6423,7	1905,2	43,8	168,1	2,7
Податок на прибуток	285,0	156,7	196,3	-128,3	-45,0	39,6	25,3
Разом витрати	4615,1	6473	7134,3	1858,1	40,3	661,1	10,2
Чистий прибуток	855,0	626,8	785,3	-228,2	-26,7	158,5	25,3
Рентабельність	18,5	11	10	-7,5	-40,6	-1	-9,1

Джерело: складено автором за даними звітності туроператора «TUI Ukraine»

З таблиці бачимо, що рентабельність реалізації послуг склала 18,5%, що є максимально високим показником за останні 3 роки провадження діяльності ТОВ «TUI Ukraine».

Розглядаючи період 2018-2019 рр., зазначимо, що чистий прибуток підприємства в 2019 р. порівняно з 2018 р. зріс на 158,5 тис. грн.. або на 25,3%, що свідчить про підвищення результативності діяльності туроператора. Проте, незважаючи на зростання доходу, у 2019 р., рівень рентабельності реалізації

послуг зменшився з 11% до 10%, а отже підприємству необхідно підвищити ефективність своєї діяльності.

В таблиці також бачимо що найбільшу частку у витратах займають витрати на оплату праці персоналу, зростання яких відбувається більшими темпами, ніж зростання прибутку, що і обумовило зниження ефективності.

Також бачимо, що на результативність діяльності підприємства суттєво впливає непряме оподаткування підприємства, причому даний вплив можна вважати негативним, тому що при збільшенні валової виручки від реалізації послуг на 32,9% чистий дохід підприємства збільшився лише на 12,2%.

Оскільки фактично навантаження непрямих податків несе споживач, це може вплинути на кількість реалізованих підприємством турів.

Також на зниження показника ефективності діяльності підприємства вплинуло зменшення інших операційних доходів на 30,9 тис. грн. або 25,4%.

Загальні витрати ТОВ «TUI Ukraine» мають тенденцію до зростання. Проте середні витрати туроператора залишаються порівняно низькими із-за постійного зростання загального об'єму продажів на ринку.

Основні конкуренти TUI:

1) Coral Travel – володіючи 20-річним професійним досвідом в сфері виїзного туризму, компанія CORAL TRAVEL пропонує на українському туристичному ринку тільки високоякісний турпродукт. Компанія CORAL TRAVEL (Україна, Польща, Білорусія, Росія,) належить великій міжнародній структурі OTI HOLDING, яка також володіє компаніями ODEON TOURS (Туреччина, Єгипет, Таїланд), SUNMAR TOUR (Росія), A-CLASS TRAVEL (Росія, Туреччина), BLUE SKY (Росія), WEZYR HOLIDAYS (Польща), HOLIDAY MARKET SERVICE (Туреччина), OTIUM HOTELS (Туреччина), OGD SECURITY & CONSULTANCY (Туреччина). Загальний штат співробітників холдингу складає більше 3000 чол.

2) Pegas Touristik - туристична компанія, яка працює на ринку України з 2004 року. Девіз: «Гість - перш за все» - залишається незмінним з дня відкриття компанії. Стрімко розвиваючись на туристичному ринку України, "Pegas

Touristik" відкрив власні офіси в Харкові, Донецьку, Одесі, Дніпропетровську і Львові. Пропонує відпочинок в найкрасивіших місцях Болгарії, Туреччини, Єгипту, Тунісу, Греції, Індії, Таїланду, Індонезії, Китаю, Андорри, Домінікани, Кіпру, Іспанії, Куби, Кенії, ОАЕ, В'єтнаму і Мексики.

3) Anex Tour - туристична компанія, що заснована 1996 р., а з 1999 р. успішно працює на ринку Росії та України. Провідними напрямками діяльності Anex Tour в Україні є тури до Єгипту, Туреччини, Болгарії, Іспанії, Андорри та з 2016 р. – Греції. Компанія має власний авіапарк, власні приймаючі сторони в країнах Європи, а також в Єгипті.

Отже, на туристичному ринку України склалася ситуація, коли активно впроваджується виїзний туризм, який користується великим попитом, і майже не робляться зусилля з активізації внутрішнього та в'їзного туризму. Схожість пропонуванних турів підсилює рівень цінової конкуренції, що негативно впливає на якість туристичних послуг, як на організаційному офісному етапі обслуговування, так і на маршруті.

2.2. Система організації та управління взаємодією суб'єктів туристичної діяльності

Характерною особливістю діяльності туристських підприємств є їх співробітництво з іншими суб'єктами господарювання. Основою цього співробітництва є договірні відносини, про які йшла мова у I розділі. Договірна робота є дуже важливою для будь якого підприємства. Від розробки договорів і їх своєчасності укладання залежить ефективність роботи підприємства в цілому.

Хоча туроператори і мають право самостійно продавати власний турпродукт, вони майже не використовують це своє право, адже охопити своїми представництвами значну територію неможливо і нераціонально.

Заради продажу власного специфічного турпродукту відкриття значної кількості представництв буде нерентабельним для туроператора.

Тому чи не найголовнішою метою туроператору є необхідність формування власної збутової мережі за допомогою турагентств, які охоплюють значну територію країни, мають зручне для туристів розташування, власні кадри та достатню кількість обладнання для забезпечення роботи.

У сучасних умовах ведення туристичного бізнесу «TUI Ukraine» для реалізації туристичного продукту використовує різні канали розподілу через контрагентську мережу, або за допомогою своїх структурних підрозділів, а саме: створення власних торгових точок або посередницької турагентської мережі; організація співпраці з туристичними організаціями та підприємцями, залученими до туристичної діяльності; продаж через спеціалізовані туристичні магазини; електронна комерція. Схема контрагентської туристичної мережі «TUI Ukraine» наведено на рис. 2.3.

Така мережа називається «презентативна агентська мережа» т.я. «TUI Ukraine» має вихід на міжнародні туристичні ринки. Тому на схемі є регіональні представники туроператора, які виконують функції консолідатора, приймаючи та обробляючи замовлення (бронювання) від турагентств та інших учасників збуту. У «TUI Ukraine» ведеться співпраця з регіональними представниками ринків, на яких реалізується турпродукт. Основними причинами залучення регіональних представників є їх співпраця з туристичними агенціями, оперативне донесення інформації щодо функціонування місцевого туристичного ринку та гнучке реагування на зміну попиту. Крім того, співпраця з регіональними представництвами – це дієвий спосіб знизити рівень витрат, оскільки немає необхідності проводити рекламні кампанії та промо-акції, брати участь у місцевих туристичних виставках. Усі презентативні функції виконує представник – регіональний консолідатор.

Існує ще один вид агентської мережі, коли крім агента, є ще один рівень посередників, представлених субагентами.

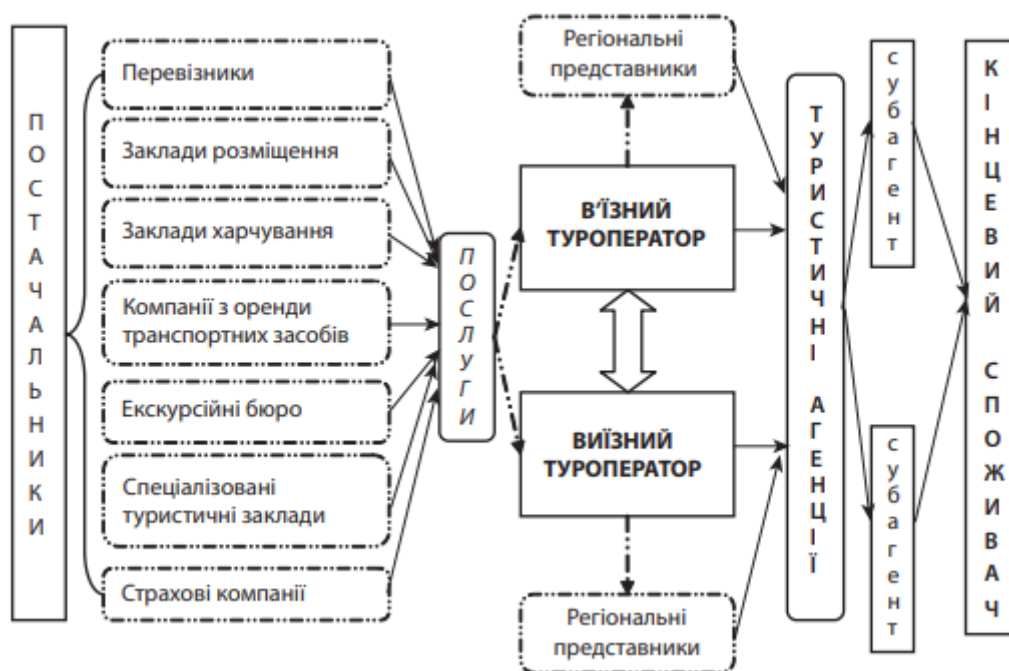


Рис. 2.3. Контрагентська збутова мережа ТОВ «TUI Ukraine»

Джерело: розроблено автором за [30]

Обов'язковою умовою співпраці туроператорів та турагентів є укладання договору на співробітництво. Договори, що укладаються можуть бути різних типів: 1) договір доручення; 2) договір комісії; 3) агентський договір; 4) договір франчайзингу; 5) договір про партнерство (табл.2.5).

На основі проведеного аналізу підприємство «TUI Ukraine» для співпраці із турагентами використовує в основному агентський договір – вид договірних відносин у підприємницькій діяльності, за яким одна сторона (агент) зобов'язується за винагороду здійснити за дорученням іншої сторони (принципала) юридичні та інші дії від свого Імені, але за рахунок принципала, або від Імені і за рахунок принципала (Додаток В).

Договір доручення – вид договірних відносин у підприємницькій діяльності між виробником послуги та продавцем (туроператором

і турагентом). Підприємство практично не використовує договір-доручення (такі договори укладаються між туроператором, який не має власного представництва в певному місті, і турагентством, яке згідно із таким договором виконуватиме саме представницькі функції); договір комісії (такі договори майже не укладаються, оскільки вони передбачають конкретизації практично за кожним фактом співробітництва, вони не сприятимуть щільної співпраці між туроператором та турагентом).

Таблиця 2.5

Види договірних відносин між туроператором і турагентом

Договір доручення	Договір комісії	Агенський договір	Договір франчайзингу	Договір про партнерство
як правило, турагент здійснює одноразовий продаж отримуючи за це винагороду; такі договори можуть укладатися у випадках коли йдеться про обслуговування великих груп або виконання представницьких функцій	як правило, турагент здійснює декілька продажів, отримуючи за це комісійну винагороду; такі договори укладаються, зазвичай, на один сезон	як правило, укладається довгостроково; за продаж турів агентство отримує не лише комісію, але й бере участь у різноманітних бонусних програмах від туроператору	турагент використовує назву франчайзингової мережі; турагент сплачує одноразові і щомісячні платежі за франчайзинг; франчайзер забезпечує рекламу всієї мережі; франчайзер забезпечує турагента програмним забезпеченням	турагент використовує власну назву; турагент продає турпродуктів інших туроператорів; туроператор здійснює рекламу турагента; турагент не сплачує туроператору жодних платежів; турагент забезпечує обумовлений обсяг продажів
Практично не використовуються	Практично не використовуються	Основний тип договору підприємства	Використовується останнім часом	Практично не використовуються

Договір про партнерство (різновид договірних відносин між туроператором і турагентом, згідно з яким турагент отримує додаткові права представляти інтереси туроператора, діяти від його імені). Останнім часом туристична фірма почала використовувати договір франчайзингу.

Найбільш щільна співпраця між туроператором «TUI Ukraine», як туроператором і турагентами спостерігається, перш за все, у питаннях організації, просування та продажу турпродукту виїзним туристам. Відповідно

до укладених договорів розробляються програми турів і складаються калькуляції на кожну туристичну поїздку. До договорів (контрактів) туристичні партнери додають зразки своїх туристичних ваучерів (на внутрішньому ринку – путівок). За всіма укладеними договорами в «TUI Ukraine» організований ретельний контроль та ведеться облік.

Таблиця 2.6

Динаміка кількості реалізованих тур пакетів «TUI Ukraine» безпосередньо споживачам та через мережу тур агентів у 2017-2019 рр.

Показник, од	Роки			Абсолют.відхілення		Відносне відхілення	
	2017	2018	2019	2017 /2018	2018 /2019	2017 /2018	2018 /2019
Кількість реалізованих турпакетів, т.ч.тис.од:	93	97	290	-4	-193	-4,3	98,9
в							
безпосередньо споживачам	64	69	211	-5	-142	-7,8	205
У %	67,9	71,2	72,8				
турагентам	29	28	79	1	51	3,4	-182
У %	23,1	28,8	27,2				

Джерело: складено автором за даними звітності туроператора «TUI Ukraine»

Отже, більшість тур пакетів туристичним підприємством «TUI Ukraine» реалізується безпосередньо споживачам: 67,9% у 2017 р., 71,2% у 2018 р.

72,8% у 2019 р. Проте, у 2019 р. проявилась тенденція щодо зростання реалізації туристичних пакетів турагенствам.

Туроператор «TUI Ukraine» працює з туристичними агенціями, які в свою чергу працюють з індивідуальними туристами. Процес обслуговування туриста включає наступні етапи:

Перший етап є найважливішим для укладання угоди. Клієнт вперше відвідує туристичне підприємство «TUI Ukraine». У нього є певна установка (внутрішній стан готовності) на отримання тієї чи іншої туристичної послуги. Дана установка може бути конкретною, а може бути розпливчастою, адже лише 20% туристів точно знають, який саме тур вони мають на меті придбати, які країни для відпочинку їх цікавлять, які дати туру для них є найприйнятнішими, інші 80% знаходяться у менш певних станах: «Чогось хочеться, але не знаю, чого точно».

В такому разі менеджер агентства «TUI Ukraine» збирає максимально повну інформацію про потреби клієнта в процесі ділової бесіди, встановлює довірчий контакт. Менеджерами агентства «TUI Ukraine» в ході бесіди з клієнтом використовуються методи спостереження, активного слухання в процесі спілкування, спеціальні питання.

Другий етап процесу обслуговування можна умовно назвати ухвалення рішення. Для прийняття правильного рішення потенційний турист, отримавши відповіді на всі питання, повинен ще раз зважити всі «за» та «проти». Тому сумніви – природний стан клієнта, «просування» на шляху до завершення угоди.

Завдання менеджера турагенції TUI на даному етапі полягає в тому, щоб переконати клієнта укласти угоду, що саме конкретний підібраний тур відповідає його інтересам. Не слід нав'язувати придбання туру. Останнє слово при укладанні угоди завжди має належати туристу. В цілях переконання споживача, слід надати додаткову інформацію; навести доводи, що допомагають «посилити» мотиви для укладання угоди.

Третій етап – завершення угоди. На даній стадії у роботу вступає ділова супровідна документація. Основними документами при оформленні туристичних послуг, що використовує туристичне агентство TUI у своїй діяльності є:

- договір з клієнтами (Додаток Д);

- договір з підприємствами, які беруть участь у просуванні туристичного продукту;

- туристичний ваучер (Додаток Г);

- страховий поліс та деякі інші документи.

Контроль за якістю обслуговування клієнтів здійснюється безпосередньо директором «TUI Ukraine».

Якість обслуговування в «TUI Ukraine» має специфічні можливості і складається з наступних складових: якість виконання послуг і якість обслуговування клієнтів.

На всіх етапах роботи з клієнтом «TUI Ukraine» привносить європейські стандарти обслуговування і високий рівень сервісу. «TUI Ukraine» – перша туристична компанія в Україні, яка впровадила і активно використовує програму «таємний покупець» для стимулювання якісної роботи співробітників турагентств.

Отже, на сьогодні в аналізованому туристичному підприємстві відповідальність і обов'язки в практиці управління даної організації співпадають, а права співпадають з функціями і обов'язками. Окрім організованої структури управління, організація і взаємодія туристичного оператора «TUI Ukraine» і туристичних агентств ґрунтується на загальній меті підприємства, яка визначається його місією. Для її здійснення управлінням туроператора передбачене виконання туристичними агентствами низки підпорядкованих цілей, орієнтованих на задоволення потреб споживачів.

2.3. Узагальнення досвіду взаємодії на прикладі туроператорської та турагентської компаній

На сучасному етапі діяльності туроператор «TUI Ukraine» все активніше впроваджує таку форму взаємодії, як франчайзинг, який надає право продавати турпакети від імені туроператора.

Для франчайзингових туристичних агенцій ця форма співпраці з «TUI Ukraine» має свої переваги, зокрема:

- використання відомого бренда;
- відсутність необхідності у рекламних кампаніях;
- продаж турпакетів на умовах підвищеної комісії;
- корпоративне комунікаційне та програмне забезпечення;
- кураторство у процесі реалізації турпослуг;
- рекрутингове сприяння;
- юридичний і бухгалтерський супровід;
- отримання пакета POS матеріалів та ін.

Перевага «TUI Ukraine», як туроператора-франчайзера полягає у створенні власних незалежних регіональних представництв, які активують продажі та сприяють зміцненню його авторитету та популяризації бренда. Крім того, «TUI Ukraine» отримує паушальний внесок за використання його назви та щомісячні роялті.

Сьогодні традиційні канали збуту в туристичній індустрії залишаються важливими, проте зростає роль та місце мережі Інтернет як середовища, в якому відбувається віртуальний обмін даними та інформацією, таким чином змінюючи методику ведення бізнесу. У зв'язку із розвитком інтернет-комунікацій все більше уваги приділяється об'єднаній агентській мережі, відмінною рисою якої є наявність інфопосередника між туроператорами та турагентами у вигляді бази даних, представленою туристичними порталами, веб-сайтами туристичних компаній [31] (рис. 2.).

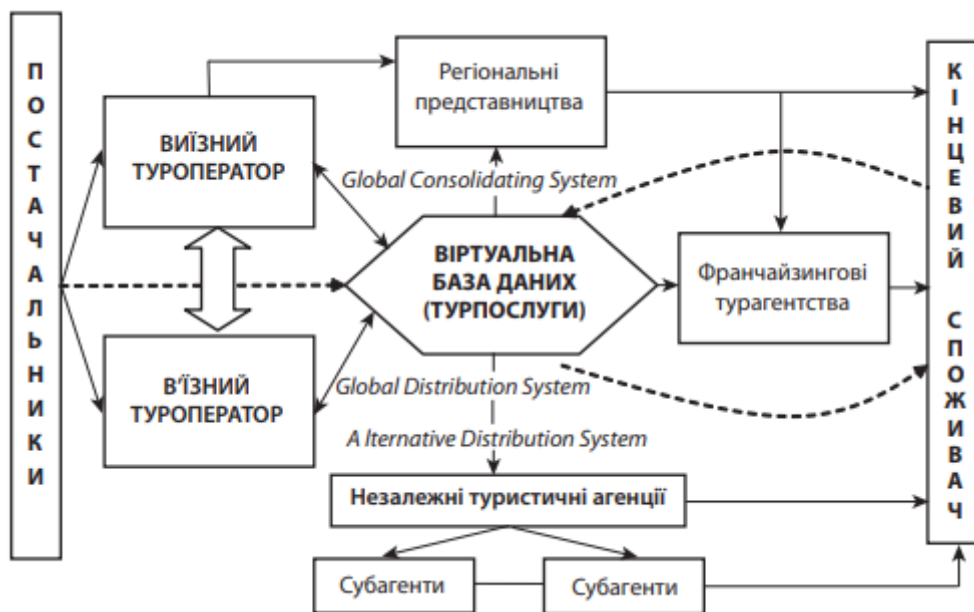


Рис. 2.4. Об'єднана агентська мережа

Джерело: розроблено автором за [30]

Зв'язуюча ланка у системі розподілу туристичних послуг представлена електронними системами бронювання та продажу туристичних послуг, інформаційне забезпечення яких забезпечують такі глобальні системи, як:

– Global Consolidating System (GCS) об'єднує ряд ланцюгів електронної комерції за логістичними принципами та акумулює процеси збуту за допомогою інтернет-продажів, прямого збуту, альтернативних каналів та методів збуту з використанням: GDS, ADS, CRS, BSP.

–Global Distribution System (GDS), яка включає професійні системи резервування та бронювання (Galileo, Worldspan, Amadeus, Sabre) і забезпечує взаємозв'язок між різними учасниками світового туристичного ринку. Global Distribution System (GDS) пов'язує авіакомпанії, готелі, туристичні агентства та інших членів каналу розподілу. На частку GDS припадає близько 15% від загальної кількості світових резервувань [32].

–Alternative Distribution System (ADS), яка представлена такими порталами, як booking.com, expedia.com, hotel.de, hotels.com, lastminute.com,

ORBITZ, що дають можливість бронювати туристичні послуги як агентам-посередникам, так і кінцевим споживачам.

– Central Reservation System (CRS), яка призначена для завантаження інформації про послуги готелів (авіакомпаній, туроператорів ін.) в усі існуючі електронні канали продажу з метою підвищення ефективності прямих online-продажів із сайту підприємства.

–Business Service Provider (BSP), яка являє собою контекстну програму «бізнес для бізнесу» як сукупність програмних продуктів, об'єднаних характеристиками і можливостями систем управління мультимедійними документами і систем управління процесами діловодства для зменшення надмірності у традиційному документообігу і підвищення ефективності адміністративної роботи, які працюють в інфраструктурі інформаційних технологій на платформі програмних продуктів Microsoft [33].

Таким чином, наявність у туроператора широкої та розгалуженої турагентської мережі сприяє зниженню витрат на реалізацію турпакетів, збільшенню обсягів продажів та виходу на нові ринки.

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ СУБ'ЄКТАМИ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

3.1. Проблеми взаємодії між суб'єктами туристичної діяльності на туристичному ринку

Проблеми, що виникають у взаємодії між суб'єктами туристичної діяльності на туристичному ринку пов'язані в першу чергу, з проблемами у самому туристичному секторі:

- 1) недостатня інформаційна та рекламна підтримка;
- 2) недосконалість, а в деяких випадках відсутність податкового законодавства, яке б регулювало всі сфери галузі;
- 3) інвестиційна непривабливість для іноземних підприємців та відсутність достатнього захисту бізнесу;
- 4) відсутність іміджу України у сфері туризму на світовому ринку.

Певною проблемою для туроператорської діяльності стала постанова Антимонопольного комітету з вимогою для туроператорів припинити вказувати вартість своїх турів у доларах з подальшим перерахунком на гривні за «власним» курсом, який, як правило, значно вищий курсу НБУ та міжбанківського ринку. Фігурантами розслідування стала низка відомих українських компаній: ТОВ «Пегас Туристик», ТОВ «Тез Тур», ТОВ «Джоін Ап!», ТОВ «Тревел Профешнл Груп», ТОВ «Туристична компанія «Анекс Тур», ТОВ «ТТВК», ТОВ «Компас Україна», ТОВ «Альф туристичний оператор», ТОВ «Корал Тревел» та ТОВ «Музенідіс тревел Україна».

Відповідно до українського законодавства будь-яка інформація, надана туроператором, повинна містити достовірні відомості про умови договору на туристичне обслуговування. Більше того, така інформація має бути подана у доступній, наочній формі, бути розбірливою і зрозумілою. На цьому

наголошує Закон «Про туризм», чітко регламентуючи перелік даних, які має отримати клієнт, зокрема, включаючи ціну туристичних послуг.

Законодавство також чітко визначає, що єдиним законним платіжним засобом є гривня. Якщо ж вказано грошовий еквівалент у іноземній валюті, то сума оплати має бути визначена відповідно до офіційного курсу цієї валюти на день платежу.

Отже, поширення туроператорами на вебсайтах інформації про вартість туру з використанням власного валютного курсу, відмінного від курсу НБУ та міжбанку, за відсутності ціни у гривнях, може вплинути на наміри клієнтів щодо придбання туристичних послуг. Відповідно такі дії операторів могли суттєво вплинути на наміри громадян придбати тур саме в однієї з цих компаній. І це – дуже серйозна перевага на конкурентному ринку туристичних послуг.

Туристичним компаніям було надано наступні рекомендації:

– припинити розміщення на вебсайтах, які вони використовують для здійснення власної господарської діяльності, неточної інформації про вартість надання туристичного продукту, за умови використання власного валютного курсу туроператора та/або відсутності зазначення вартості надання таких послуг у грошовій одиниці України - гривнях;

– інформувати споживачів способом, що не вводитиме в оману.

Крім цього, проблеми, що виникають у взаємодії між учасниками туристичного ринку, пов'язані з:

– недостатнім залученням представників ринку туроперейтингу до процесу прийняття рішень на рівні держави;

– частим непорозумінням між туроператорами та авіакомпаніями через затримку чи перенесення рейсів, які супроводжуються невдоволенням туристів та фінансовими витратами підприємств;

– недобросовісною конкуренцією туроператорів, пов'язаною з раптовим демпінгом, що призводить до спорів та недовіри турагентств до операторів;

- відсутністю податкового послаблення або тимчасового звільнення від оподаткування під час пандемії;
- відсутністю державних фінансових дотацій для новостворених туроператорів;
- відсутністю державних фінансових дотацій для туроператорів під час пандемії;
- відсутністю інформаційної підтримки і сприяння рекламуванню туроператорів як всередині країни так і за її межами (рис.3.1)

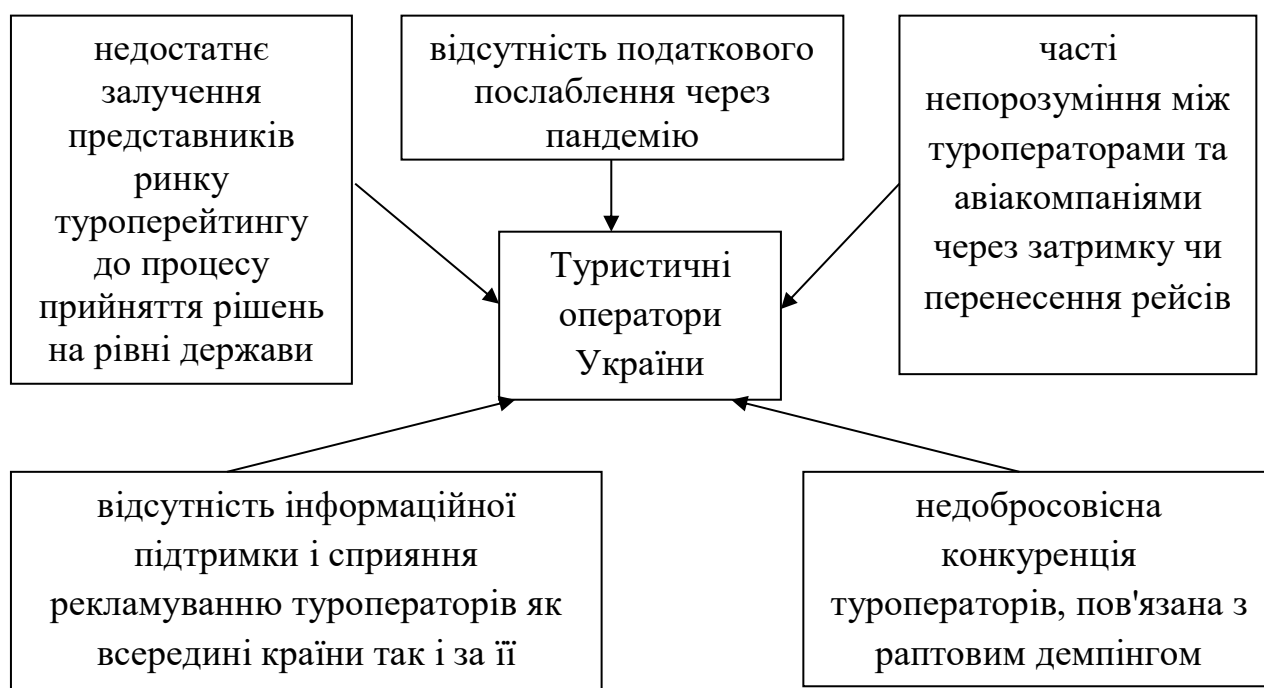


Рис.3.1. Проблемні аспекти розвитку взаємодії на туристичному ринку
Джерело: розроблено автором

На мікро рівні діяльності туристичних операторів можна виділити наступні недоліки роботи:

- надання неповної та недостовірної інформації менеджерами туристичного агентства про послуги туристичного оператора;
- невміння знаходити контакт з клієнтами;
- відсутність професійної освіти;

- невміння менеджером знайти мотив для потенційного туриста до придбання туристичного продукту;
- невміння переконувати, вести переговори з клієнтами;
- невміння приймає клієнта та зааати з ним контакт;
- невміння завершити продажу там, де це необхідно.

Отже, до основних проблем розвитку взаємодії між суб'єктами ринку туристичних послуг в Україні варто віднести наступні: недостатнє залучення представників ринку туropolерейтингу до процесу прийняття рішень на рівні держави; часті непорозуміння між туropolераторами та авіакомпаніями через затримку чи перенесення рейсів, які супроводжуються невдоволенням туристів та фінансовими витратами підприємств; недобросовісна конкуренція туropolераторів, пов'язана з раптовим демпінгом, що призводить до спорів та недовіри турагентств до операторів; відсутність податкового послаблення або тимчасового звільнення від оподаткування під час пандемії; відсутність державних фінансових дотацій для новостворених туropolераторів; відсутність державних фінансових дотацій для туropolераторів під час пандемії; відсутність інформаційної підтримки і сприяння рекламуванню туropolераторів як всередині країни так і за її межами.

3.2. Інновації в організації взаємодії між суб'єктами туристичної діяльності в країнах світу

Узагальнюючи тенденції розвитку взаємодії між суб'єктами туристичної діяльності в різних країнах світу, можна виділити три типи моделей взаємодії суб'єктів господарювання та держави на туристичному ринку.

Перша модель припускає відсутність центральної державної туристичної адміністрації, всі питання вирішуються на місцях на засадах та принципах ринкової «самоорганізації». Урядові органи використовують таку модель у тих випадках, коли туризм національній економіці взагалі не дуже

потрібний, або коли суб'єкти туристичного ринку займають сильні позиції, тобто здатні вирішувати свої проблеми без державної участі. Подібна модель управління індустрією туризму прийнята в США після того, як в 1997 р. була ліквідована державна структура U.S. Travel and Tourism Administration (USTTA), що відповідала за розвиток туризму в країні.

Друга модель передбачає наявність сильного й авторитетного центрального органу – міністерства, що контролює діяльність усіх підприємств туристичної галузі в країні. Для її реалізації потрібні відповідні умови, а саме: значні фінансові вкладення в туристичну індустрію: зокрема у рекламну й маркетингову діяльність, інвестування в туристичну інфраструктуру тощо. Подібна модель організації управління туристичною індустрією діє в Єгипті, Мексиці, Тунісі, Туреччині та інших країнах, для яких туризм є одним з основних джерел валютних надходжень у бюджет.

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

Така модель участі держави в розвитку індустрії туризму отримала умовну назву «європейської». Доцільно розглянути європейську модель докладніше, оскільки вона уявляється найбільш прийнятною для України. Особливої актуальності дослідженню даної моделі надає не лише ситуація

глобальних трансформацій у сучасному світі, але й вибір Україною європейського вектора розвитку, необхідність побудови в ній демократичного, відкритого громадянського суспільства.

Слід зауважити, що центральна державна туристична адміністрація в розвинених європейських країнах працює в тісній взаємодії з місцевою владою й приватним бізнесом. Така схема роботи виявилася досить продуктивною з погляду знаходження форм конструктивного співробітництва й взаємодії адміністративних органів різних рівнів державного та регіонального управління, а також для залучення фінансових коштів приватного сектора з метою виконання відповідних державних завдань. Наслідком такої політики стала поява змішаних за формою власності (державно-приватних) інститутів у сфері регулювання туристичної діяльності [34, с. 95].

Варіанти реалізації третьої моделі управління туристичним сектором розглянемо на прикладі чотирьох європейських країн: Франції, Іспанії, Великобританії та Італії, на частку яких, за даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО) припадає близько 1/3 світових туристичних прибуттів [34, с. 5].

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

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

Просуванням образу Франції як туристичного центру на міжнародному ринку займається асоціація «Maison de la France», що виникла в 1987 р. у результаті угоди про партнерство між місцевими адміністраціями, туристичними фірмами, готелями, адміністраціями об'єктів екскурсійного показу. На даний час асоціація нараховує близько 800 членів. У штаті асоціації «Maison de la France» більше 200 співробітників, 31 його представництво працює в 26 країнах світу. Керівний орган асоціації – рада директорів складається з 27 осіб (1/3 – чиновники з держапарату, а 2/3 – представники приватного бізнесу) [37].

Фахівці підраховали, що кожен вкладений у просування франк приносив 100 франків надходжень. Пріоритетними ринками для Франції за обсягом і потенціалом були Японія, США, Німеччина та Великобританія, надходження від яких становили половину всіх надходжень країни від міжнародного туризму. Приклад «Maison de la France» яскраво засвідчує, як багаторазово можна збільшувати ефект від державних інвестицій, якщо їх уміло доповнювати інвестиціями приватного сектора.

В Іспанії питання туризму координує Державний секретаріат з питань торгівлі, туризму та малого бізнесу, підлеглий Міністерству економіки. Крім Держсекретаріату Міністерству підпорядковуються: Центральна дирекція з туризму (адміністративні питання, розробка загальних напрямів державної політики у сфері туризму); готельна мережа «Paradores» (83 готелі, розміщені в будинках, що становлять історичну цінність); два виставково-конгресних центри (в Мадриді й Малазі) та Іспанський інститут туризму – «Turespasa» [38].

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

Іспанський інститут туризму «Turespasa» займається залученням іноземних туристів, здійснюючи рекламну діяльність та промоцію іспанських курортів за кордоном. Дана організація має широку мережу інформаційних офісів в Іспанії та 29 представництв у 21 країні світу. Інститут повністю фінансується з держбюджету [38].

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

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

Правління «VisitBritain» призначається Міністерством культури, засобами масової інформації та спорту й складається з голови та 5 членів, а також голів «Wales Tourist Board», «VisitScotland» та «England Marketing

Advisory Board», регіональних структур, схожих за своїми функціями з «VisitBritain» [39].

Важливим чинником у процесі реалізації державної туристичної політики є запозичення Україною досвіду «VisitBritain» з ефективного застосування сучасних інформаційних технологій та маркетингових компаній. Успіх проєктів «VisitBritain» («The City Breaks», «Touring and Good Living») позначився на зростанні прибутку від в'їзного туризму (12,3 млрд фунтів). Розробивши власний оновлений сайт www.visitbritain.com на 19 мовах для 36 країн світу, «VisitBritain» продовжує адаптувати його для нових туристичних ринків світу.

В Італії Департамент з туризму входить до складу Міністерства виробничої діяльності. Основні його функції зводяться до координації діяльності регіональних турадміністрацій, розробки нормативно-правових документів загальнонаціонального характеру, досліджень та обробки статистичних даних, а також міжнародної діяльності (міжурядові угоди, взаємовідносини з міжнародними організаціями та ЄС) [40].

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

Однак провідна роль у представленні Італії на міжнародному туристичному ринку належить Національному управлінню з туризму (Ente Nazionale Italiano per il Turismo – ENIT), основними функціями якого є рекламно-інформаційна робота, маркетингові дослідження, координація міжнародної діяльності місцевих турадміністрацій. ENIT підпорядковується Департаменту з туризму й повністю фінансується з держбюджету. У штаті ENIT 200 осіб, у тому числі співробітники 20 представництв у 16 країнах [41].

Україна зацікавлена в знайомстві з досвідом роботи ENIT щодо розвитку ділового туризму в окремих провінціях Італії, презентації турпродуктів найбільших провінцій країни на міжнародних туристичних салонах і встановленню співробітництва між державними органами та приватними туристичними підприємствами.

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

Поряд з національними програмами регіонального розвитку велику роль в останні роки відіграє політика територіального регулювання на наднаціональному рівні, що особливо актуально для країн Європейського Союзу. Основними структурами, що координують дану політику, є Комітет з регіональної політики при Раді міністрів ЄС та Європейський фонд регіонального розвитку, що діє в межах бюджету ЄС.

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

У даному контексті для України варто використовувати досвід європейських країн, де діють правила розвитку міст і районів, відповідно до яких змінюються та розвиваються методи використання землі. Державний контроль спрямований на захист ландшафтів та унікальних куточків природи, запобіганню спекуляції землею. Контроль за використанням землі супроводжується регулюванням будівництва та полягає в архітектурному нагляді. У більшості країн прийняті закони, що захищають історико-архітектурні пам'ятники.

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

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

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

З інших організацій, що фінансують розвиток туризму в Європі, можна виділити Європейський інвестиційний банк (EIB), що субсидіює різницю

процентних ставок за рахунок ресурсів, одержуваних на міжнародних кредитних ринках по преференційних ставках, виконуючи, таким чином, посередницькі послуги.

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

Іноземні інвестиції в туристичний сектор забезпечуються як з боку приватного бізнесу, так і з боку міжнародних організацій. Основним закордонним кредитором є Світовий банк (Міжнародний банк реконструкції й розвитку - МБРР). Його діяльність спрямована на забезпечення нормального життєвого рівня в країнах, що розвиваються, за допомогою довгострокового фінансування розвитку інфраструктури даних країн та окремих туристичних проектів.

Автор Є. В. Козловський зазначає, що з підвищенням значення туризму в економіці країни збільшується й участь держави в регулюванні туристичної галузі через міністерство з відповідними повноваженнями або за допомогою участі різних міжнародних організацій [42].

Флагманом міжнародного туризму є Всесвітня туристична організація (ВТО). ВТО – провідна міжнародна організація у сфері туризму, діє як глобальний форум для обговорення питань туристичної політики та є найважливішим джерелом практичної інформації з проблематики туризму. У ВТО в 2004 р. входили 144 країни, 7 територій, а також понад 350 асоційованих членів, які представляють місцеві органи влади, туристичні асоціації й приватні компанії, зокрема авіакомпанії, готельні мережі та туроператори. Організація в основному фінансується із внесків своїх членів [43].

Отже, Україні варто запозичити досвід окремих країн світу для реалізації моделі розвитку туристичного ринку та суб'єктів взаємодії на цьому ринку. Серед шляхів удосконалення взаємодії між туроператорськими та турагентськими компаніями в Україні доцільним є подальше застосування

франчайзингу у процесі взаємодії між туроператорськими та турагентськими компаніями

3.3. Шляхи оптимізації взаємодії між суб'єктами на ринку туристичних послуг в Україні

У сучасних умовах найважливішими проблемами здійснення підприємницької діяльності туристичного підприємства є забезпечення сталого розвитку, завоювання ринкових позицій, одержання конкурентних переваг у довгостроковій перспективі. Основними моментами, на які повинні постійно звертати увагу туристичні оператори є:

- майбутнє туристичного оператора залежить від того, на скільки послідовно і рішуче він буде боротися за своє місце на ринку;
- кон'юнктура ринку мінлива, старі можливості можуть вичерпатися, а нові, навпаки, змінитися; необхідно постійно шукати нові можливості, розробляти нові види туристичної пропозиції;
- в даний час більше, ніж раніше, від туроператорів потрібні знання, ефективні дії та професіоналізм;
- краще спеціалізуватися на високоприбутковому і якісному продукті, відкинувши все інше, тобто працювати «вузько» і «глибоко»;
- необхідно постійно піклуватися про оновлення свого продукту, оновлення й удосконалення складу послуг, диверсифікації, слідувати за мінливими потребами клієнтів, з огляду на такі речі, як мода і ринкові тенденції.

Наявність у туроператора широкої та розгалуженої турагентської мережі сприяє зниженню витрат на реалізацію турпакетів, збільшенню обсягів продажів та виходу на нові ринки.

Основними витратами туроператора «TUI Ukraine» за утримання агентів є: комісійна винагорода агентств; розповсюдження експозиційного і

рекламного матеріалу серед агентств; організація інформаційних турів; участь туроператора в регіональних виставках, метою яких є залучення нових агентств і мотивація до роботи існуючих агентів; оплата праці працівників туроператора, що займаються роботою з агентствами.

Ефективно працююча агентська мережа забезпечує значне зростання прибутку туроператора, просуває його турпродукт на регіональних ринках, формує популярність і позитивний імідж туроператора в межах всієї країни.

Пріоритетними є наступні пропоновані аспекти для створення ефективно працюючої агентської мережі туроператора «TUI Ukraine»:

- по можливості одержати інформацію про профіль і досвід роботи туристичної компанії - потенційного агента (для цього перш за все необхідна вимога даних про попередню роботу туристичної компанії);

- забезпечувати агентству так звану «зону впливу» для того, щоб уникнути зайвої конкуренції між агентами на регіональних ринках;

- проводити перманентний моніторинг якості і об'єму роботи агентств, паралельно заохочуючи найбільш видатних посередників і відмовляючись від подальшої співпраці з малозначними;

- розподіляти додаткові засоби стимулювання (наприклад, підвищена комісія або бонуси) тільки серед гідних турагентів;

- відносини з агентствами будувати тільки на агентських договорах або угодах, регулюючих всі можливі сфери подальшої спільної роботи.

На туристичному ринку для оптимізації взаємовідносин між основними суб'єктами (туроператора та турагента) можна застосовувати наступні стратегії:

- інтенсивна стратегія туроператора проявляється; коли останній зацікавлений в залученні в свою агентську мережу максимального числа регіональних розповсюджувачів турів. Ця стратегія найчастіше застосовується відносно недорогих групових інклюзив-турів на популярні напрями. Продаж такого турпродукту не вимагає спеціальної підготовки агентів (оскільки

інформація про напрями давно відома як серед гравців, так і серед споживачів туристичного ринку, а самі тури в більшості своїй стандартні), а велика кількість агентств в регіонах дозволяє туроператору здійснювати власні групові програми (наприклад, «піднімати» чартерні рейси, завантажувати викуплені готелі і т.п.);

- селективна стратегія має на увазі вибіркоче відношення до потенційних агентів, якийсь конкурс серед них, після якого до спільної роботи з оператором допускаються туристичні компанії, що максимально відповідають вимогам оператора. Застосовується така стратегія у випадках, коли оператор пропонує на ринку складніші, часто індивідуальні або замовлені тури, або ж тури, для здійснення яких потрібне виконання великого числа формальностей (наприклад, поїздки в країни з жорстким візовим режимом). В процесі продажу таких туристичних пакетів сам оператор повинен бути впевнений, що агент доніс споживачу максимально достовірну інформацію, зібрав всі необхідні дані про туриста, документи.

- ексклюзивна стратегія - є володіння єдиним на регіональному ринку агентом правом продажу нового турпродукту або турпродукту, дуже перспективного в майбутньому. Застосовується, в. основному, як додаткова міра заохочення найбільш ефективно працюючих туристичних агентств.

Туроператор «TUI Ukraine» дотримується інтенсивної стратегія роботи із турагентами, яку надалі пропонується теж використовувати.

У своїй повсякденній роботі з агентствами туроператор «TUI Ukraine» приділяє значну увагу стимулюванню агентської діяльності.

Способи стимулювання діяльності агентів туроператором «TUI Ukraine» можна умовно розбити на чотири категорії:

1. Матеріальні (безпосередньо пов'язані з грошовою винагородою працюючих агентів).
2. Технологічні (пов'язані з удосконаленням технологій спільної подальшої роботи).

3. Освітні (пов'язані з підвищенням професіоналізму агентів і направлені на підвищення якості обслуговування туристів).

4. Нематеріальні.

До матеріальних способів стимулювання агентської активності, які можна запропонувати туроператором «TUI Ukraine» для впровадження можна віднести:

- «плаваючий» розмір комісійної винагороди. Регулювання розміру комісійної винагороди та індивідуальний підхід до встановлення відсотка комісії на сьогодні є провідним стимулюючим фактором агентської активності. Більшість туроператорів вдаються до підвищення комісії для найбільш активних і якісно працюючих агентів (наприклад, збільшення комісії при досягненні певного числа відправлених туристів, проданого «людино-дня» або загальної суми продажів);

- бонусно-накопичувальну систему заохочення агентів, яка є схемою роботи, за якою при продажі агентством певного туру або туристичного пакету на «особовий рахунок» агентства туроператор відкладає або певну суму грошей, або заохочувальний турпродукт, якими агент надалі може реально скористатися; повернення грошових коштів, сплачених агентством за участь його менеджерів в інформативних або пізнавальних турах, після відправки турагентом певного числа туристів в даному напрямі.

Використовуючи таку заохочувальну схему, туроператор не тільки привертає більшу кількість агентів в сам інформаційний тур, але і стимулює їх до роботи з даним туристичним напрямом, що дозволяє забезпечувати максимізацію якості обслуговування туристів;

- капіталовкладення в діяльність турагента – особливо поширені у разі організації роздрібної агентської мережі. В цьому випадку оператор інвестує в діяльність агентства певну суму грошей (наприклад, на придбання або ремонт офісу, покупку оргтехніки, рекламу і т.д.) на умовах гарантій певного об'єму продажів агента щомісячно;

- сумісна реклама туроператора і його найбільш ефективно працюючих агентів.

Серед технологічних способів стимулювання роботи агентств можна виділити найбільш поширені: - пріоритетність розгляду заявок ефективно працюючих туроператорів, що в свою чергу зумовлює першочерговість обробки заявок і їх підтвердження як заохочувальна міра агентам, що відзначилися; - введення on-line бронювання або роботи по ICQ. Електронні форми співпраці між туроператором і агентством набувають все більшу популярність в світі. Також до технологічних способів стимулювання можна віднести регулярне інформування агентів, особливо це стосується введення нових турів або напрямів, змін цін або розміру комісійної винагороди, наявності місць на прийдешні заїзди і т.п.; - можливість надання агентам пільгових квот або блоків місць. Цей спосіб стимулювання найбільш актуальний відносно агентів, що мають високі об'єми продажів. Туроператор може надати таким агентствам квоту місць (наприклад, гарантованих 10 місць) на майбутні тури в найбільш пікові періоди. Суть же пільги полягає в тому, що оператор може не вимагати від агента повної передоплати блоку, надавати йому розстрочку платежів і т.п.

Освітні способи стимулювання агентської активності загалом направлені на збільшення інформованості та професіоналізму агентів, що в подальшій роботі призводить до підвищення якості обслуговування туристів. Крім того, регулярне підвищення кваліфікації агентів туроператора «TUI Ukraine» за рахунок сил і засобів туроператора, розрекламоване на туристичному ринку, може привернути і нові агентства до спільної з оператором роботи.

Основним інструментом підвищення професіоналізму і якості обслуговування клієнтів є організація туроператором інформаційних і так званих пізнавальних рекламних турів. Досить важливим є також

удосконалення бонусної програми для тур агентів туроператора «TUI Ukraine».

Також для оптимізації взаємовідносин з усіма суб'єктами ринку туристичних послуг застосовувати одну із сучасних систем організації та управління продажами – систему «Sales Expert TM». Її впровадження дасть можливість організувати більш легкий в управлінні та зручний для контролю процес продажів фірми. З її появою на фірмі з'явилися точні інструменти для оцінки величини потенційного попиту та ефективності рекламних акцій.

Система дуже проста у впровадженні і зручна у використанні, дозволяє проводити контроль діяльності менеджерів з продажів турпродуктів за допомогою об'єктивних показників: ефективність первинних контактів, тривалість угоди, її середній розмір і т.п. Процес продажу товару розбивається на етапи, що дозволяє контролювати не тільки результати роботи, але і сам процес продажу.

Впровадження системи дозволить знизити витрати на роботу з клієнтами і поліпшити якість їхнього обслуговування. У базі «Sales Expert TM» зберігається вичерпна інформація про компанії, контактні особи, способи зв'язку, регіони і сфери діяльності клієнта. По кожному контакту можна планувати дзвінки, зустрічі й інші заходи. Вся історія роботи з кожним клієнтом і всі його звернення в компанію чітко фіксуються в системі, що дає повну інформацію по будь-якому контакту.

Система допомагає визначити результативність маркетингових акцій. За допомогою неї можна не тільки проводити моніторинг віддачі від рекламної акції, проведеної виставки, розміщених у пресі статей про пропоновані турпродукти, але і провести аналіз причин відмови від покупки, що допомагає скоригувати маркетингову діяльність.

«Sales Expert TM» інтегрується з програмою Voyage Office Pro. Це найбільше повна з існуючих комп'ютерних програм — версія опису процесу діловодства і бухгалтерії для роботи туристичних фірм. Програма необхідна

як найбільш сучасний інструмент організації і ведення роботи з клієнтами і партнерами фірми, а також для одержання статистичних і аналітичних даних діяльності туристичної фірми.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження, нами були виконані всі поставлені завдання.

Так встановлено, що ринок туристичних послуг – сукупність організаційно-економічних відносин з приводу організації та купівлі-продажу туристичних послуг. Цей ринок, як і будь-який інший, пов'язує разом покупців (пред'явників попиту) і продавців (постачальників).

Характерною особливістю туристичного ринку є те, що купівля-продаж туристичних послуг не призводить до зникнення джерел їх створення для процесу обміну. Природні, культурно-історичні ресурси, вміння і навички персоналу не зникають і не знищуються в процесі споживання, а це, в свою чергу, є передумовою готовності для продажу нових туристичних продуктів при наявності інших необхідних ринкових умов. Зазначені особливості перетворюють туристичний ринок у надзвичайно динамічне явище з сильно вираженим імовірнісним характером процесів, що на ньому відбуваються.

Суб'єктами ринкових відносин в контексті туристичної діяльності виступають організатори і продавці (туроператори і турагенти) туристичного продукту, їх контрагенти-виконавці послуг (готелі, ресторани, компанії-перевізники, екскурсійні бюро) і покупці (споживачі) як комплексного турпродукту, так і окремих туристичних послуг. Основними суб'єктами ринку туристичних послуг виступають туроператори та турагенти.

Туристичні оператори – це юридичні особи, створені відповідно до законодавства України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг, і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність. Ці фірми є виробниками туристичного продукту.

Туристичні агенти – фірми, що продають за певну винагороду тури туроператора на підставі укладеного між ними договору. Турагент забезпечує рекламу турів, їх продаж і доставку клієнтів до місця початку подорожі, здійснює контроль за якістю обслуговування, збирає зауваження та побажання клієнтів. Головним документом, на підставі якого будуються взаємини між турагентством і туроператором, є агентський договір. Потреба в туристичних агентах виникає з ряду причин:

1. Необхідності просування турів оператора в регіонах - далеко не кожен туроператор має можливість відкривати в кожному перспективному регіоні власне представництво або філіал, тоді як залучення регіональних агентів до спільної роботи надає можливість просування турів оператора далеко від місця його постійної дислокації;

2. Необхідність доведення турів до клієнта - створення посередника у віддалених пунктах попиту від міста виробництва, що забезпечує впізнання бренда та збільшує клієнтську мережу;

3. Відсутність у оператора можливості самостійно обслуговувати всіх клієнтів.

Наявність агентської мережі - це неодмінна умова мінімізації витрат туроператора.

Діяльність кожного туристичного підприємства на ринку туристичних послуг пов'язана із укладанням великої кількості договорів з партнерами по бізнесу (туроператорами та турагентами), виробниками послуг, страховими компаніями, споживачами туристичних послуг. Поряд з чинним законодавством договір є важливим засобом, що регулює взаємини суб'єктів ринку. Він виступає складовою процесу підготовки, укладання й виконання будь-якої підприємницької угоди. Між всіма суб'єктами ринку постійно виникають взаємини пов'язані з обміном грошей на турпродукт і навпаки. Тому наступний вид договорів, які є обов'язковими, а порядок укладання передбачений Законом України «Про туризм» – це договори на надання

туристичних послуг, які укладаються між суб'єктами туристичної діяльності та споживачами туристичного продукту. Договір між суб'єктом туристичної діяльності і туристом або групою туристів вважається укладеним з моменту оплати вартості туру та видачі туристу чи керівнику групи туристичного ваучера. Крім цього, з метою організації обслуговування туристів під час подорожі туристична фірма укладає угоди з підприємствами-постачальниками послуг: готелями й транспортними організаціями, музеями та закладами дозвілля. Оскільки туристичні підприємства не мають принципових відмінностей від інших суб'єктів господарювання стосовно договірної роботи, то до договорів, що укладаються туристичними підприємствами, застосовуються всі правові норми діючого законодавства у сфері договірних відносин.

Моніторинг ділової активності суб'єктів туристичного ринку України показує тенденцію скорочення за більшістю показників, основними причинами якої є складна економіко-політична ситуація в країні, відокремлення Криму, зменшення попиту через нестабільність курсу валюти, відсутність безпеки та зростання недовіри до туристичних підприємств. На сьогоднішній день в Україні працює біля 500 туристичних операторів, багато хто з них є членами Всеукраїнської Асоціації Туристичних Операторів, а також – міжнародних організацій подібного типу. До першої десятки лідерів національного туристичного ринку за кількістю обслугованих туристів увійшли Join Up, Anex Tour, TPG, TEZ Tour, TUI Ukraine, Coral Travel, Pegas Touristik, Аккорд-тур, GTO Travel Company та Альф. Досліджено, що часті туристичні колапси виникають через недобросовісну конкуренцію туроператорів та непорозуміння між туроператорами і авіакомпаніями через затримку чи перенесення рейсів.

Взаємовідносини, що виникають між суб'єктами ринку туристичних послуг було досліджено на прикладі туроператора «TUI Ukraine» – члена Всеукраїнської асоціації туристичних операторів, що постійно бере участь у

міжнародних виставках та туристичних ярмарках. Компанія є частиною найбільшого міжнародного туристичного холдингу TUI Group.

У сучасних умовах ведення туристичного бізнесу «TUI Ukraine» для реалізації туристичного продукту співпрацює з великою кількістю підприємств на договірній основі. До складу «TUI Ukraine» входить 250 турагентств (власних і уповноважених). Тому основним документом, що використовується в діяльності – це агентська угода – вид договірних відносин у підприємницькій діяльності, за яким одна сторона (агент) зобов'язується за винагороду здійснити за дорученням іншої сторони (принципала) юридичні та інші дії від свого Імені, але за рахунок принципала, або від Імені і за рахунок принципала. Останнім часом співпраця туроператора та її турагентів будується на основі договору франчайзингу.

«TUI Ukraine» обслуговує в рік біля 200 тисяч туристів на основі договору про обслуговування.

«TUI працює» на договірній основі з всевітньо відомими готельними ланцюжками, що дозволяє компанії гарантувати високий рівень сервісу (Rixos, Radisson, Hilton). «TUI Ukraine» на постійній основі співпрацює зі страховою компанією ERV. Взаємовідносини суб'єктів туристичної діяльності визначаються в основному такими угодами:

Договором про квоту місць з гарантією заповнення 30-80 %. За таким договором туроператор «TUI Ukraine» одержує від готелю визначену кількість місць, яку вона зобов'язана протягом періоду, оговореного в контракті, заповнити туристами. При цьому TUI Ukraine гарантує оплату 30-80% виділеної квоти місць, навіть якщо вони не будуть використані. Іншу частину квоти «TUI Ukraine» має право анулювати у встановлений термін. За цим договором туроператор одержує ціни на готельні місця більш низькі, чим звичайні тарифи.

Договором про квоту місць без гарантії заповнення. За цим договором туроператор «TUI Ukraine» не бере на себе ніякої гарантії заповнення

виділеної йому квоти місць. Тому в силу вступає звичайне правило анулювання місць, не використаних у встановлений термін. «TUI Ukraine» розраховується з готелем за звичайними тарифами.

Договором про тверду закупівлю місць з повною оплатою. За таким договором туроператор «TUI Ukraine» гарантує готелю повну оплату виділеної квоти місць, незалежно від їхнього заповнення. За таких умов фірма виборює більш низькі ціни на розміщення в готелі, ніж зазвичай.

Договором про поточне бронювання. Це найбільш типовий договір для туристичних фірм, особливо тих, які займаються організацією індивідуального туризму. За таким договором «TUI Ukraine» не одержує від готелю ніякої квоти місць. При зверненні клієнта тур агент «TUI Ukraine» направляє готелю через туроператора «TUI Ukraine» заявку на бронювання і тільки після одержання підтвердження здійснює продаж готельних послуг. При такому договорі діють звичайні тарифи на готельні місця.

У «TUI Ukraine» ведеться співпраця з регіональними представниками ринків, на яких реалізується турпродукт. Основними причинами залучення регіональних представників є їх співпраця з туристичними агенціями, оперативне донесення інформації щодо функціонування місцевого туристичного ринку та гнучке реагування на зміну попиту. Крім того, співпраця з регіональними представництвами – це дієвий спосіб знизити рівень витрат, оскільки немає необхідності проводити рекламні кампанії та промо-акції, брати участь у місцевих туристичних виставках. Усі презентацийні функції виконує представник – регіональний консолідатор.

В ході дослідження були виявлені проблеми у взаємовідносинах між суб'єктами ринку туристичних послуг, які обумовлені як загальною ситуацією на туристичному ринку (недостатня інформаційна та рекламна підтримка; недосконалість, а в деяких випадках відсутність податкового законодавства, яке б регулювало всі сфери галузі; інвестиційна непривабливість для іноземних підприємців та відсутність достатнього захисту бізнесу; відсутність

іміджу України у сфері туризму на світовому ринку) так і з діяльністю туроператорів (недостатнім залученням представників ринку туроперейтингу до процесу прийняття рішень на рівні держави; частим непорозумінням між туроператорами та авіакомпаніями через затримку чи перенесення рейсів, які супроводжуються невдоволенням туристів та фінансовими витратами підприємств; недобросовісною конкуренцією туроператорів, пов'язаною з раптовим демпінгом, що призводить до спорів та недовіри турагентств до операторів; відсутністю податкового послаблення або тимчасового звільнення від оподаткування під час пандемії; відсутністю державних фінансових дотацій для новостворених туроператорів; відсутністю державних фінансових дотацій для туроператорів під час пандемії; відсутністю інформаційної підтримки і сприяння рекламуванню туроператорів як всередині країни так і за її межами).

Останнім часом необхідне є оптимізація взаємовідносин між суб'єктами туристичного ринку, особливо для розвитку агентської мережі. Для цього можна використовувати різні способи стимулювання: матеріальні (безпосередньо пов'язані з грошовою винагородою працюючих агентів), технологічні (пов'язані з удосконаленням технологій спільної подальшої роботи), освітні (пов'язані з підвищенням професіоналізму агентів і спрямовані на підвищення якості обслуговування туристів).

Також впроваджувати франчайзинг у процес взаємодії між туроператорськими та турагентськими компаніями;

Ефективно працююча агентська мережа забезпечує значне зростання прибутку туроператора, просуває його турпродукт на регіональних ринках, формує популярність і позитивний імідж туроператора в межах всієї країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с. – С.44-48.
2. Момонт Т.В. Особенности формирования рынка конкурентоспособных туристических услуг. Економіка. Управління. Інновації. – 2009. – №2.
3. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг : [підручник] / Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. – К. : Знання, 2008. – 661 с.
4. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика. Навч.Пос. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – С.231.
5. Парфіненко А. Ю. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища / А. Парфіненко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2015. – Вип. 126. – Ч. 1. – С. 12–23.
6. Азарян О.М. Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу: Монографія / О.М. Азарян, Н.Л. Жукова. – Донецьк: Вид-во ДонМУ, 2002. – С.109.
7. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / Л.П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – С. 122-123.
8. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организаций / М.А. Жукова. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 66 с.
9. Игнатьева И. Ф. Динамика мировых туристских потоков в геополитическом аспекте // Вестник Национальной академии туризма. – 2011. – № 2. С. 12-15.
10. Организация туризма: Учеб. пособие / А.П. Дурович, Н.И. Кабушкин, Т.М. Сергеева и др.; Под общ. ред. Н.И. Кабушкина – Мн.: Новое издание, 2003. – С.19.

11. Цехла С.Ю. Систематизация факторов развития туристской индустрии / С.Ю. Цьохла // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2013. – Т. 22 (61), №2. – С.373-380.

12. Ткачук Л.М. Геополитическая проблематика в исследованиях индустрии туризма // Наука, образование, культура (Știință, educație, cultură) : материалы международной научно-практической конференции, посвященной 25-ой годовщине Комратского государственного университета, 4 февраля 2016 г. – Комрат, 2016. – Том 1. – 2016. – С. 119-122.

13. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В.Г.Герасименко. – Одеса : Астропринт, 2013. –С.128-170.

14. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/go/324/95-вр.

15. Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/sp/sp_03.pdf

16. International Recommendations for Tourism Statistics 2008 [Електронний ресурс] // United Nations Publication Sales No. E.08.XVII.28. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_83rev1e.pdf.

17. Саух І.В. Концептуальні основи формування системи туризму в Україні / І.В. Саух // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. – 2016. – № 1. – С. 113–122, с.116.

18. Куліцька, Н.В. Економічна безпека туристичних підприємств [Текст] / Н.В. Куліцька, О.В. Орлик // Інформатика та інформаційні технології : студ. наук. конф., 20 квітня 2015 р. : матер. конф. – Одеса, ОНЕУ. – С . 68–71, с.116.

19. Бойко М.Г. Економіко-предметне обґрунтування розвитку термінологічного апарату туризму / М.Г. Бойко, Г.І. Михайліченко // Економіка та держава. – 2010. – № 3. – С. 47-49., с. 48.

20. Богданова Ж.А. Особливості діяльності туроператорів і турагентів: обліковий аспект // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2015. – №. 1 (19). – С. 59–64., с. 60.

21. Зеленська М.О, Ширяєва Б.О. Зовнішній потенціал туристичного оператора / М.О. Зеленська, Б.О. Ширяєва // Вісник ОНУ імені Мечникова. – 2014. – Т. 19. – Вип. 1/1. – С. 167–171., с. 168.

22. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства: підручник / Н.Є. Кудла. – К.: Знання, 2012. – 343 с.

23. Квартальнов В. А. Туризм: Учебник / В.А.Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 320 с.

24. Організація туризму: опорний конспект лекцій для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки 073 «Менеджмент (туристичний бізнес)» денної та заочної форми навчання/ упорядник В.В. Костинець – К.: КНУТД, 2018. – 147 с.

25. Балабанов И.Т. Экономика туризма : [учебное пособие] / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. – М. : Издательство «Финансы и статистика», 2003. – 176 с.

26. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР) – 2003 – № 18, № 19-20, № 21-22.

27. Сокол, Т.Г. Основи туристичної діяльності: навчальний посібник [Текст] / Т.Г. Сокол. – К.: Грамота, 2006. – 264 с.

28. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.

29. Туристичні підприємства України: виклики реальності. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2019/03/8.pdf>.

30. Музиченко Є.О. Взаємодія основних учасників каналів збуту в туристичній індустрії / Є. О. Музичка // Бізнес Інформ. - 2013. - № 4. - С. 253-258.

31. Бирицкая Н. М. Туроперейтинг : учеб.-метод. пособие / Н. М. Бирицкая, Т. М. Сергеева. – Мн. : БГЭУ, 2010.

32. ITS. (2010). Global Distribution Systems Fact Sheet. Retrieved from http://www.interactivetravel.org/IndustryBackground/Attachments/GDS_Fact_Sheet.pdf.

33. Михайліченко Г. І. Інноваційний розвиток інформаційної системи туроперейтингу / Г. І. Михайліченко // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2012. – № 7 (178). С. 221 – 224.

34. Євдокименко В. К. Регіональна політика розвитку туризму. / В.К. Євдокименко. – Чернівці: Прут, 2016. – 346 с.

35. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/go/1023-12

36. Про страхування: Закон України від 07.03.1996 № 85/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/85/96-вр>

37. Maison de la France. Le ministère délégué au Tourisme // http://www.tourisme.gouv.fr/fr/z1/ministere_delegue/org_assoc/maison/

38. Secretaria de Estado de Turismo y Comercio // <http://www.mcx.es/turismo/default.htm>

39. What is VisitBritain's Role? // http://www3.visitbritain.com/corporate/bta_role.htm

40. Ministero delle Attività Produttive. Direzione generale per il turismo // http://www.minindustria.it/organigramma/index.php?sezione=organigramma&tema_dir=tema2&nodo=179

41. Ottaviani: Foreign tourism better than forecast in 2004. Italian State Tourist Board // <http://press.enit.it/press/default.asp?lang=en&sel=news&cana=varie>

42. Козловський Є. В. Іноземний досвід регулювання міжнародного туризму та його використання в Україні / Є. В.Козловський // – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://www.academy.gov.ua/ej/ej1/txts/KOZLOVSKIY.htm>

43. About the World Tourism Organization (WTO). Mission for the New Millennium // <http://www.world-tourism.org/aboutwto/eng/menu.html>

44. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: Навчальний посібник. Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. 180 с., с. 29

ДОДАТКИ

Визначення поняття «Туристичний ринок»

Автор	Визначення поняття
Александрова А.Ю.	Туристичний ринок – це економічні відносини між виробниками і споживачами турпродукту на туристичному ринку, що полягають у процесі перетворення туристсько-екскурсійних послуг в гроші, і назад – перетворення грошей у туристсько-екскурсійні послуги.
Гонтаржевська Л.І.	Туристичний ринок – це сфера реалізації туристичного продукту та економічних відносин, які виникають між його покупцями і продавцями.
Карпов В.А.	Ринок туристичного продукту являє собою сферу економічних відносин між виробниками і споживачами туристичних послуг.
Мальська М.П., Антонюк Н.В.	Ринок туристичних послуг – відкрита соціально-економічна система з високим рівнем саморегуляції, основу якої складають високолокалізовані взаємовідносини, пов'язані із виробництвом, збутом і споживанням туристичних послуг або комплексного турпродукту в межах певної території.
Любіцева О.О.	Туристичний ринок – це система внутрішніх і зовнішніх зв'язків, в якій здійснюється процес перетворення туристсько-екскурсійних послуг у гроші і назад, перетворення грошей в туристсько-екскурсійні послуги, а також сукупність споживачів туристичного продукту, які мають засоби для його купівлі.
Папирян Г.А.	Туристичний ринок – це сукупність соціально-економічних відносин у сфері обміну, за допомогою яких здійснюється реалізація турпродукту.

ОСНОВНІ ТУРОПЕРАТОРИ В УКРАЇНІ

Туроператор	спеціалізація
Аккорд-тур	Автобусні та авіатури по Європі; тури по Україні.
Join UP	Пляжний відпочинок; екзотичні тури.
Анекс Тур (Anex Tour)	Пляжний відпочинок; екскурсійні тури.
Тез Тур (TEZ Tour)	Екскурсійні тури та круїзи; відпочинок з дітьми; гірськолижні тури; Пляжний відпочинок.
ТПГ (TPG)	Автобусні, авіатури; тематичні тури; корпоративний туризм.
Корал Тревел (Coral Travel)	Пляжний і СПА відпочинок; сімейний відпочинок; дитячий відпочинок.
TUI Ukraine	Пляжний відпочинок; сімейний відпочинок; дитячий відпочинок; яхтинг; гірськолижні тури.
Пегас Туристік (Pegas Touristik)	Корпоративний туризм; подієвий туризм.
Алголь	Бліц-тури; гірськолижні тури.
Роза вітрів	Автобусні та авіатури по Європі; тури по Україні; круїзи.
Танго Тревел	Автобусні тури; тематичні тури; дитячий відпочинок.
Mouzenidis Travel	Відпочинок в Греції; автобусні та авіатури; круїзи; дитячий відпочинок.
Альф тур (ALF)	Рекламні тури; автобусні, авіатури.
Інкомартур	Екскурсійні тури; авіаподорожі, автобусні тури, круїзи.
Сакумс	Відпочинок на морі; тури по Україні; тури для школярів; рекламні тури.
САМ	Пляжний відпочинок; гірськолижні тури; лікувальні тури; тури вихідного дня.
Сієста (Siesta)	Індивідуальні та групові тури; круїзи.
Артекс	Автобусні та авіатури по Європі; круїзи; екзотичні тури; гірськолижні тури.

1000 Доріг	Авіа, ж / д і автобусні тури; комбіновані тури; wellness і лікування; дитячі тури.
Туристичний Клуб (тсс)	Екскурсійний туризм; весільні подорожі; круїзи.
Оазис Тревел (Oasis Travel Ukraine)	Відпочинок в Тунісі; екскурсійні та екзотичні тури.
дав Клуб	Відпочинок на морі; круїзи; дитячий відпочинок.
Пан Україн	Пляжний відпочинок; пакетні тури; круїзи.
ЛюбоСвіт	Пляжний відпочинок і екскурсійні програми; гірськолижні тури; дитячий відпочинок.
Міст Тур (Міст Тур)	Тури по Україні та за кордон; круїзи; оренда транспорту; медичний туризм.
ТК-Велт (Велт)	Відпочинок в Болгарії; дитячо-молодіжні тури; екскурсійні тури.
Феєрія (Feerie)	Автобусні, авіатури; SPA і лікувальні тури; тури по Україні; екзотика.
Єременко і партнери	Туристичні та MICE поїздки в Італію будь-якого рівня і формату.
Орбіта	Пляжний відпочинок; екскурсійні тури.
GTO Travel	Індивідуальні та групові тури; Пляжний відпочинок; екскурсійні тури.
Гал-Круїз	Автобусні, авіатури; тури по Україні; паломницькі тури; дитячий відпочинок.
Албена Тревел	Відпочинок і працевлаштування в Болгарії; дитячий відпочинок; екскурсії в Європу.
СІТА (Сита)	Подієві тури; весільні подорожі; пляжний відпочинок; екскурсійні тури.
Альянс	Відпочинок на морі; екскурсійні тури; week-end тури; тематичні тури; дитячий відпочинок.
Іспатур	Відпочинок в Іспанії; екскурсійні тури; тури вихідного дня.
Діліжанс тревел (Діліжанс Тревел)	Пляжний відпочинок; екскурсійні тури по Європі.
Імпала Тревел (Impala Travel)	Тематичні і екзотичні тури; аюрведа; круїзи; освіту за кордоном.
Оріон-Інтур	Екзотичні тури; тури по Європі; навчання за кордоном; корпоративні тури.

MSF Travel	Групові та індивідуальні тури і екскурсії по Франції, Італії.
Албіз-тур	Гірськолижні, гастрономічні, весільні тури; тури вихідного дня; круїзи.
Мібс тревел (MIBS Travel)	Пляжний відпочинок; круїзи; дитячий відпочинок; корпоративні тури.
Лик-Тур	Пляжний відпочинок; екскурсійні тури.
Рондо (Rondo)	Відпочинок в Ізраїлі; екскурсійні тури; медичний туризм.
Гальф	Пляжний відпочинок; весільні подорожі.
Київський Супутник	Пляжний відпочинок; тури по Україні; оздоровлення; навчання за кордоном; круїзи.
Сага	Пляжний відпочинок; автобусні тури; екскурсійні, бізнес і luxury тури; навчання за кордоном.
Пілігрим-М	Автобусні, авіатури; тури по Україні; відпочинок для дітей.
Apolonia Tour (Аполлонія тур)	Організація зимового відпочинку, відпочинку на морі і СПА-курортах Болгарії.
Алма тур	Гірськолижні тури; дитячий відпочинок; СПА та лікування; екскурсійні тури.
Asia Tour Group	Індивідуальні та групові тури по всій Азії; екстремальні, лікувальні, освітні, паломницькі тури; ділової та корпоративний туризм.
Оптіма	Автобусні, авіатури; відпочинок на морі; відпочинок для дітей; лікувальні тури.
Наталі Вояж-Сервіс	Автобусні, авіатури; лікувальні тури; гірськолижні курорти; подієві тури.
Магонія	Пакетні та екскурсійні тури; відпочинок на яхті; екзотичні подорожі.

Джерело: складено автором за даними інтернет

АГЕНТСЬКИЙ ДОГОВІР № _____

по реалізації туристичних продуктів

м. Київ "_____" _____ 2019 р.

Товариство з обмеженою відповідальністю "ТТВК", юридична особа, що належним чином створена та здійснює діяльність відповідно до законодавства України, ідентифікаційний код 36285831, (надалі – "Туроператор"), в особі Генерального директора Нурхана Чали, що діє на підставі Статуту, відповідно до Ліцензії на туруператорську діяльність серії АЕ № 272718, виданої Державним Агентством України з туризму та курортів 13 березня 2014р., з одного боку, і

_____ ідентифікаційний код _____, що знаходиться за адресою _____, (надалі – "Турагент"), в особі _____, що діє на підставі _____ з іншого боку,

Туроператор та Турагент для цілей цього Договору іменуються далі разом "Сторони", а кожний окремо - "Сторона", уклали цей Договір про наступне:

1. Визначення термінів

- 1.1. Туроператор - юридична особа, визначена у Преамбулі цього Договору.
- 1.2. Турагент - юридична особа або фізична особа - суб'єкт підприємницької діяльності, визначена у Преамбулі цього Договору.
- 1.3. Туристичний продукт - попередньо розроблений Туроператором комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо).
- 1.4. Тур - туристична подорож (поїздка) за визначеними маршрутом та строками, забезпечена комплексом туристичних послуг, які замовлялися туристом (бронювання, розміщення, харчування, транспортні послуги, рекреація, екскурсії тощо).
- 1.5. Турист - особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування у зазначений термін.
- 1.6. Документи на тур - туристичний (інформаційний) ваучер, проїзні документи, рекомендації туристам з поведінки у країні перебування, страховий поліс (медичне та від нещасних випадків), умови страхування і правила поведінки туриста при виникненні страхових випадків.
- 1.7. Ваучер - документ, встановленої Туроператором форми, який надає право Туристу на розміщення в зазначеному готелі з певним типом харчування та типом номера у визначений строк.
- 1.8. Система бронювання – спеціально розроблена система, яка забезпечує можливість бронювання туристичного продукту (туристичних послуг), що надається Туроператором в режимі реального часу, з використанням мережі Інтернет. За допомогою системи бронювання здійснюється передача інформації щодо туристичного продукту (туристичних послуг), а саме: подача заявки на бронювання, отримання підтвердження бронювання, виставлення рахунку на оплату, отримання оперативної інформації про стан замовленого туристичного продукту та документів на тур в електронному вигляді. Система бронювання представлена на офіційному сайті Туроператора.
- 1.9. Заявка на бронювання - документ, що підтверджує замовлення Турагентом туристичного продукту (туристичної послуги), що направляється Турагентом з допомогою системи бронювання, та означає згоду Турагента перед Туроператором за відшкодування збитків, яких зазнав Туроператор внаслідок її відкликання Турагентом або туристом після її отримання Туроператором.
- 1.10. Підтвердження бронювання - документ, що підтверджує бронювання туристичного продукту (туристичної послуги) із зазначенням його вартості, термінів оплати та штрафних санкцій по туру, що направляється Туроператором Турагенту з використанням системи бронювання.
- 1.11. Ануляція туристичного продукту (туристичної послуги) - відповідно до умов цього Договору, це відмова Турагента від заброньованого туристичного продукту (туристичної послуги), а також право Туроператора відмовити Турагенту в наданні заброньованого та підтвердженого туристичного продукту (туристичних послуг). Ануляція проводиться шляхом надіслання Турагентом Туроператору або Туроператором Турагенту письмового повідомлення з використанням системи бронювання.

- 1.12. Спеціальні тури – це тури які визначені Туроператором, як тури зі спеціальними умовами бронювання та оплати туру, про що Туроператор інформує Турагента в підтвердженні на тур через систему бронювання.
- 1.13. Грошові кошти – кошти, що не є власністю Турагента, отримані Турагентом від Туриста за реалізацію Туру, які в повному обсязі підлягають сплаті Туроператору.
- 1.14. Постачальники туристичних послуг – компанії, що надають конкретні послуги, які є складовою туристичного продукту (туристичних послуг), а саме: послуги з тимчасового розміщення (проживання), перевезення, страхування, екскурсійне та розважальне обслуговування та інше.
- 1.15. Офіційний сайт Туроператора (сайт Туроператора) – офіційна веб-сторінка Туроператора, за адресою <http://agent.tui.ua>, на якому розміщується різноманітна оперативна інформація про туристичний продукт (туристичні послуги), що надається Туроператором. Інформація, опублікована на офіційному сайті Туроператора може змінювати та доповнювати умови цього Договору. Датою вступу змін або доповнень в інформаційний матеріал Туроператора є дата розміщення інформації на офіційному сайті Туроператора.
- 1.16. Комерційний курс Туроператора – курс гривні до долара США чи ЄВРО, який встановлюється Туроператором та оприлюднюється на офіційному сайті Туроператора, та застосовується Туроператором при визначенні вартості туристичного продукту (туристичної послуги).
- 1.17. Індивідуальна заявка на бронювання - це туристичний продукт (туристична послуга) сформований за індивідуальним запитом Турагента, відрізняється від опублікованої пакетної ціни, яка розміщена на офіційному сайті Туроператора та підтвердження бронювання якої потребує додаткового звернення до Постачальників туристичних послуг.
- 1.18. Період Високого сезону – це період підвищеного попиту на туристичний продукт, національні свята (як в Україні, так і в країні тимчасового перебування), проведення різного роду заходів, як-то конференції, концерти, спортивні змагання тощо, в країні перебування, які визначаються постачальниками туристичних продукту (туристичних послуг), та публікуються на офіційному сайті Туроператора.

2. Предмет Договору

- 2.1. За цим Договором Турагент, зобов'язується за винагороду надати Туроператору послуги з реалізації Турпродукту та/або окремих характерних та супутніх туристичних послуг та товарів, а саме, але не виключно: страхування, послуги з перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції, екскурсій, реалізації мобільного зв'язку тощо) Туристу шляхом укладення Договору про надання туристичного продукту (туристичних послуг) від імені та за дорученням Туроператора, а також здійснювати фактичні дії визначені умовами цього Договору.
- 2.2. Турагент може надавати туристам консультаційні послуги стосовно туристичного продукту та інші супутні послуги від власного імені. Умови та вартість цих послуг повинні бути погоджені між Туристом та Турагентом, їх вартість не повинна перевищувати загальної (опублікованої) вартості туристичного продукту.
- 2.3. Туристичні послуги, що можуть включатися до туристичного продукту, відображаються в рекламно-інформаційних матеріалах (каталогах, інтернет-сайті, рекламних буклетах, спеціальних пропозиціях і т.п.), які надаються Туроператором Турагенту.
- 2.4. Цей Договір є формою підтвердження повноважень Турагента.
- 2.5. Відносини, що виникають з цього Договору не є монопольними агентськими відносинами.
- 2.6. За цим Договором Турагент, зобов'язується за винагороду надати Туроператору послуги з реалізації Турпродукту сформованого як Туроператором, так и іншої юридичної особою, яка має ліцензію на туроператорську діяльність та Агентський договір с Туроператором (далі – Фактичний Туроператор). У разі реалізації сторонами туру фактичного Туроператора, Туроператор – ТОВ «ТТБК» діє як турагент Фактичного Туроператора. Інформація про фактичного Туроператора надається туристам у порядку передбаченому Агентським договором.

3. Права та обов'язки Турагента

3.1. Турагент має право:

- 3.1.1 Здійснювати діяльність по рекламуванню, консультуванню та пропозиції туристичних послуг Туроператора.
- 3.1.2 Отримати доступ до он-лайн системи бронювання на умовах цього Договору, отримати рекламні матеріали та іншу інформацію від Туроператора, необхідну для здійснення реалізації туристичних продуктів.
- 3.1.3 Отримати повну інформацію про взаєморозрахунки між Сторонами, що здійснюються на виконання умов цього Договору.

3.2. ТУРАГЕНТ зобов'язаний:

- 3.2.1 Здійснювати свою діяльність у суворій відповідності до умов цього Договору, у томі числі ознайомитися з технологією співпраці з Туроператором, правилами бронювання та анулювання туристичного продукту (туристичних послуг) Туроператора у системі бронювання. Вищезазначена інформація доступна на офіційному сайті Туроператора і є невід'ємною частиною цього Договору.
- 3.2.2 Здійснювати бронювання у порядку, встановленому розділом 5 цього Договору.
- 3.2.3 До укладення Договору про надання туристичних послуг (видачі ваучера) Турагент зобов'язаний інформувати Туристів про їх права та обов'язки, надавати повну і достовірну інформацію про організацію

Туру, умови страхування, правила перетину державного кордону, про порядок та умови перебування за кордоном, а також надавати Туристу всю необхідну інформацію згідно із статтями 19(1), 20 Закону України "Про туризм", а саме:

- основні вимоги до оформлення в'їзних/виїзних документів (паспорт, дозвіл (віза) на в'їзд/виїзд до країни тимчасового перебування), у тому числі строк їх оформлення;
- про правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування та перебування в ній;
- медичні застереження стосовно здійснення туристом туристичної подорожі, зокрема протипоказання через певні захворювання, вік, або фізичні недоліки туристів, а також умови безпеки туристів у країні (місці) тимчасового перебування;
- розмір фінансового забезпечення Туроператора на випадок його неплатоспроможності (банкрутства) та про кредитну установу, яка надала таке забезпечення;
- розклад авіарейсів, місце і час збору групи, строки туру;
- характеристику транспортних засобів, що здійснюють перевезення, у тому числі їх вид і категорія, стикування (сполучення) рейсів, а також іншу обов'язкову інформацію, передбачену кодексами і правилами перевезень (якщо перевезення входить до складу туристичного обслуговування);
- відомості про мінімальну кількість туристів у групі, терміни інформування туриста про те, що туристична поїздка не відбудеться через недобір групи;
- характеристики готелів, інших місць розміщення туристів, у тому числі їх місце розташування, класифікація за законодавством країни (місця) тимчасового перебування, відомості про підтвердження відповідності послуг готелю встановленим вимогам, відомості про правила тимчасового проживання, строки і порядок оплати готельного обслуговування;
- види і способи забезпечення харчування під час туристичної поїздки;
- відомості про страхову компанію, що здійснює страхування ризиків, пов'язаних з наданням туристичного обслуговування, порядок забезпечення Туроператором обов'язкового та/або можливості добровільного страхування ризиків туристів, розмір, порядок і умови виплати страхового відшкодування, правила звернення до представників страхової компанії в країні відпочинку, а також можливість та умови добровільного страхування витрат, пов'язаних з розірванням договору на туристичне обслуговування за ініціативою туриста, страхування майна;
- про звичай місцевого населення, пам'ятки природи, історії, культури та інші об'єкти туристичного показу, що знаходяться під особливою охороною, стан навколишнього природного середовища, санітарну та епідеміологічну обстановку;
- про види та тематику екскурсійного обслуговування, порядок зустрічей і провідів, супроводу туристів, про дату і час початку та закінчення туристичного обслуговування, його тривалість;
- про ціну, правила бронювання та анулювання, порядок здійснення оплати туристичного продукту (туристичних послуг);
- умови і наслідки скасування туру туристом;
- місце перебування особи чи організації, уповноваженої на прийняття претензій туристів, порядок подання скарг Туроператору та умови їх розгляду;
- іншу обов'язкову інформацію, передбачену Законом України «Про туризм» та ЗУ «Про захист прав споживачів»;
- Турагент зобов'язаний інформувати туристів, що консульський збір за оформлення віз до країни з візовим режимом перетину кордону турист сплачує самостійно на умовах, які зазначені в системі бронювання.

3.2.4 Ознайомлюватись зі змінами в інформаційних матеріалах Туроператора щоденно протягом дії цього Договору, приймати умови надання туристичних послуг, вказані на сайті Туроператора та в разі необхідності вносити зміни у договір на туристичне обслуговування туриста.

3.2.5 Укладати з кожним туристом від імені Туроператора договір про надання туристичних послуг незалежно від обраного туристом способу подорожі (індивідуальний тур/груповий тур). Договір повинен містити відомості про Туроператора, достатні для його ідентифікації, зокрема, найменування, код ЄДРПОУ, місце знаходження, номер ліцензії, телефон), а також посилання на цей Договір, включаючи його номер та дату укладання. Зразок договору про надання туристичних послуг наведений на сайті Туроператора.

3.2.6 Перевіряти у туристів наявність та правильність оформлення необхідних паспортних та візових документів на в'їзд і виїзд, для перетину кордонів малолітніми та неповнолітніми особами, інформувати про дотримання прикордонних, митних, візових та інших правил України та країни подорожування (транзитної країни).

3.2.7 Оплатити замовлені послуги на підставі рахунків Туроператора на його р/р або забезпечити оплату вартості реалізованих туристичних продуктів Туроператора шляхом здійснення оплати за дорученням і від імені Туриста.

3.2.8 Здійснити доплату за реалізований туристичний продукт при збільшенні його вартості, пов'язаної зі зміною курсу національної валюти, збільшенням транспортних тарифів, підвищенням ставок податків, зборів, обов'язкових платежів або іншими чинниками в межах діючого законодавства.

- 3.2.9 Забезпечувати медичне та від нещасного випадку страхування туриста, якому на момент початку подорожі виповнюється 75 років, якщо інше не передбачено умовами страхування страхової компанії.
- 3.2.10 Своєчасно надавати Туроператору пакет документів туристів для оформлення в'їзних віз, якщо така послуга замовляється у Туроператора. Строк подачі таких документів для оформлення віз Туроператором вказується на Офіційному сайті Туроператора.
- 3.2.11 Своєчасно передавати туристу документи, що підтверджується відміткою туриста про їх одержання в договорі на туристичне обслуговування.
- 3.2.12 Турагент зобов'язаний підтвердити наявність візи у нерезидента України шляхом заповнення відповідного поля у заявці на бронювання. При цьому відповідальність за дійсність інформації, що стосується віз та інших документів туриста необхідних для перетину кордонів покладається на Турагента із застосуванням умов Розділу 7 цього Договору.
- 3.2.13 Письмово інформувати Туроператора про будь-які зміни паспортних даних туриста (прізвище, ім'я, по батькові туриста, дата народження, номер паспорту). У цьому випадку Туроператор по можливості вносить відповідні виправлення, однак не гарантує переоформлення супроводжувальних документів та документів для перевезення (страховий поліс, авіаквитки тощо) з урахуванням цих виправлень.
- 3.2.14 Письмово повідомляти Туроператора про зміни чи відмову (ануляцію) від заявки.
- 3.2.15 Відшкодувати документально підтверджені витрати Туроператора, які виникли внаслідок невиконання або неналежного виконання умов цього Договору, в т.ч., але не обмежуючись за зняття туристів з рейсу, накладення штрафу, пов'язані з проблемами проходження прикордонного (паспортного), митного та інших видів контролю туристами в аеропорті відправлення та прибуття.
- 3.2.16 Звітувати перед Туроператором про реалізовані туристичні послуги шляхом укладення та підписання акту-звіту Турагента за формою, встановленою Туроператором.

4. Права та обов'язки Туроператора

4.1. Туроператор має право:

- 4.1.1 Повідомляти дату дії нових цін на тури, шляхом їх публікації на сайті та/або електронною поштою, факсом, по телефону.
- 4.1.2 Уточнювати інформацію стосовно туру, порядку оплати, умов відмови від туру шляхом повідомлення електронною поштою, за допомогою системи бронювання, по телефону або відповідним оголошенням на сайті Туроператора. Така інформація, що розміщена на офіційному сайті Туроператора є невід'ємною частиною цього Договору.
- 4.1.3 Розірвати або призупинити дію цього Договору в односторонньому порядку шляхом позбавлення Турагента кодів доступу до системи бронювання, відмови у прийнятті замовлень в системі бронювання від Турагента, який порушує свої зобов'язання за цим Договором або за договором на туристичне обслуговування з туристом.
- 4.1.4 Вжити заходів для продовження туристичного обслуговування без покладення додаткових витрат на Туриста, у разі неможливості надання значної частини туристичного продукту, погодженого сторонами відповідно до договору на туристичне обслуговування або відшкодувати в разі потреби різницю у вартості послуг, тих що були надані Туроператором і попередньо погоджених у договорі на туристичне обслуговування.
- 4.1.5 Відмовити Турагенту у видачі документів на тур у випадку неповної чи несвоєчасної оплати туру.
- 4.1.6 Отримувати від Турагента під запит договори укладені від імені та за дорученням Туроператора.
- 4.1.7 Встановлювати інший порядок бронювання, оплати та анулювання туристичного продукту (туристичних послуг), шляхом розміщення такої інформації на офіційному сайті Туроператора, або в системі бронювання чи підтвердженні на тур. Вищезазначена інформація є невід'ємною частиною цього Договору.

4.2. Туроператор зобов'язаний:

- 4.2.1 В інтересах Турагента оформити документи (ваучер, страховий поліс, авіаквитки тощо), які підтверджують право туриста на придбаний ним туристичний продукт згідно з його Заявкою, поданою через Турагента та за умови повної оплати туристичного продукту Турагентом. Туроператор зобов'язаний забезпечити Турагента документами, необхідними для здійснення подорожі туристами. У разі неможливості підтвердити або забезпечити надання підтверджених послуг Туроператор повідомляє Турагента усно по телефону та/або шляхом надіслання електронного повідомлення, пропонує зробити заміну замовлення (за новою ціною) або ануляцію з відшкодуванням його оплаченої вартості.
- 4.2.2 Вчасно інформувати Турагента письмово за допомогою системи бронювання про зміни у порядку обслуговування і перевезення туристів, а саме про: зміни вартості туристичного продукту (туристичної послуги), зміни цін на авіаквитки Авіакомпанією, дати, з якої діють нові ціни туристичного продукту (туристичної послуги) чи його частини, про що Турагент повідомляє туриста. Якщо Турагент не передає відповідну інформацію туристу, то Туроператор не несе відповідальності за претензії, що виникли у результаті цього зі сторони туриста.
- 4.2.3 Забезпечити страхування туристів згідно з ЗУ «Про Туризм» на підставі договорів з страховиками та відповідно до умов, визначених конкретними страховими компаніями, окрім туристів віком до 1 року включно та понад 74,99 років.

4.2.4 У разі відсутності вільних номерів у замовлених готелях при настанні періоду високого сезону, та/чи в період проходження виставок, конференцій та національних свят у країні перебування, Туроператор розміщує туристів у готелі тієї ж чи більш високої категорії без додаткової доплати з боку туриста.

4.3 Туроператор не несе відповідальність:

- за несвоєчасну, неповну чи неправильну оплату рахунків Туроператора та пов'язаних з цим негативних наслідків;
- за надання Турагентом в заявці помилкових відомостей про туристів чи умови їх туристичного обслуговування та за несвоєчасне внесення змін чи ануляцію заявки Турагентом;
- за ненадання Турагентом повної та достовірної інформації туристу про туристичне обслуговування, правила бронювання та ануляції туру, здійснення оплати туристичного продукту (туристичних послуг), передбачені цим Договором, законодавством в сфері захисту прав споживачів і туристичної діяльності, а також у випадку недотримання Турагентом форми/змісту документів, встановлених Туроператором;
- за несвоєчасну передачу Турагентом туристу отриманих у Туроператора документів, необхідних для туристичного обслуговування, відсутність у туриста відповідних документів (ваучера, авіаквитка, страхового полісу тощо), наданих Турагенту відповідно з цим Договором;
- за зняття туристів з рейсу, накладення штрафу, інші негативні наслідки пов'язані з проблемами проходження прикордонного (паспортного), митного та інших видів контролю туристами в аеропорті відправлення та прибуття;
- за відсутність у туриста належним чином оформлених документів необхідних для в'їзду/виїзду до/з країни, вивезення за кордон дітей та пов'язані з цим негативні наслідки;
- за збитки та/або шкоду, заподіяну здоров'ю та майну туриста з вини перевізника, інших суб'єктів надання туристичних послуг, за збереження багажу туриста та сприяння у його пошуку;
- за витрати туриста чи Турагента, пов'язані зі зміною (ануляцією) туру, в т.ч. внаслідок відмови консульських чи інших установ в оформленні необхідних для подорожі документів;
- за додаткові витрати туристів, що виникли внаслідок змін в відправленні або прибутті авіарейсів, такі як витрати на харчування, таксі, мобільні переговори, витрати по проїзним документам, додаткове проживання та інші витрати;
- за неявку чи запізнення туриста на реєстрацію в аеропорт відправлення.

5. Порядок бронювання Турів

5.1. Туроператор надає Турагенту доступ до системи бронювання через реєстрацію на офіційному сайті Туроператора.

5.2. Для бронювання Турів в системі бронювання, Туроператором надається Турагенту ім'я користувача і пароль, що є конфіденційною інформацією і не може розголошуватися та передаватися Турагентом третім особам. У разі заволодіння цією інформацією третіми особами, Турагент зобов'язується негайно письмово повідомити про це Туроператора.

5.3. Турагент приймає зобов'язання компенсувати будь-які збитки Туроператора, понесені в зв'язку із втратою або передачею імені (логіну) і паролю стороннім особам або іншого несанкціонованого використання Турагентом системи бронювання.

5.4. Для бронювання Туру Турагент надсилає Туроператорові заявку на бронювання з використанням системи бронювання. Заявка на бронювання повинна містити прізвище (укр/лат), ім'я (укр/лат), паспортні дані та дату народження Туриста, а також деталі замовлення: вид подорожі, країна, курорт, дати туру, готель і його характеристику (місце знаходження, класифікація за законодавством країни перебування, готельні послуги), тип харчування, трансфер, екскурсії та додаткову інформацію про бажаний туристичний продукт (туристичні послуги).

5.5. Туроператор письмово через систему бронювання направляє Турагенту повідомлення про статус заявки, що означає, що заявка прийнята до розгляду. Після отримання відповідних повідомлень від Постачальників туристичного продукту (туристичних послуг), Туроператор направляє Турагенту підтвердження бронювання туристичного продукту (туристичної послуги) і надсилає Турагенту через систему бронювання рахунок на оплату туристичного продукту (туристичної послуги) або повідомляє Турагента про неможливість надання туристичного продукту згідно заявки на бронювання.

5.6. У разі відсутності можливості підтвердити заявку на бронювання, Туроператор має право запропонувати Турагентові альтернативний варіант туристичного продукту (туристичних послуг). Якщо Турагент узгодив зазначені зміни з туристом, та турист згоден із запропонованим варіантом, він письмово через систему бронювання повідомляє про це Туроператора протягом 1 робочого дня з дня отримання альтернативного варіанту, та направляє Туроператору відповідно нову заявку на бронювання, яка буде прийнята до виконання. У разі відсутності письмової згоди в системі бронювання на запропонований альтернативний варіант, заявку на бронювання анулюється.

5.7. Турагент зобов'язується дотримуватися правил бронювання, які опубліковані в системі бронювання. У разі систематичних порушень даних правил Туроператор залишає за собою право на відключення Турагента від системи бронювання в односторонньому порядку.

5.8. Всі заявки на бронювання, відправлені від імені Турагента за допомогою системи бронювання мають силу заявок, оформлених письмово, і спричиняють за собою повну відповідальність відповідно до умов цього Договору.

5.9. Туроператор за цим договором має право на повне відшкодування Турагентом фактичних витрат, понесених ним до моменту анулювання туристичного продукту (туристичної послуги), в межах загального розміру 100% вартості туристичного продукту (туристичної послуги).

6. Порядок взаєморозрахунків між Сторонами

6.1. Рахунок на оплату виставляється в письмовій формі автоматично через систему бронювання. Посилання Турагента на неотримання ним рахунку не може бути підставою для звільнення від зобов'язань по оплаті туристичного продукту (туристичних послуг) або зміни строку виконання таких зобов'язань.

Всі рахунки на оплату відправлені Туроператором за допомогою системи бронювання мають чинність рахунків, оформлених письмово.

6.2. Оплата здійснюється Турагентом протягом 2-х (двох) банківських днів з моменту виставлення рахунку. У випадку одержання Турагентом рахунку менше ніж за 3 (три) банківських дні до початку туру, строк оплати становить 1 (один) банківський день.

6.3. При бронюванні спеціального туру оплата повинна бути здійснена відповідно до умов, які розміщені на офіційному сайті Туроператора або відповідно до умов, які зазначені в підтвердженні бронювання.

6.4. Туроператор може встановлювати інший строк оплати турів шляхом опублікування даної інформації в розділі Порядок оплати на офіційному сайті Туроператора та/або системі бронювання та/або в підтвердженні бронювання.

6.5. Фактом виконання Турагентом грошового зобов'язання по оплаті вартості туристичного продукту в безготівковій формі вважається зарахування коштів Турагента на рахунок Туроператора. При цьому ризик затримки здійснення банківських операцій, а також ризик зміни валютних курсів відноситься на Турагента.

6.6. Сторони домовилися, що у разі збільшення комерційного курсу Туроператора вартість неоплаченого або неповністю оплаченого туристичного продукту (туристичної послуги) у строки передбачені умовами оплати туру пропорційно збільшується.

6.7. Оплата туристичного продукту здійснюється Турагентом в національній валюті – гривні згідно комерційного курсу Туроператора, встановленого на його Офіційному сайті на дату виставлення рахунку.

6.8. Розмір агентської винагороди за реалізацію туристичного продукту Туроператора становить 10 гривень, включаючи ПДВ за кожне бронювання та перераховується Туроператором Турагенту після реалізації туру.

6.9. Туроператор перераховує агентську винагороду за фактично реалізований туристичний продукт на розрахунковий рахунок Турагента після повної оплати Туроператору вартості туристичного продукту Турагентом. Перерахування Туроператором Турагенту агентської винагороди здійснюється протягом 3-х (трьох) робочих днів з моменту отримання Туроператором підписаних Турагентом оригіналів Актів на агентську винагороду та інших документів (для платників ПДВ - податкові накладні). Турагентам, які не є платниками ПДВ, агентська винагорода перераховується за винятком ПДВ.

6.10. Суми, отримані Турагентом за продаж туристичного продукту згідно цього Договору не є власністю Турагента.

6.11. При бронюванні туру, опублікованого у вигляді пакета на наземне обслуговування з доплатою за авіапереліт на регулярному рейсі або в якому авіапереліт потребує повної його оплати, на момент оформлення, авіаквиток повинен бути сплачений повністю до його виписки.

При ануляції таких турів, Турагент зобов'язується відшкодувати Туроператору витрати понесені у зв'язку з такою ануляцією відповідно до правил опублікованих на офіційному сайті Туроператора.

6.12. У випадку прострочення термінів оплати, вказаних у п. 6.2, 6.3 цього Договору та у виставлених Туроператором рахунках, Турагент зобов'язаний відшкодувати Туроператору всі збитки, понесені останнім, в т.ч. курсову різницю та пеню у розмірі подвійної облікової ставки НБУ за кожний день прострочення суми платежу.

6.13. У випадку несплати Турагентом заброньованих і підтверджених Туроператором туристичних послуг або прострочення термінів оплати вказаних у п.6.2., 6.3., 6.4. цього Договору, Туроператор має право анулювати таке бронювання і застосувати умови Розділу 7 цього Договору.

6.14. Турагент та Туроператор щомісячно підписують Акт надання послуг на загальну суму наданих туристичних послуг. Акт надання послуг за відповідний місяць надається Туроператором не пізніше 10-ти днів після закінчення цього місяця. При цьому, Акт надання послуг визначає період надання послуг з першого дня місяця по останній день місяця, за який такий Акт надання послуг підписується.

6.15. Туроператор має право виставити рахунок на оплату туристичного продукту (туристичних послуг) у вигляді авансового платежу до або після отримання Турагентом підтвердження бронювання, а у разі ануляції заявки на бронювання, кошти сплачені по такому рахунку не повертаються.

6.16. У випадку, якщо протягом 5 (п'яти) робочих днів з дня отримання Акту приймання-передачі наданих послуг Турагент не підпише наданого Акту і не надасть Туроператору вмотивованої письмової відмови від його підписання, вважається, що послуги прийняті Турагентом в повному обсязі без зауважень.

7. Умови відмови від туру

7.1. У випадку відмови Турагента від заброньованих послуг з будь-яких причин або відмови посольства/консульства у видачі в'їзних віз для туриста, Турагент зобов'язується відшкодувати Туроператору витрати понесені у зв'язку з організацією туру. Витрати Туроператора відшкодовуються з коштів, сплачених Турагентом за туристичний продукт або на підставі рахунку Туроператора протягом 3-х (трьох) банківських днів з дати виставлення рахунку і встановлюється у розмірі, який не може перевищувати загальної вартості туру.

7.2. У випадку відмови Турагента від заброньованих, в тому числі за допомогою системи бронювання Туроператора, послуг з будь-яких причин або у випадку відмови посольства/консульства у видачі в'їзних віз для туриста, Турагент зобов'язується відшкодувати Туроператору витрати понесені у зв'язку з організацією конкретного туру у наступних мінімальних розмірах:

Дата відмови від туру	Розмір штрафу
За 31 та більше днів до початку туру	Сума, еквівалентна 10 долларам США
30-15 днів до початку туру	10% від вартості туру
14-8 днів до початку туру	30% від вартості туру
7-4 доби до початку туру	50% від вартості туру
3 та менше днів до початку туру	100% від вартості туру

7.3. В зв'язку з різними вимогами готелів, транспортних компаній та інших суб'єктів, що надають туристичні послуги, витрати Туроператора по організації туру можуть відрізнятися від вказаних у п. 7.2. В такому випадку витрати Туроператора відшкодовуються Турагентом відповідно до умов бронювання, які опубліковані на сайті Туроператора, підтвердженні бронювання, або в системі бронювання у розмірі, що не перевищує 100 % від вартості туру.

7.4. У разі ануляції туру в зв'язку з порушенням умов оплати туру, або ануляції індивідуальної заявки, витрати з розгляду та обробки заявки на бронювання складають розмір відповідно до п.7.1., 7.2., але не менше 10% від загальної вартості туру та покладаються на Турагента.

7.5. Не прибуття туристів до місця початку надання туристичних послуг в належний час вважається відмовою від туристичного продукту.

7.6. Турагент зобов'язаний доводити до відома туристів та включати до договору на туристичне обслуговування з Туристом інформацію про розміри витрат Туроператора по організації туру, які підлягають відшкодуванню у випадку відмови від туру, керуючись цим Договором та інформацією, отриманою від Туроператора іншим шляхом.

8. Відповідальність Сторін

8.1. У випадку порушення туристами, що використовують туристичні послуги Туроператора, діючих правил проїзду, реєстрації чи перевезення багажу, нанесення збитків майну транспортної компанії чи порушення правил проживання у готелі або недотримання законодавства країни перебування, штрафи стягуються з винної особи у розмірах, передбачених відповідними правилами і нормами транспортної компанії, готелю, країни перебування. Туроператор та Турагент у даному випадку відповідальності не несуть.

8.2. Одностороння відмова Турагента від зобов'язання не звільняє його від відповідальності за порушення зобов'язання.

8.3. Прострочення виконання зобов'язання передбаченого даним Договором вважається простроченим боргом (заборгованістю).

8.4. Туроператор відповідає за виконання взятих на себе зобов'язань тільки за умови виконання Турагентом вимог цього Договору, чинного законодавства, в.т.ч. у сфері захисту прав споживачів.

8.5. Надаючи інформацію про категорію готелю, Туроператор керується виключно класифікацією готелів, яка наводиться адміністрацією готелю.

8.6. При анулюванні підтвердженого туристичного продукту (туристичної послуги) з вини Туроператора (за виключенням відмови у оформленні в'їзних віз) Турагенту повертається вся сума вартості туристичного продукту (туристичних послуг), яка була сплачена Турагентом.

8.7. У випадку скасування чи зміни часу відправлення та/чи прибуття чартерних рейсів і пов'язаних з цим змін тривалості і програми туру, претензії приймаються Туроператором до розгляду. При цьому на Туроператора поширюються всі умови та обмеження відповідальності, які встановлені Правилами повітряних перевезень пасажирів і багажу, правилами фактичного перевізника та іншими нормативними актами в сфері перевезень.

8.8. Розміщення туриста в номері готелю країни перебування та повернення номеру здійснюється у відповідності з розрахунковим часом, передбаченим адміністрацією готелю за місцевим часом. Туроператор не відповідає за порушення Туристом розрахункового часу у готелі та пов'язаних з цим додаткових витрат туриста.

9. Рекламції та вирішення спорів

9.1. У випадку виникнення у туриста претензій під час знаходження у країні перебування, Турист повинен звертатися до представника компанії, яка забезпечує перебування туриста у країні перебування ("приймаюча сторона"). У випадку неможливості вирішити претензії, що виникли, з приймаючою стороною, турист може звернутися до Туроператора через Турагента. Турагент зобов'язується негайно інформувати Туроператора про

всі претензії з приводу недоліків туристичного обслуговування туристів на момент перебування туристів у країні перебування для їх оперативного усунення Туроператором.

9.2. Рекламациї з приводу якості туристичного обслуговування повинні бути надіслані Туроператору письмово протягом 14 (чотирнадцяти) днів з моменту закінчення туру з детальною інформацією про умови придбання туру, номером заявки, контактним телефоном туриста та документально підтвердженими фактами порушення умов договору на туристичне обслуговування. Туроператор розглядає отриману рекламацию протягом 30 (тридцяти) днів з дня одержання.

9.3. Якщо претензії визнаються Туроператором обґрунтованими, то Туроператор через Турагента компенсує послуги, які не були туристу надані.

9.4. У випадку, якщо турист скористався заброньованою або альтернативно запропонованою йому послугою, претензії вважаються необґрунтованими, а послуги за Договором наданими належним чином.

9.5. Усі спори, що виникають з цього Договору або пов'язані із ним, включаючи розгляд претензій, вирішуються відповідно до положень цієї статті, і перш за все - шляхом дружніх переговорів між Сторонами. У разі якщо розбіжності або спір не можуть бути розв'язаними шляхом дружніх переговорів, спірне питання передається до суду України згідно із підсудністю і підвідомчістю такого спору, передбачених чинним законодавством України.

9.6. Туроператор не приймає претензії, що пов'язані:

а) з деякими відхиленнями щодо обслуговування, яке надають готелі, мотелі, пансіонати (несмачна їжа, несправності в роботі кондиціонера, висока вартість додаткових послуг, відключення води та електропостачання, прибирання кімнат та території й т. і.);

б) невідповідністю рівня готелю суб'єктивним очікуванням туристів;

в) негативними наслідками спожитих послуг, придбаних туристом у будь-яких туроператорів / турагентств та інших суб'єктів ринку туристичних послуг у країні перебування/відпочинку туриста.

10. Форс-мажор

10.1. Обставини, незалежні від волі Сторін, які неможливо уникнути або усунути їх наслідки, вважаються випадками, що звільняють від відповідальності, якщо вони настали після укладення Договору та перешкоджають його повному або частковому виконанню (форс-мажор).

10.2. До поняття непереборної сили відносяться зовнішні та надзвичайні події, відсутні в момент укладення Договору, що відбулись поза волею та бажанням Сторін у Договорі, дії яких Сторони не могли запобігти заходами та засобами, що доцільно очікувати від Сторони, яка знаходилася під дією непереборної сили. До них належать: війна та воєнні дії, повстання, мобілізація, страйки на підприємствах, епідемія, пожежа, вибухи, дорожні пригоди та природні катастрофи, погодні явища (низька температура, сильні снігопади, відсутність снігу, хвилювання на морі, туман і т.д.), акти органів влади, що впливають на виконання обов'язків Сторін.

10.3. Сторона, для якої належне виконання зобов'язань згідно з Договором стало неможливим у зв'язку з форс-мажорними обставинами, зобов'язана впродовж 4 (чотирьох) банківських днів повідомити про це іншу Сторону, підтвердивши наявність форс-мажорних обставин відповідними документами. Невиконання вказаних вимог позбавляє Сторону права посилається на форс-мажорні обставини.

10.4. Якщо дія обставин непереборної сили продовжується більше трьох місяців, дія цього Договору припиняється. При цьому Сторони погоджують порядок і терміни передачі необхідних документів в проведення взаєморозрахунків

10.5. Туроператор має право відмовитись від виконання Договору у випадку невиконання або неналежного виконання умов договору на туристичне обслуговування, якщо таке невиконання сталося з вини третіх осіб, не пов'язаних з наданням послуг, зазначених у цьому Договорі та договорі на туристичне обслуговування, та жодна із Сторін про їх настання не знала і не могла знати заздалегідь.

11. Інші умови

11.1. Цей Договір діє протягом одного року з моменту його укладення. Дія Договору автоматично пролонгується на такий самий строк, якщо жодна зі Сторін за 15 календарних днів до закінчення строку дії Договору письмово не повідомить іншу Сторону про відмову від продовження його дії. Така сама процедура діє кожен рік необмежену кількість разів.

В будь-якому випадку дія цього Договору поширюється на весь період доступу Турагента до системи бронювання турів Туроператора та триває до моменту здійснення Сторонами остаточних взаєморозрахунків.

11.2. Вся інформація, надана Сторонами, в т.ч. логін і пароль від системи бронювання, є конфіденційною. Сторони зобов'язуються, як протягом дії цього Договору, так і після його закінчення, не розголошувати без попередньої згоди Сторони будь-яку конфіденційну інформацію, що стала відомою в ході виконання цього Договору, не передавати третім особам і не використовувати інакше, як для виконання своїх договірних зобов'язань. Сторони погоджуються негайно повернути всі матеріальні носії конфіденційної інформації, що знаходиться у їхньому користуванні, розпорядженні чи зберіганні за вимогою Сторони, якій ця інформація належить у будь-який момент після припинення цього Договору.

11.3. У випадку порушення положень цього Договору про конфіденційність, Сторона, що порушила, відшкодовує іншій Стороні понесені в результаті цього збитки.

11.4. Сторони несуть повну відповідальність за достовірність зазначеної у Договорі інформації про Сторону і зобов'язані своєчасно у письмовій формі інформувати одна одну про зміну реквізитів та іншої значущої інформації у випадку зміни статусу платника податків, Турагент зобов'язаний протягом 5 робочих днів повідомити про такі зміни Туроператора.

11.5. Туроператор укладає цей Договір і надає Турагенту пароль і логін для використання системи бронювання Туроператора лише у разі беззастережного погодження з умовами цього Договору.

11.6. Укладаючи Договір Турагент підтверджує, що Туроператор надав Турагенту весь необхідний інформаційний матеріал – пакет документів, який містить необхідну за законодавством інформацію про тури Туроператора та рекомендації Турагенту; каталоги Туроператора; інформаційні листи; прайс-листи, інформацію про умови відмови від туру та фінансової відповідальності. Зазначена інформація публікується на сайті Туроператора та може змінюватись.

11.7. Цей Договір має обов'язкову силу для сторін, їх правонаступників та дозволених цесіонаріїв за Договором або законом.

11.8. Початком туристичного обслуговування вважається час вильоту літака міжнародного рейсу.

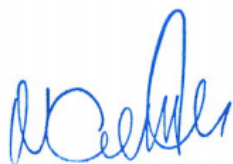
11.9. Усі правовідносини, що виникають у зв'язку з виконанням умов Договору і не врегульовані ним, регламентуються нормами чинного законодавства України. Якщо будь-яке положення цього Договору є або стає незаконним, недійсним, інші положення цього Договору, залишаються законними і чинними.

11.10. У разі згоди з викладеними умовами, особа, яка здійснює акцепт, тобто використовує логін і пароль в он-лайн системі для здійснення бронювання, підтверджує згоду на укладення договору на умовах, визначених в оферті. З моменту вступу в дію цього Договору всі попередні переговори, листування, будь-які інші домовленості втрачають юридичну силу. Здійснюючи дії з акцепту особа підтверджує законне право вступати в договірні відносини з Туроператором.

11.11. Туроператор залишає за собою право в будь-який час вносити зміни в умови договору-оферти. Якщо час вступу в силу (набрання чинності) змін спеціально не обумовлено, вони вступають в дію з моменту їх опублікування на веб-сайті Туроператора. Використання Турагентом системи бронювання Туроператора після внесення змін до договору-оферти однозначно розуміється Туроператором і Турагентом як згода з внесеними змінами.

11.12. Укладенням договору сторони, враховуючи вимоги Закону України «Про захист персональних даних», засвідчують і гарантують, що будь-які персональні дані які були або будуть передані/отримані та оброблені Туроператором або знаходяться у користуванні Турагента правомірно і відповідно до вимог чинного законодавства України. Турагент надає згоду на обробку його персональних даних та певних персональних даних фізичних осіб Туристів, які були або будуть передані Туроператору на виконання цього Договору та для замовлення туристичного продукту. Турагент засвідчує, що будь-які персональні дані які були або будуть передані Туроператору отримані та знаходяться у користуванні Турагента правомірно відповідно до вимог чинного законодавства України. Турагент гарантує, що має всі необхідні правові підстави для передачі вищезгаданих персональних даних Туроператору для їх обробки з метою організації та надання туристичних послуг, у т.ч. для їх поширення і використання, передачі чи надання доступу до них третім особам у випадках, передбачених Договором, чинним законодавством України, а також на виконання договору туристичного обслуговування.

11.13. Сторони домовились, що при укладенні договору, додатків до нього та в офіційному листуванні Туроператор використовуватиме факсимільне відтворення підпису. Зразком аналога власноручного підпису Генерального директора ТОВ «ТТБК» Нурхана Чали є:



12. Реквізити Сторін

Туроператор:	Турагент:
---------------------	------------------

<p>Товариство з обмеженою відповідальністю "ТТБК" Юридична адреса: Україна, 03680, м. Київ, вул. Велика Васильківська 72, офіс 128 Головна адреса для кореспонденції: 03057, м. Київ, вул. В. Гетьмана, 1, офіс 1027 (2-й поверх) Тел. 401-08-08, Факс 537-54-41 П/р 26001443341 Банк: ПАТ «Райффайзен банк Аваль» МФО: 380805 Код банку: 14305909 e-mail: agent@tui.ua</p>	<p>_____</p> <p>Юридична адреса _____</p> <p>Фактична адреса _____</p> <p>Тел.(роб./моб.) _____ / _____</p> <p>П/р _____</p> <p>Банк: _____</p> <p>МФО _____</p> <p>Код банку: _____</p> <p>e-mail _____</p> <p>Сайт _____</p>
<p>Генеральний директор Нурхан Чали</p> <p>Підпис _____</p>	<p>_____</p> <p>Підпис _____</p>



БАУЧЕР / VOUCHER
№ 2646702564206901

ЧАО «ТК «АйТи-тур»
Харьков, пр-т Перемоги, 77
а-1
Tel: 728-52-53, 044-393-42-52, Fax: 728-52-53, 044-393-42-52

Туроператор: ТОВ «ТТВК» Touroperator: TTVK Ltd
Місцезнаходження: вул. Червоноармійська, 72, оф. 7, м. Київ, 03680, Україна
Registered office: 72 Chernovoharmyiska St., office 7, Kyiv, 03680, Ukraine
Call Center: +380444010808
Ліцензія на туроператорську діяльність серії АЕ №272718 від 20 березня 2014 року
License for tour operator activity, series AE №272718 dated 20 March 2014
Горяча лінія TUI 24/7: +38-044-205-00-40 (для звонків из-за границь)
0-800-500-394 (звонки со стационарных телефонов в пределах Украины бесплатно)

Має бути представлений до /To be presented to/ **TANTUR (TUI Turkey) +90 850 27 70 888** **642069**

Прізвище, імя та по батьковій туриста, що здійснює подорож індивідуально, або керівника туристичної групи
/Name, surname of individual tourist or group leader/

Паспорт /Passport/	Кількість туристів /Number of tourists/	2	Термін туру /Duration of tour/	25.06.17 - 04.07.17	Ночей /Nights/	9
--------------------	-----------------------------------------	---	--------------------------------	---------------------	----------------	---

Маршрут та вид транспорту /Itinerary and mode of transportation/ **7W 7021 KBP-DLM, 7W 7022 DLM-KBP, AIRPLANE**

Назва готелю, тип розміщення, харчування /Name of hotels, accommodation, meals/ **25.06-04.07 TURKEY / DALAMAN / SARIGERME / FAMILY LIFE TROPICAL RESORT 5*, AI, STANDARD, SNGL+CHD/1**

Трансфери /Transfers/ **GROUP TRANSFER**

Інші послуги /Other services/

Відмітка про оплату туру /Note of tour payment/ **PAID** Підпис /Authorized signature/ Підпис /Authorized signature/ М.П. /Stamp/ **Res.#642069 from 26.02.17**

Розмір фінансового забезпечення цільової відповідальності туроператора або межі відповідальності за договором /Amount of financial liability of the tour operator or the limits of its liability/ **20000 євро/єuro** Дата виходу ваучера /date of issue/ **27.02.2017**

Інші туристи /Other tourists/

World of TUI



БАУЧЕР / VOUCHER
№ 2646702564206901

ЧАО «ТК «АйТи-тур»
Харьков, пр-т Перемоги, 77
а-1
Tel: 728-52-53, 044-393-42-52, Fax: 728-52-53, 044-393-42-52

Туроператор: ТОВ «ТТВК» Touroperator: TTVK Ltd
Місцезнаходження: вул. Червоноармійська, 72, оф. 7, м. Київ, 03680, Україна
Registered office: 72 Chernovoharmyiska St., office 7, Kyiv, 03680, Ukraine
Call Center: +380444010808
Ліцензія на туроператорську діяльність серії АЕ №272718 від 20 березня 2014 року
License for tour operator activity, series AE №272718 dated 20 March 2014
Горяча лінія TUI 24/7: +38-044-205-00-40 (для звонків из-за границь)
0-800-500-394 (звонки со стационарных телефонов в пределах Украины бесплатно)

Має бути представлений до /To be presented to/ **TANTUR (TUI Turkey) +90 850 27 70 888** **642069**

Прізвище, імя та по батьковій туриста, що здійснює подорож індивідуально, або керівника туристичної групи
/Name, surname of individual tourist or group leader/

Паспорт /Passport/	Кількість туристів /Number of tourists/	2	Термін туру /Duration of tour/	25.06.17 - 04.07.17	Ночей /Nights/	9
--------------------	-----------------------------------------	---	--------------------------------	---------------------	----------------	---

Маршрут та вид транспорту /Itinerary and mode of transportation/ **7W 7021 KBP-DLM, 7W 7022 DLM-KBP, AIRPLANE**

Назва готелю, тип розміщення, харчування /Name of hotels, accommodation, meals/ **25.06-04.07 TURKEY / DALAMAN / SARIGERME / FAMILY LIFE TROPICAL RESORT 5*, AI, STANDARD, SNGL+CHD/1**

Трансфери /Transfers/ **GROUP TRANSFER**

Інші послуги /Other services/

Відмітка про оплату туру /Note of tour payment/ **PAID** Підпис /Authorized signature/ Підпис /Authorized signature/ М.П. /Stamp/ **Res.#642069 from 26.02.17**

Розмір фінансового забезпечення цільової відповідальності туроператора або межі відповідальності за договором /Amount of financial liability of the tour operator or the limits of its liability/ **20000 євро/єuro** Дата виходу ваучера /date of issue/ **27.02.2017**

Інші туристи /Other tourists/

World of TUI



БАУЧЕР / VOUCHER
№ 2646702564206901

ЧАО «ТК «АйТи-тур»
Харьков, пр-т Перемоги, 77
а-1
Tel: 728-52-53, 044-393-42-52, Fax: 728-52-53, 044-393-42-52

Туроператор: ТОВ «ТТВК» Touroperator: TTVK Ltd
Місцезнаходження: вул. Червоноармійська, 72, оф. 7, м. Київ, 03680, Україна
Registered office: 72 Chernovoharmyiska St., office 7, Kyiv, 03680, Ukraine
Call Center: +380444010808
Ліцензія на туроператорську діяльність серії АЕ №272718 від 20 березня 2014 року
License for tour operator activity, series AE №272718 dated 20 March 2014
Горяча лінія TUI 24/7: +38-044-205-00-40 (для звонків из-за границь)
0-800-500-394 (звонки со стационарных телефонов в пределах Украины бесплатно)

Має бути представлений до /To be presented to/ **TANTUR (TUI Turkey) +90 850 27 70 888** **642069**

Прізвище, імя та по батьковій туриста, що здійснює подорож індивідуально, або керівника туристичної групи
/Name, surname of individual tourist or group leader/

Паспорт /Passport/	Кількість туристів /Number of tourists/	2	Термін туру /Duration of tour/	25.06.17 - 04.07.17	Ночей /Nights/	9
--------------------	-----------------------------------------	---	--------------------------------	---------------------	----------------	---

Маршрут та вид транспорту /Itinerary and mode of transportation/ **7W 7021 KBP-DLM, 7W 7022 DLM-KBP, AIRPLANE**

Назва готелю, тип розміщення, харчування /Name of hotels, accommodation, meals/ **25.06-04.07 TURKEY / DALAMAN / SARIGERME / FAMILY LIFE TROPICAL RESORT 5*, AI, STANDARD, SNGL+CHD/1**

Трансфери /Transfers/ **GROUP TRANSFER**

Інші послуги /Other services/

Відмітка про оплату туру /Note of tour payment/ **PAID** Підпис /Authorized signature/ Підпис /Authorized signature/ М.П. /Stamp/ **Res.#642069 from 26.02.17**

Розмір фінансового забезпечення цільової відповідальності туроператора або межі відповідальності за договором /Amount of financial liability of the tour operator or the limits of its liability/ **20000 євро/єuro** Дата виходу ваучера /date of issue/ **27.02.2017**

Інші туристи /Other tourists/

World of TUI

ДОГОВІР НА ТУРИСТИЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ № _____

Цей договір ("Договір") укладений в _____.

МІЖ:

Громадянин/громадянка _____, (надалі – «Турист» (Замовник)), який діє від свого імені та від імені і за дорученням

з одного боку та _____ (надалі «ТУРАГЕНТ», що діє від імені і за дорученням товариства з обмеженою відповідальністю «ТТВК» тм TUI Ukraine (Україна, 03680, м.Київ, вул. Велика Васильківська, 72, оф.7; Ліцензія на туроператорську діяльність серії АЕ № 272718, виданої Державним Агентством України з туризму та курортів 13 березня 2014 року), надалі «ТУРОПЕРАТОР», на підставі Агентського договору № № _____ по реалізації туристичних продуктів від _____, з іншого боку, уклали цей Договір про наступне:

1. Визначення термінів

Терміни, що використовуються у цьому Договорі, означають:

1.1. Туроператор - юридична особа, визначена у Преамбулі цього Договору.

1.2. Турагент - юридична особа або фізична особа - суб'єкт підприємницької діяльності, визначена у Преамбулі цього Договору.

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

1.4. Тур - туристична подорож (поїздка) за визначеними маршрутом та строками, забезпечена комплексом туристичних послуг, які замовлялися туристом (бронювання, розміщення, харчування, транспортні послуги, рекреація, екскурсії тощо).

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

1.6. Документи на тур - туристичний (інформаційний) ваучер, проїзні документи, рекомендації туристам з поведінки у країні перебування, страховий поліс (медичне та від нещасних випадків), умови страхування і правила поведінки туриста при виникненні страхових випадків.

1.7. Ваучер - документ, встановленої Туроператором форми, який надає право Туристу на розміщення в зазначеному готелі з певним типом харчування та типом номера у визначений строк.

1.8. Система бронювання – спеціально розроблена система, яка забезпечує можливість бронювання туристичного продукту (туристичних послуг), що надається Туроператором в режимі реального часу, з використанням мережі Інтернет. За допомогою системи бронювання здійснюється передача інформації щодо туристичного продукту (туристичних послуг), а саме: подача заявки на бронювання, отримання підтвердження бронювання, виставлення рахунку на оплату, отримання оперативної інформації про стан замовленого туристичного продукту та документів на тур в електронному вигляді. Система бронювання представлена на офіційному сайті Туроператора.

1.9. Заявка на бронювання - документ, що підтверджує замовлення Турагентом туристичного продукту (туристичної послуги), що направляється Турагентом з допомогою системи бронювання, та означає згоду Турагента перед Туроператором за відшкодування збитків, яких зазнав Туроператор внаслідок її відкликання Турагентом або туристом після її отримання Туроператором.

1.10. Підтвердження бронювання - документ, що підтверджує бронювання туристичного продукту (туристичної послуги) із зазначенням його вартості, термінів оплати та штрафних санкцій по туру, що направляється Туроператором Турагенту з використанням системи бронювання.

1.11. Ануляція туристичного продукту (туристичної послуги) - відповідно до умов цього Договору, це відмова Турагента від заброньованого туристичного продукту (туристичної послуги), а також право Туроператора відмовити Турагенту в наданні заброньованого та підтвердженого туристичного продукту (туристичних послуг). Ануляція проводиться шляхом надіслання Турагентом Туроператору або Туроператором Турагенту письмового повідомлення з використанням системи бронювання. Відмова від туристичного продукту (туристичної послуги) - це відмова Туриста від заброньованого туристичного продукту (туристичної послуги), а також право Туроператора, через Турагента відмовити Туристу в наданні заброньованого туристичного продукту (туристичних послуг) шляхом надіслання підтвердження – ануляції за допомогою системи бронювання.

1.12. Спеціальні тури – це тури які визначені Туроператором, як тури зі спеціальними умовами бронювання та оплати туру, про що Туроператор інформує Турагента в підтвердженні на тур через систему бронювання.

1.13. Грошові кошти – кошти, що не є власністю Турагента, отримані Турагентом від Туриста за реалізацію Туру, які в повному обсязі підлягають сплаті Туроператору.

1.14. Постачальники туристичних послуг – компанії, що надають конкретні послуги, які є складовою туристичного продукту (туристичних послуг), а саме: послуги з тимчасового розміщення (проживання), перевезення, страхування, екскурсійне та розважальне обслуговування та інше.

1.15. Офіційний сайт Туроператора – офіційна веб-сторінка Туроператора, за адресою www.tui.ua; <http://agency.tui.ua/>; <http://agent.tui.ua>, на якій розміщується різноманітна оперативна інформація про туристичний продукт (туристичні послуги), що надається Туроператором. Інформація, опублікована на офіційному сайті Туроператора може змінювати та доповнювати умови цього Договору. Датою вступу змін або доповнень в інформаційний матеріал Туроператора є дата розміщення інформації на офіційному сайті Туроператора.

1.16. Комерційний курс Туроператора – курс гривні до долара США чи Євро, який встановлюється Туроператором та оприлюднюється на офіційному сайті Туроператора, та застосовується Туроператором при визначенні вартості туристичного продукту (туристичної послуги).

1.17. Індивідуальна заявка на бронювання - це туристичний продукт (туристична послуга) сформований за індивідуальним запитом Турагента, відрізняється від опублікованої пакетної ціни, яка розміщена на офіційному сайті Туроператора та підтвердження бронювання якої потребує додаткового звернення до Постачальників туристичних послуг.

1.18. Період Високого сезону – це період підвищеного попиту на туристичний продукт, національні свята, проведення різного роду заходів, як-то конференції, концерти, спортивні змагання тощо, в країні перебування, які визначаються постачальниками туристичних продукту (туристичних послуг), та публікуються на офіційному сайті Туроператора.

1.19. Лист бронювання – документ, що підтверджує замовлення Туриста щодо бажаного туристичного продукту та надає Туроператору (Турагенту) інформацію про замовлений ним комплекс туристичних послуг.

2. Предмет Договору

2.1. Відповідно до цього договору ТУРОПЕРАТОР зобов'язується відповідно до бронювання ТУРАГЕНТА, здійсненого за замовленням ТУРИСТА (Замовника), надати комплекс туристичних послуг (туристичний продукт), надати інформаційно-консультаційні послуги, а ТУРИСТ зобов'язується на умовах цього Договору прийняти та оплатити їх.

2.2. Бронювання здійснюється ТУРАГЕНТОМ в системі бронювання ТУРОПЕРАТОРА відповідно до листа бронювання, оформленого за встановленою ТУРОПЕРАТОРОМ формою.

3. Права та обов'язки сторін

3.1. ТУРАГЕНТ має право на:

3.1.1. Отримання від Туриста необхідних документів та інших персональних даних Туристів, які використовуються Туроператором з метою бронювання Туристичного продукту, проведення належної підготовки до його реалізації, оформлення проїзних та інших документів, необхідних для надання туристичних послуг.

3.1.2. Відшкодування Туристом шкоди, заподіяної Туроператору неправомірними діями.

3.1.3. При бронюванні турів, які мають спеціальні умови бронювання, Туроператор має право вимагати від Туриста через Турагента передплату за замовлений туристичний продукт у вигляді авансового платежу до або після отримання Турагентом підтвердження бронювання, який сплачується протягом 1-го банківського дня після бронювання. У разі ануляції заявки на бронювання (відмови від туристичних послуг), кошти сплачені по такому рахунку не повертаються.

3.1.4. У разі порушення Туристом строків оплати вартості туристичного продукту Туроператор через Турагента має право розірвати цей Договір у будь-який час після закінчення терміну оплати (передплати) туристичного продукту (туристичних послуг) разом зі стягненням з Туриста грошових коштів в розмірах, визначених Туроператором.

3.2. ТУРОПЕРАТОР через ТУРАГЕНТА зобов'язаний:

3.2.1. Здійснити бронювання туристичних послуг та надати туристичні послуги, замовлені Туристом, у повному обсязі, в кількості, якості та у визначені Договором строки, за умови повної оплати вартості туристичного продукту Туристом у строки, встановлені цим Договором.

3.2.2. До укладення цього Договору Турагент зобов'язаний інформувати Туристів про їх права та обов'язки, надавати повну і достовірну інформацію про організацію Туру, умови страхування, правила перетину державного кордону, про порядок та умови перебування за кордоном, а також надавати Туристу всю необхідну інформацію згідно із статтями 19(1), 20 Закону України "Про туризм", а саме:

- основні вимоги до оформлення в'їзних/виїзних документів (паспорт, дозвіл (віза) на в'їзд/виїзд до країни тимчасового перебування), у тому числі строк їх оформлення;

- про правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування та перебування в ній;

- медичні застереження стосовно здійснення туристом туристичної подорожі, зокрема протипоказання через певні захворювання, вік, або фізичні недоліки туристів, а також умови безпеки туристів у країні (місці) тимчасового перебування;
- розмір фінансового забезпечення Туроператора на випадок його неплатоспроможності (банкрутства) та про кредитну установу, яка надала таке забезпечення;
- розклад авіарейсів, місце і час збору групи, строки туру;
- характеристику транспортних засобів, що здійснюють перевезення, у тому числі їх вид і категорія, стикування (сполучення) рейсів, а також іншу обов'язкову інформацію, передбачену кодексами і правилами перевезень (якщо перевезення входить до складу туристичного обслуговування);
- відомості про мінімальну кількість туристів у групі, терміни інформування туриста про те, що туристична поїздка не відбудеться через недобір групи;
- характеристики готелів, інших місць розміщення туристів, у тому числі їх місце розташування, класифікація за законодавством країни (місця) тимчасового перебування, відомості про підтвердження відповідності послуг готелю встановленим вимогам, відомості про правила тимчасового проживання, строки і порядок оплати готельного обслуговування;
- види і способи забезпечення харчування під час туристичної поїздки;
- відомості про страхову компанію, що здійснює страхування ризиків, пов'язаних з наданням туристичного обслуговування, порядок забезпечення Туроператором обов'язкового та/або добровільного страхування туристів, розмір, порядок і умови виплати страхового відшкодування, правила звернення до представників страхової компанії в країні відпочинку, а також можливість та умови добровільного страхування витрат, пов'язаних з розірванням договору на туристичне обслуговування за ініціативою туриста, страхування майна;
- про звичай місцевого населення, пам'ятки природи, історії, культури та інші об'єкти туристичного показу, що знаходяться під особливою охороною, стан навколишнього природного середовища, санітарну та епідеміологічну обстановку;
- про види та тематику екскурсійного обслуговування, порядок зустрічей і провідів, супроводу туристів, про дату і час початку та закінчення туристичного обслуговування, його тривалість;
- про ціну, правила бронювання та анулювання, порядок здійснення оплати туристичного продукту (туристичних послуг);
- умови і наслідки скасування туру туристом;
- місце перебування особи чи організації, уповноваженої на прийняття претензій туристів, порядок подання скарг Туроператору та умови їх розгляду;
- іншу обов'язкову інформацію, передбачену Законом України «Про туризм» та ЗУ «Про захист прав споживачів»;
- Турагент зобов'язаний інформувати туристів, що консульський збір за оформлення віз до країни з в'їзним режимом перетину кордону турист сплачує самостійно на умовах, які зазначені на офіційному сайті Туроператора.

3.2.3. Ознайомити Туристів з умовами договору страхування та пов'язаною інформацією, розміщеною на сайті Туроператора та/або на сайті Страхової компанії.

3.2.4. За умови оплати повної вартості туристичного продукту Туристом, Туроператор зобов'язаний забезпечити Туриста через Турагента необхідними документами на Тур, які посвідчують право Туриста на отримання туристичних послуг, а саме: проїзні документи (квитки), ваучер, страхові поліси, та інші документи, необхідні для надання Туристам туристичного продукту.

Передача Туристу документів може здійснюватись в аеропорту вильоту представником Туроператора або Турагентом в офісі.

3.2.5. Інформувати Туриста про зміни умов туру, його тривалості та програми шляхом повідомлення по телефону, електронною поштою, негайно після того як це стало відомо Турагенту.

3.2.6. Туроператор має право у виключних випадках неможливості розміщення Туриста змінювати передбачені Додатком №1 готелі на готелі такої ж або вищої категорії без утримання додаткової плати.

3.2.7. На письмову вимогу Туриста надати останньому підтвердження фінансової забезпеченості у виді банківської гарантії.

3.2.8. У випадку неможливості виконання Туроператором умов, що викладені в листі бронювання, Туристу повернути усі сплачені ним грошові кошти за Туристичний продукт.

3.3. Турист має право на:

3.3.1. Отримання необхідної і достовірної інформації, встановленої законодавством, а також інформації про хід виконання Туроператором замовлення на туристичний продукт.

3.3.2. Отримання інформації про наявність у Туроператора ліцензії на турагентську діяльність, банківської гарантії, інших необхідних дозвільних документів, необхідних відповідно до чинного законодавства України.

3.3.3. Належне надання Туристам туристичного продукту (туристичних послуг), замовленого та оплаченого у відповідності з цим договором.

3.4. ТУРИСТ (Замовник) зобов'язується:

3.4.1. Ознайомитись з умовами цього Договору, дотримуватись і виконувати їх в повному обсязі, прийняти замовлені послуги за умови їх повної оплати.

3.4.2. Надати повну інформацію про бажаний туристичний маршрут і повідомити свої вимоги до нього.

3.4.3. Своєчасно надати Туроператору через Турагента всі необхідні для бронювання Туристичного продукту відомості та документи Туриста та осіб що з ним подорожуватимуть, необхідні для оформлення поїздки (туру) в необхідній кількості примірників. Мати оформлені належним чином документи для виїзду/в'їзду з/до країни подорожування, документів необхідні для перетину кордонів дітьми до 18 років. Перевірити правильність оформлення документів, виданих Туроператором, так як Турист несе повну відповідальність за дійсність наданих документів та відомостей про Туриста та осіб, що з ним подорожують.

3.4.4. При бронюванні послуг для іноземних громадян передавати копію багаторазової української візи та копію візи країни туру туристів нерезидентів України.

3.4.5. Забезпечити дотримання законодавства держави тимчасового перебування, в т.ч. митних, імміграційних, санітарних, протипожежних та інших правил, норм поведінки, громадського порядку, вимог культури і релігії, правил користування туристичними послугами, правил перебування в готелях та інших об'єктах розміщення, також відшкодувати Туроператору збитки, завдані неправомірними діями Туристів, включаючи випадки незаконної імміграції, порушення візового режиму, порушення правил повітряних перевезень, тощо.

3.4.6. Забезпечити виконання Туристами вимог дипломатичної установи (імміграційної служби) щодо їхнього особистого візиту для співбесіди або з іншої причини в разі потреби, про що Туроператор повідомляє Туриста через Турагента.

3.4.7. Компенсувати в документально підтверженому розмірі збитки, заподіяні Туроператору неправомірними діями туристів внаслідок невиконання або неналежного виконання умов цього Договору, в т.ч., але не обмежуючись зняттям туристів з рейсу, накладенням штрафу, у зв'язку з неналежним оформленням документів для перетину державного кордону України, країни подорожі, проблемами проходження прикордонного (паспортного), митного та інших видів контролю туристами в аеропорті відправлення та прибуття; внаслідок порушення правил поведінки, громадського порядку, законів, що діють на території країни тимчасового перебування, при відмові посольства та імміграційної служби у видачі в'їзних віз, Туристу/ або при зміні замовлення.

Про зазначені збитки Туроператор повідомляє Туриста через Турагента за допомогою системи бронювання.

3.4.8. Оплатити фактично понесені Туроператором витрати у випадку відмови від даного Договору до та після початку поїздки згідно умов бронювання, які зазначаються в листі бронювання.

3.4.9. Дотримуватись часу, зазначеного в документах на тур, та правил особистої безпеки під час подорожі, та прибути до аеропорту не пізніше ніж за 2,5 години до вильоту.

3.4.10. При перебуванні у турі дотримуватись вказівок гідів приймаючої сторони та повідомлень, розміщених в готелі на інформаційних стендах щодо часу вильоту (виїзду) рейсів та часу початку реєстрації.

3.4.11. Оплатити Туроператору через Турагента вартість замовленого турпродукту протягом строку, який вказаний в п.4.5. цього Договору.

3.4.12. У випадку укладення даного Договору за один, два чи три банківські дні до початку Туру, Турист зобов'язаний сплатити Туроператору через Турагента повну вартість Турпродукту в день укладення цього Договору.

3.4.13. Своєчасно та в повному обсязі здійснити оплату за використання додаткових послуг в місцях проживання та інших місцях перебування під час поїздки, покрити з власних коштів витрати чи збитки, спричинені в результаті неправомірних дій Туриста та/чи осіб, що з ним подорожують.

3.4.14. Оплатити вартість в'їзної візи при проходженні паспортного контролю, якщо придбання візи у спрощений спосіб передбачено законодавством країни, до якої в'їжджає Турист.

3.4.15. Турист зобов'язується письмово повідомляти Туроператора про прийняття умов по альтернативному виконанню останнім туристичних послуг шляхом укладення нового листа бронювання.

При цьому попередній лист бронювання підписаний з Туристом втрачає свою юридичну силу. У випадку, якщо Турист не приймає умови по альтернативному виконанню Туроператором прийнятих на себе зобов'язань з надання тур продукту або у випадку неможливості надання альтернативних послуг Туроператором, Туристу повертається вартість оплачених ним послуг.

3.4.16. Своєчасно надавати Турагенту пакет документів туристів для оформлення в'їзних віз відповідно до термінів, які вказані на сайті Туроператора. Якщо у Туриста є відповідна в'їзна віза, Турист зобов'язаний повідомити про її наявність у листі бронювання. При цьому відповідальність за дійсність такої інформації покладається на Туриста і прирівнюється до відповідальності за відмову від заброньованих послуг відповідно умов бронювання, які зазначені в листі бронювання.

3.4.17. Підписанням даного Договору Турист погоджується бути застрахованим Туроператором на період туристичної поїздки на умовах страхової компанії – партнера Туроператора. Туроператор забезпечує Туриста страхуванням при здійсненні поїздки на основі договору зі страховою компанією відповідно до ст.16 ЗУ «Про туризм», що передбачає обов'язкове (медичне та від нещасного випадку) згідно правил страхових компаній.

3.4.18. В разі придбання туристичного продукту за цим Договором однією особою на користь інших осіб, така особа (Замовник), що укладає цей Договір на користь Набувачів, що також мають статус Туриста, підписанням Договору підтверджує і погоджується, що Замовник уклав Договір від свого імені та імені Набувачів і гарантує Туроператору, що наділений необхідними повноваженнями вчиняти правочини від імені та в інтересах Набувачів, ознайомлений з умовами Договору та повідомив його умови.

3.4.19. У випадку настання страхового випадку, Туристу необхідно звернутись безпосередньо до страхової компанії за телефонами, вказаними у страховому полісі-договорі, та діяти в порядку передбаченому умовами страхового полісу.

3.4.20. Підписанням цього Договору Турист підтверджує і погоджується отримувати інформацію від Туроператора на телефонний номер, електронну пошту тощо, надані Туристом відповідно до даного Договору.

3.4.21. Самостійно обов'язково уточнювати номер рейсу та розклад за добу до вильоту.

4. Порядок бронювання турів та порядок розрахунків

4.1. Вартість туристичного продукту викладена у рахунку на оплату туристичних послуг, який є невід'ємною частиною цього Договору.

4.2. У випадку зміни вартості туристичних послуг, що пов'язані з підвищенням цін на авіаквитки, туристичний продукт, зборів за пальне авіакомпанією-перевізником, такс, зборів аеропортів та інших послуг до 5 % вартості, обумовленої цим Договором, Туроператор має право виставити рахунок на доплату, що підлягає оплаті протягом 2-х банківських днів. У разі неоплати відповідного рахунку у вказаний строк, цей Договір розривається, а внесена раніше оплата повертається Туристу після утримання Турагентом вартості послуг зі створення туристичного продукту, що дорівнює розміру компенсації витрат Туроператора у зв'язку з розірванням цього Договору.

4.3. Початком туристичного обслуговування вважається час вильоту літака міжнародного рейсу. ПЕРЕВІЗНИК має право змінити час відправлення/прибуття транспортного засобу не більш ніж на 24 години, на Туроператора поширюються всі умови та обмеження відповідальності, які встановлені Правилами повітряних перевезень пасажирів і багажу та іншими нормами/актами в сфері перевезень.

4.4. Під час підписання даного Договору та заповнення листа бронювання, Турист здійснює авансовий платіж у розмірі, який зазначений в листі бронювання. Після отримання підтвердження на Туристичний продукт, Туроператор (Турагент) запрошує Туриста для погодження на листі бронюванні підтвердження замовленого Турпродукту.

4.5. При бронюванні туру оплата повинна бути здійснена відповідно до умов, які розміщені на офіційному сайті Туроператора або відповідно до умов, які зазначені в підтвердженні бронювання, та відображені Турагентом в листі бронювання з Туристом.

4.6. Усі види платежів по даному Договору проводяться в національній валюті України - гривні.

4.7. Сторони погодили, що на дату повної оплати загальна вартість туристичного продукту (туристичної послуги) може бути змінена в залежності із змінами курсу гривні по відношенню до долара США чи Євро, оскільки загальна вартість туристичного продукту (туристичної послуги) визначається шляхом множення вартості послуг, встановленої Туроператором, на внутрішній фіксований курс Туроператора на дату фактичної оплати, у разі збільшення/зменшення курсу гривні по відношенню до долара США чи ЄВРО вартість неоплаченого або неповністю оплаченого туристичного продукту (туристичної послуги), пропорційно збільшується/зменшується, тільки у строки передбачені умовами оплати туру, які зазначені в Листі бронювання.

Курс гривні по відношенню до долара США чи ЄВРО визначається датою рахунку, виставленого Туроператором Турагенту.

При порушенні термінів сплати, які зазначені в рахунку-фактурі, у разі збільшення комерційного курсу Туроператора вартість неоплаченого або неповністю оплаченого туристичного продукту (туристичної послуги) пропорційно збільшується.

4.8. У разі нездійснення (відсутності) оплати за туристичний продукт (туристичні послуги) згідно умов передбачених цим Розділом, або в строк зазначений у листі бронювання, Тур автоматично анулюється, а збитки Туроператора покладаються на Туриста.

4.9. Несвоєчасна та/або неповна оплата Туристом вартості туристичного продукту (туристичної послуги) наділяє Туроператора правом відмовити у наданні туристичного продукту (туристичних послуг), навіть якщо Тур вже підтверджено та/або сплачено передплату (оплату).

4.10. Туристичний продукт (туристичні послуги) повинен бути повністю сплачений до моменту подання в дипломатичне представництво (імміграційну службу) держави тимчасового документів Туристів для видачі візи.

4.11. Оформлення листа бронювання з новими умовами, можливо лише у разі повної компенсації витрат Туроператора пов'язаних з ануляцією (відмовою) раніше підтвердженого туристичного продукту (або його складових), у тому числі вартості послуг з розгляду, обробки та підтвердження Туроператором даного бронювання, яка може складати до 10% вартості туристичного продукту (туристичних послуг), про що Туроператор інформує Турагента.

5. Умови відмови від туристичного продукту

5.1. Турист має право відмовитись від виконання цього Договору до початку туристичної подорожі за умови відшкодування Туроператору фактично понесених ним витрат на створення туристичного продукту і забезпеченню надання його Туристу. Заява про відмову Туриста від туристичних послуг в письмовій формі приймається Турагентом до виконання з дня отримання такої заяви.

5.2. У випадку відмови Туриста від виконання цього Договору з будь-яких причин та/або у випадку відмови посольства/консульства у видачі в'їзних віз для туриста, Турист зобов'язується відшкодувати Туроператору витрати понесені Туроператором у зв'язку з організацією туру у наступних розмірах:

а) для країн з безвізовим режимом та країн, де віза оформлюється по прибуттю:

14 - 8 діб до початку туру	75 % від загальної вартості туру
7 - 4 доби до початку туру	85 % від загальної вартості туру
3 і менше діб до початку туру	100% від загальної вартості туру

б) для країн з візовим режимом:

21 - 15 діб до початку туру	80 % від загальної вартості туру
14 - 8 діб до початку туру	90 % від загальної вартості туру
7 і менше діб до початку туру	100% від загальної вартості туру

5.3. При відмові Туриста від туру, який припадає на період, визначений партнерами як «високий сезон»: період з 25 грудня по 10 січня, період травневих свят, період з 20 травня по 15 вересня, утримуються витрати понесені Туроператором у розмірі, що не перевищує 100% вартості замовлених послуг незалежно від дати бронювання;

5.4. У зв'язку з різними вимогами готелів, транспортних компаній та інших суб'єктів, що надають туристичні послуги, витрати Туроператора по організації туру можуть відрізнятися від вказаних у п. 5.2., (ці тури визначені Туроператором, як спеціальні). В такому випадку витрати Туроператора відшкодовуються Туристом відповідно до умов бронювання, які опубліковані на сайті Туроператора, підтвердженні бронювання, або в листі бронювання у розмірі, що не перевищує 100 % вартості замовлених послуг незалежно від дати бронювання.

5.5. При відмові Туриста від туру або від авіаперевезення, питання повернення коштів за авіаперевезення вирішується відповідно до правил та тарифів авіакомпанії. У випадку якщо до складу туристичного продукту входять авіаквитки на регулярні авіарейси або нетипові чартерні перевезення, до Туриста застосовуються умови продажу та ануляції таких авіаквитків, як це передбачено спеціальними тарифами авіаквитків на регулярні авіарейси або спеціальними умовами чартерних програм. Тариф авіаквитків на регулярні та чартерні авіарейси може бути таким, що не повертається.

5.6. Не з'явлення Туристів до місця початку надання туристичних послуг в належний час вважається відмовою від туристичного продукту. У випадку неявки Туристів на рейс (no show) з будь-яких причин або у випадку інших перешкод здійснити подорож, які не залежать від Туроператора, з Туриста утримуються витрати понесені Туроператором у розмірі, що не перевищує 100 % від вартості туру.

5.7. Туроператор за цим договором має право на повне відшкодування Туристом через Турагента витрат з розгляду та обробки індивідуальної заявки на бронювання згідно п. 5.2., або 5.3., або 5.4., 5.5., 5.6., але не менше 10% від вартості туристичного продукту (туристичних послуг) за таку заявку на бронювання.

5.8. Туроператор має право в індивідуальному порядку встановлювати і коригувати розмір витрат з організації туру, належних до сплати з боку Туриста, в залежності від санкцій, передбачених партнерами Туроператора із організації туру.

5.9. Турист проінформований та згоден з тим, що умови оплати та ануляції туристичних послуг можуть відрізнятися від стандартних умов, передбачених даним Договором, у випадку участі Туриста у програмі лояльності, якщо має місце придбання туристичного продукту з використанням програми лояльності, яка підтримується Туроператором (Турагентом).

5.10. Туроператор має право відмовитись від виконання Договору за умови відшкодування Туристу сплачених коштів, крім випадків коли це відбулось з вини Туриста. Відмова від виконання Договору з боку Туроператора до початку реалізації туристичного продукту не може бути підставою для пред'явлення з боку Туриста вимоги про відшкодування моральної шкоди.

5.11. У випадку невиконання умов цього Договору з боку Туроператора, Турист має право вимагати повернення оплачених коштів за ненадані послуги у документально підтвердженому розмірі відповідно до законодавства.

5.12. У випадку прийняття консульською установою чи іншим повноважним органом держави слідування Туриста рішення про відмову у видачі йому в'їзної візи з будь-яких причин, консульський збір Туристу не повертається, а такий випадок вважається ануляцією заброньованих туристичних послуг, внаслідок чого застосовуються умови, передбачені п. 5.2., або 5.3., або 5.4., 5.5., 5.6., 5.7. цього Договору.

5.13. У випадку дострокового припинення Туристом терміну перебування в турі, та/або невикористання замовлених послуг з будь-яких причин, Туроператор не несе відповідальності за такі дії Туриста та не повертає сплачені Туристом грошові кошти за туристичний продукт. В зв'язку з ануляцією подорожі після її початку кошти утримуються партнерами Туроператора по організації туру.

5.14. У випадку розірвання Договору з Туристом у зв'язку з виникненням на території країни тимчасового перебування ситуацій, пов'язаних з загрозою безпеки туристів, як то: епідемії, терористичні акти, стихійні лиха та інші подібні обставини, не визнані офіційно форс-мажорними, Турист компенсує Туроператору збитки у розмірі вартості послуг по обробці Замовлення, а також витрати з оплати штрафних санкцій компаніям-партнерам, якщо вони були виставлені Туроператору.

5.15. При відмові Туриста від туру, незалежно від дати відмови, вартість за авіаквитки на чартерні та на регулярні рейси продані за тарифами перевізника, які не передбачають можливість повернення сум («No Refund»), може стягуватися у розмірі до 100% від вартості авіаквитка.

5.16. Зміна імен та/або прізвища туристів, строків туру, готелю, типу номеру та інших змін у заброньованому турі за ініціативою або вини Туриста вважається відмовою від туристичного продукту. У такому випадку з Туриста утримуються витрати понесені Туроператором.

5.17. Інформація про розміри стягнень за відмову Туриста від туру розміщується на офіційному сайті Туроператора, з якою Турагент ознайомлює Туриста. Підписання цього договору підтверджує згоду Туриста з розмірами стягнень за відмову Туриста від заброньованого туру.

6. Відповідальність Сторін

6.1. Сторони несуть відповідальність за невиконання та/або неналежне виконання зобов'язань за цим Договором у відповідності до умов Договору та чинного законодавства України.

6.2. Туроператор та Турагент не несуть відповідальності за відміну рейсу чи зміни часу відправлення/прибуття рейсу, пункту призначення авіарейсів і пов'язаних з цим змін програми туру, зміни обсягів і термінів надання туристичних послуг. При цьому на Туроператора поширюються всі умови та обмеження відповідальності, які встановлені Правилами повітряних перевезень пасажирів і багажу, Правилами фактичного перевізника та іншими нормативними актами в сфері перевезень. Час відправлення/прибуття авіарейсу може змінюватись не більш ніж на 24 години, про що Туроператор через Турагента інформує Туриста.

6.3. Туроператор та Турагент не несуть відповідальності і не відшкодовують витрати Туриста за оплачені послуги, якими Турист не скористався у період обслуговування з причин, що не залежать від Туроператора. Туристу не відшкодовуються витрати, що виходять за межі послуг, обумовлених цим Договором. Туроператор та Турагент не несуть відповідальності у випадку ненадання Туристу послуг і/або несвоєчасного повернення туристів в Україну, якщо це зумовлено порушенням останніми умов цього Договору і/або іншими неправомірними діями.

6.4. При порушенні Туристом вимог митної служби, при порушенні правил перетинання Державного кордону і країни перебування Туриста, у випадку невіїзду Туриста внаслідок неправильного оформлених закордонних паспортів Туристів (прострочений термін дії, дитина не вписана або не вклеєна її фотографія), а також у разі відсутності необхідних нотаріальних дозволів та інших документів, що викликають неприбуття Туриста на місце, Турист зобов'язується відшкодувати Туроператору понесені збитки.

6.5. У випадку порушення Туристами діючих правил проїзду, реєстрації чи провозу багажу, нанесення збитків майну транспортної компанії чи порушення правил проживання в готелі або недотримання законодавства країни перебування, штрафи стягуються з винної особи в розмірах, передбачених відповідними правилами і нормами транспортної компанії, готелю, країни перебування. Туроператор в даному випадку відповідальності не несе.

6.6. Туроператор та Турагент не несуть відповідальності за збереження багажу Туриста, в тому числі, збереження особистих речей та документів, іншого майна Туриста протягом усього періоду туру.

6.7. Туроператор та Турагент не несуть відповідальності за несвоєчасне прибуття Туриста до аеропорту, місць виїзду, реєстрації Туристів тощо.

6.8. Туроператор та Турагент не несуть відповідальності за невідповідність туристичних послуг невинуватим очікуванням, суб'єктивній оцінці та завищеним сподіванням Туриста. Туроператор не приймає претензії, базовані на зазначених критеріях.

6.9. Не вважається неналежним виконанням даного Договору суб'єктивне сприйняття та оцінювання Туристом якості послуг приймаючої сторони. Туроператор та Турагент не несуть відповідальності за обставини, на які вони не можуть прямо впливати, такі як наприклад: невічливе ставлення персоналу

приймаючої сторони, технічні проблеми в зовнішніх чи внутрішніх мережах, поломки в електроприладах номеру, погодні умови, прийняття рішень адміністрацією приймаючої сторони, органами місцевого самоврядування, органами влади про здійснення капітальних реконструкцій на території засобу розміщення або на сусідніх територіях та інші обставини. Послуги надаються відповідно до вимог, стандартів та законодавства приймаючої Сторони.

6.10. Туроператор та Турагент не несуть відповідальності за витрати Туриста, пов'язані із настанням страхового випадку. У разі настання страхового випадку, претензії по витратах Турист пред'являє в страхову компанію, вказану в страховому полісі. Турист вправі на свій розсуд застрахувати додаткові ризики, які можуть призвести до зриву, дострокового повернення з поїздки і т. д., та вимагати відповідних компенсацій від страхових компаній. Якщо Турист недбало віднесеться до можливості страхування ризиків та отримання компенсацій в разі настання страхового випадку, Туроператор та Турагент не несуть відповідальності за такі рішення чи бездіяльність Туриста.

Туроператор не несе відповідальності за якість медичних послуг, наслідки лікування. Туроператор не несе відповідальності за дії та рішення лікарів (персоналу) медичних закладів по відношенню до Туриста.

6.11. У випадку одночасного настання таких обставин як: відсутність ануляції Туриста; відсутність оплати Туриста за туристичний продукт (туристичну послугу); неявка туриста на рейс - на Туриста накладається штраф у розмірі 100 (сто) відсотків від загальної вартості туристичного продукту (туристичної послуги), а у разі несплати туристичного продукту (туристичної послуги) штраф становить вартість, підтверженого Туроператором Туристичного продукту, який було заброньовано, але не було використано з вини Туриста.

6.12. Туроператор та Турагент не несуть відповідальності за відмову посольства (консульства) іноземної держави у видачі віз Туристу за маршрутом туристичного продукту. У разі, якщо Туристу було відмовлено посольством або імміграційною службою у видачі в'їзних віз, консульський збір Туристу не повертається. Турист вправі застрахувати втрати спричинені відмовою консульством (посольством) у відкритті візи.

6.13. У випадку недотримання Туристом програми туру, - Туроператор відповідальності за виконання умов цього Договору не несе.

6.14. За запитом Туриста, Туроператор може взяти на себе зобов'язання надати послуги з підготовки і подання в дипломатичне представництво (імміграційну службу) держави тимчасового перебування пакета документів, які є необхідними для розгляду питання про видачу візи. Для цього Турист через Турагента не пізніше зазначеного Туроператором терміну надає останньому документи та інформацію, перелік яких визначається Туроператором, згідно оголошеним правилами дипломатичної установи (імміграційної служби), а також грошові кошти для оплати консульського збору.

Туроператор не несе відповідальності за терміни і результат розгляду документів і / або за рішення імміграційної служби не допускати туристів на територію держави тимчасового перебування, незважаючи на наявність віз.

6.15. У випадку, визначеному у ч. 11 ст. 20 закону України «Про туризм», Туроператор виплачує Туристу компенсацію у розмірі 500 грн.

6.16. Турист несе одноособову відповідальність за достовірність наданих про себе та осіб, що з ним подорожують відомостей, за дійсність та чинність наданих ним документів.

6.17. Матеріальні збитки та моральна шкода туристів, що сталася внаслідок укладення ними / на їх користь цього Договору, покладаються на Туриста (Замовника).

7. Порядок вирішення суперечок

7.1. Всі суперечки, які можуть виникнути в ході виконання даного Договору, Сторони зобов'язуються вирішувати шляхом переговорів, а у випадку недосягнення згоди - згідно чинного законодавства України.

7.2. У випадку виникнення претензій в якості обслуговування, фактів ненадання або неналежного надання туристичних послуг Турист зобов'язується негайно під час знаходження в країні перебування звернутись до гід та/або представника приймаючої сторони для їх оперативного усунення. Якщо претензію не вирішено, Турист готує письмову претензію з документально підтвердженими фактами порушення умов Договору, її повинні завірити підписами гід та/або представник приймаючої сторони. Турист передає письмову претензію Туроператору через Турагента протягом чотирнадцяти днів після закінчення туру з детальною інформацією про умови придбання туру, надання туристичних послуг, доданих документів і контактними даними Туриста. Протягом 30 днів Туроператор надає вмотивовану відповідь на претензію Туриста.

7.3. Рекламачії з приводу якості туристичного обслуговування повинні бути надіслані Туроператору через Турагента письмово протягом чотирнадцяти днів з моменту закінчення туру з детальною інформацією про умови придбання туру, надання туристичних послуг, доданих документів і контактним телефоном Туриста.

7.4. Туроператор не приймає претензії та не несе відповідальності по претензіях, що пов'язані з негативними наслідками спожитих послуг, що не є предметом даного Договору або стосуються невідповідності рівня спожитих послуг суб'єктивним очікуванням Туристів.

8. Додаткові умови

8.1. Підписанням даного Договору Турист надає згоду на обробку його персональних даних та персональних даних інших осіб, які зазначаються Туристом в листі бронювання від його імені та за дорученням, Туроператором з метою забезпечення надання туристичного продукту в об'ємі необхідному для

досягнення зазначеної мети, а також підтверджує свою обізнаність у правах, визначених у ст. 8 закону України «Про захист персональних даних». Право визначення об'єму обробки персональних даних турист надає Туроператором та Турагенту. Включення персональних даних Туриста до бази персональних даних Турагента відбувається в момент укладення цього Договору. Підписанням цього Договору Турист засвідчує свою обізнаність про таке включення, про свої права, визначені у законі України «Про захист персональних даних», про мету збору даних та осіб, яким передаються його персональні дані. Турист засвідчує і гарантує, що він має всі необхідні правові підстави для передачі вищезгаданих персональних даних Туроператору та Турагенту для їх подальшої обробки з метою організації та надання Туристу будь-яких туристичних послуг, без будь-якого обмеження строком та способом, у т.ч. для їх використання і поширення, зміни, передачі чи надання доступу до них третім особам у випадках, передбачених чинним законодавством України, а також для передачі Туроператором та Турагентом персональних даних для обробки третім особам та здійснення відносно них будь-яких інших дій, якщо це пов'язано із захистом прав Туроператора та Турагента за ними, або якщо це необхідно для реалізації Туроператором та Турагентом прав та обов'язків, передбачених законом.

8.2. Сторони погодили, що інформація щодо туристичного продукту (туристичної послуги), умов бронювання, ануляції та інша, яка розміщена на офіційному сайті Туроператора має юридичну силу та є невід'ємною частиною цього Договору.

8.3. Надаючи інформацію про категорію готелю Туроператор керується класифікацією готелів, яка наводиться адміністрацією готелю та/або туристичними компаніями-партнерами, що забезпечують обслуговування туристів на території країни тимчасового перебування. Класифікація готелів формується кожною компанією-партнером, виходячи із стандартів її ділової практики, і може не співпадати з категорією (кількістю зірок), яка визначена офіційними органами або адміністрацією готелю. В зв'язку із значними відмінностями практики нормативного регулювання стандартизації і сертифікації готелів різних іноземних країн, офіційні документи, що підтверджують сертифікацію послуг і т.д., можуть бути надані туристам тільки за наявності таких документів у компанії-партнера.

8.4. Недійсність однієї або кількох умов даного Договору не тягне за собою недійсність Договору в цілому.

8.5. Цей Договір укладений в двох примірниках українською мовою, що мають однакову юридичну силу, по одному примірнику для кожної сторони.

8.6. Розміщення Туриста у номері готелю країни перебування і здача номера здійснюється відповідно до розрахункового часу, передбаченого адміністрацією готелю за місцевим часом. Туроператор не несе відповідальності за порушення Туристом розрахункового часу в готелі.

8.7. Зміни та доповнення до цього Договору вносяться за згодою обох сторін, що оформлюється Додатковою угодою.

8.8. Договір вступає в силу з моменту його підписання і діє до закінчення терміну Туру.

Адреси сторін

ТУРАГЕНТ	ТУРИСТ
М.П.	

Додаток Едо Договору №
на туристичне обслуговування**ЗАЯВКА
на бронювання туристичних послуг****Спеціальний тур****ЗАМОВЛЕНІ ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ**

Країна перебування у турі	Єгипет		
Маршрут подорожі	Київ-Шарм Ель Шейх-Київ		
Бронювання авіаквитків	чартерний авіарейс		
Дата заїзду/вильоту		Дата від'їзду/вильоту	
Термін проживання	7 ночей		
Готель	Albatros Aqua Blu Resort Sharm El Sheikh 4*+		
Категорія номеру	Standart		
Розміщення (SNG, DBL, DBL+EX/BED, інше)	DBL+EX/BED		
Харчування (BB, HB, FB, AL, UAL, інше)	АІ		
Трансфер (груповий, індивідуальний, VIP)	Груповий, аеропорт-готель-аеропорт		
Страховання	На 4 осіб		
Попереднє оформлення віз	Не потрібне		
Загальна вартість послуг	1726 (одна тисяча сімсот двадцять шість) доларів США		

ПЕРЕЛІК ОСІБ

для яких замовляються туристичні послуги

П.п.	Прізвище згідно закордонного паспорту	Ім'я згідно закордонного паспорту	Дата народження	Паспорт серія, номер	Паспорт дійсний до
1.					
2.					
3.					
4.					

Дата замовлення

Із змістом заявки ознайомлений. Заявляє вірною і повністю відповідає моїм вимогам.

ТУРИСТ _____

МЕНЕДЖЕР ТУРАГЕНТА _____/

