**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ**

**ІНСТИУТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ**

**Магістерська робота**

**на тему: «Засоби підвищення привабливості туристичних ресурсів України»**

**Северодонецьк 2018**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУК УКРАЇНИ**

**СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ**

**ІНСТИТУТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ**

Допущено до захисту

Зав. кафедрою міжнародної

економіки і туризму

д.е.н., доц. Ю. Ю. Д’яченко

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_р.

**МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА**

**Засоби підвищення привабливості туристичних ресурсів України**

Студент Мар’ячкіна О.В.

Курс, група 6 курс, ТУ – 16дм

Науковий керівник Заваріка Галина Михайлівна

кандидат географічних наук

доцент

Нормоконтроль

(П.І.Б., підпис)

**Северодонецьк 2018**

**Міністерство освіти і науки України**

**Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля**

**Інститут міжнародних відносин**

**Кафедра міжнародної економіки і туризму**

**Затверджую**

Зав. кафедрою туризму

і готельного господарства

к.і.н., Ю. Г. Данільєва

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_р.

**ЗАВДАННЯ**

**НА МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТОВІ**

Мар’ячкіна Оксана Вікторівна

Група ТУ – 16дм

1. Тема дипломної роботи Засоби підвищення привабливості туристичних ресурсів України

Затверджена наказом по університету №\_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2. Термін подання студентом завершеної роботи \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів, що їх стосується:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | Консультант (прізвище, ініціали) | Дата. Підпис | |
|  | Завдання прийняв |
| Розділ 1 | Заваріка Г.М. |  |  |
| Розділ 2 | Заваріка Г.М. |  |  |
| Розділ 3 | Заваріка Г.М. |  |  |

4. Зміст дипломної роботи, перелік питань, що їх належить розробляти.

Теоретико – методологічні засади підвищення привабливості туристичних ресурсів України; Аналіз засобів підвищення привабливості туристичних ресурсів України; Шляхи підвищення привабливості туристичних ресурсів України.

5. Календарний план виконання роботи:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Назва етапів дипломної роботи | Термін виконання етапів роботи | |
| За планом | Фактично |
| 1 | Ознайомлення з літературними джерелами | 20.03.2017 | 20.03.2017 |
| 2 | Робота над розділом 1 | 15.05.2017 | 15.05.2017 |
| 3 | Робота над розділом 2 | 07.09.2017 | 07.09.2017 |
| 4 | Робота над розділом 3 | 12.11.2017 | 12.11.2017 |
| 5 | Підведення підсумків | 05.01.2018 | 05.01.2018 |

6. Дата видачі завдання «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_р.

Керівник роботи Заваріка Галина Михайлівна

Завдання прийняв до виконання Мар’ячкіна Оксана Вікторівна

студент – дипломник

**РЕФЕРАТ**

Обсяг 99с., 21 табл., 2 рис.,2 формули, додатків

Ключові слова: привабливість, туристична привабливість, туристичні ресурси, туристичний потік, туристична інфраструктура, курорт, тур, туристичний маршрут.

Результати дослідження:

Мар’ячкіна О.В. Засоби підвищення привабливості туристичних ресурсів України.

м. Северодонецьк – Рукопис.

Дипломна робота на здобуття кваліфікаційного рівня магістр за спеціальністю 242 – Туризм. – Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля Міністерства освіти і науки України, Северодонецьк, 2017.

Туристичні ресурси визначають специфіку розвитку туризму в регіоні, формування пріоритетних напрямів інвестиційної політики. В умовах жорсткої конкуренції серед областей за приток туристів, все більш актуальною проблемою стає підвищення привабливості туристичних ресурсів та підвищення іміджу регіону. Тому аналіз та оцінка привабливості туристичних ресурсів України надзвичайно важлива в наш час.

Maryachkina O.V. Means of increasing attractiveness of tourist resources of Ukraine.

с. Severodonetsk - Manuscript.

Diploma work for obtaining a qualification level Master in specialty 242 - Tourism. - Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, Ministry of Education and Science of Ukraine, Severodonetsk, 2017.

Tourist resources determine the specifics of tourism development in the region, the formation of priority directions of investment policy. In the face of fierce competition among the regions for the influx of tourists, an increasing problem of increasing the attractiveness of tourist resources and enhancing the image of the region is becoming an increasingly pressing issue. Therefore, the analysis and evaluation of the attractiveness of Ukraine's tourist resources is extremely important in our time.

ЗМІСТ

ВСТУП…………………………………………………………………………..

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО – МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ……………….

1.1. Поняття привабливості туристичних ресурсів…………………………...

1.2. Класифікація туристичних ресурсів у розрісі привабливості…………...

1.3. Методи оцінки привабливості туристичних ресурсів……………………

Висновки за розділом 1……………………………………………………........

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗАСОБІВ ПІДВИЩЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ………………………………………

2.1. Оцінка привабливості туристичних ресурсів України…………………...

2.2. Оцінка привабливості туристичних ресурсів Луганської області……….

2.3. Маркетинговий аналіз привабливості туристичних ресурсів…………....

Висновки за розділом 2………………………………………………………….

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ……………………………………………………………

3.1. Алгорим підвищення привабливості туристичних ресурсів……………...

3.2. Брендинг та транскордонне співробітництво, як засіб підвищення привабливості туристичних ресурсів…………………………………………...

3.3. Інноваційний туристичний маршрут…………………………………….....

Висновки за розділом 3…………………………………………………………..

ВИСНОВОК………………………………………………………………………

СПИСОК ВИКОРИСТАННОЇ ЛІТЕРАТУРИ………………………………….

ДОДАТКИ………………………………………………………………………...

ВСТУП

Актуальність теми. Аналіз та оцінка привабливості туристичних ресурсів України надзвичайно важлива в наш час. Туризм є ресурсоорієнтованою суспільно-господарською системою, тому визначення поняття «туристичні ресурси» та їх місця у туристичній діяльності належить до важливих завдань науки про туризм. Для розвитку туризму необхідно обрати місце з відповідними ресурсами. Практика останніх років демонструє створення штучних туристичних ресурсів, а саме великих тематичних парків, туристичних комплексів, атракціонів тощо. Отже, якщо в межах певної території немає туристичних ресурсів, то людина може їх створити. Власне, наявність туристичних ресурсів сприяє формуванню туристичного бізнесу в тому чи іншому регіоні.

Туристичні ресурси визначають специфіку розвитку туризму в регіоні, формування пріоритетних напрямів інвестиційної політики. Уявлення людей про цінність території як перспективного методу туризму традиційно пов’язують з багатством природи, її культурно-історичною спадщиною, до якої відносять передусім пам’ятки архітектури, історичні місця, архітектурні монументи тощо.

В умовах жорсткої конкуренції серед областей за приток туристів, все більш актуальною проблемою стає підвищення привабливості туристичних ресурсів та підвищення іміджу регіону. Кроки, що приймаються, в цьому напрямі носять несистемний характер і, як правило, комплексно не вирішують проблему. Перш за все, це викликано браком теоретичних напрацювань, на підставі яких можна було б розробити комплексну стратегію області по підвищенню туристичної привабливості, а так само зручного і надійного інструментарію, що подає підтримку при розробці і реалізації такої стратегії.

Дослідження проблеми оцінювання туристичної привабливості території висвітлюють у своїх працях Г. Алейнікова, І. Балабанова, О. Бобарикіна, І. Бочан, М. Борущак, В. Квартальнов, І. Зорін, В. Кифяк, О. Любіцева, М. Омуш, С. Попович, І. Сидоренко,І. Школа та ін.

**Об’єктом дослідження** в магістерський роботі є туристичні ресурси України.

**Предметом дослідження** виступають практичні заходи, щодо підвищення привабливості туристичних ресурсів України.

**Мета дослідження** поглиблено дослідити наявні туристичні ресурси України. На основі отриманих результатів створити інноваційний туристичний маршрут.

**Завдання** проаналізовані терміни туристична привабливість та термін туристичні ресурс; виведено термін привабливі туристичні ресурси; описано метод оцінки привабливості туристичних ресурсів; розроблен власний туристичній бренд Луганської області.

Розділ 1 ТЕОРЕТИКО – МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ

1.1. Поняття привабливості туристичних ресурсів

Як і будь-яка інша галузь економіки туристична індустрія спрямована на максимально можливе задоволення потреб людини. Тож у процесі оцінювання туристичної привабливості території необхідно зважати на запити, мотиви, смаки та ступінь задоволення потреб потенційних туристів.

Туристично-привабливою можна вважати територію, яка користується популярністю у туристів і ця місцевість перетворюється у туристичний центр. Розрізняють туристичний центр та центр туризму. Центр туризму - це місто, місцевість чи об'єкт, де на базі туристичних ресурсів створений комплекс туристичного обслуговування. Туристичний центр - це місцевість, туристичних ресурсів, зручностей транспортно-географічного положення і доступної для туриста інформації про неї [18, c.22].

Існує розмаїття визначень поняття "територія, яка приваблює туристів". Спеціалісти ЮНВТО [19, c.33] використовують термін: - "Туристичний регіон -територія, яка володіє великою мережею спеціальних споруд і послуг, необхідних для організації відпочинку чи оздоровлення". В.А. Квартальнов відзначає таке поняття: - "Місце туристичного призначення - ділянка, місцевість, регіон чи територія, яка приваблює туристів через наявність: сприятливого клімату, флори і фауни; зручного географічного розташування; транспортної доступності" [13]. І.М.Школа пропонує таке визначення: - "Рекреаційний (туристичний) регіон - група рекреаційних районів у межах певних територій, що характеризуються спільністю природних, історико-культурних ресурсів, єдиною інфраструктурою" [24, c.35].

У праці I.Т. Балабанова є таке визначення: - "Туристична територія - вид комплексного туристичного ресурсу - географічно визначене місце концентрації найцінніших туристичних ресурсів, а також об'єктів туристичного інтересу, які виділяються серед туристичного регіону, з вказуванням у кадастрах та інших видах документації і введенням режиму пріоритетного цільового функціонування та розвитку туризму в його межах"[7].

М.О. Омуш дає таке визначення: - "Туристично привабливою вважають територію, яка має потенціал для розвитку туризму, сукупність економічних і психологічних характеристик регіональних туристичних комплексів, що відповідають попиту, потребам туристів, вимогам інвесторів і забезпечують досягнення передбачуваного соціально-економічного ефекту" [24].

Привабливість - це властивість викликати захоплення, притягувати до себе особливими якостями, властивостями. У науковій літературі, присвяченій туристичній діяльності, зазначається, що поняття атрактивності є основним і визначальним під час дослідження потоків людей. У нашому розумінні територія тоді приваблива, якщо вона має туристичні ресурси - природні (насамперед - екологічно чисті), історико-культурні та соціально-економічні, розвинуту матеріально-технічну базу, насичену інфраструктурою, зручним транспортно-географічним розташунням і доступною про неї інформацією [45].

Туристично-приваблива територія – це територія, яка має потенціал туристичних ресурсів, сучасну розвинену матеріально-технічну базу туризму та доступну і достатню для туриста інформацію про неї, які б відповідали потребам туристів і забезпечували досягнення максимального соціально-економічного ефекту від розвитку в її межах туристичної індустрії. Певною мірою територія з наявними туристичними ресурсами буде привабливою для потенційних туристів, але наявність у регіоні чи в країні туристичних ресурсів не є достатньою умовою зростання туристичної привабливості території. Для розвитку ефективної туристичної індустрії необхідно формувати матеріально-технічну базу туризму, споруджувати нові готельні комплекси, стадіони, тренувальні бази, модернізуючи до рівня світових стандартів уже існуючі, проводити реконструкцію історичних пам'яток, модернізувати транспортну інфраструктуру [6].

Туристична привабливість території формується передусім за наявності природних або історико-культурних туристичних ресурсів, а ще краще - за їх поєднання. Водночас такі ресурси ще не встановлюють рівень привабливості цієї чи іншої території. Туристична привабливість часто мінлива і може змінюватися залежно від багатьох чинників, котрі впливають на привабливість туристичної території. Саме до них належить наявність сучасної матеріально-технічної бази туризму, зокрема новітніх готельних комплексів, спеціалізованих закладів із відповідним асортиментом послуг, які вони продукують та ін.

Туристична привабливість – це наявність такого туристичного потенціалу території, за умови експлуатації якого забезпечують оптимальне туристично-рекреаційне навантаження та повне збереження туристичних ресурсів та можливість отримання відповідного соціально-економічного ефекту без порушення екологічної рівноваги довкілля. Потенційна туристична привабливість включає технічну й економічну туристичну привабливість [45].

Технічна туристична привабливість – це потенціал території щодо можливості привабити таку кількість туристів, яку можуть прийняти засоби розміщення туристів чи певний регіон з наявними туристичними ресурсами, враховуючи допустиме рекреаційне навантаження на цю територію. Для оцінювання технічної туристичної привабливості території можна скористатися статистичним даними результатів діяльності туристичної індустрії. За кількістю засобів розміщення та місць у них можна визначити, яку кількість туристів може прийняти певний регіон. Таким чином, можна визначити фактичний стан розвитку туризму в певному регіоні [2].

Економічна туристична привабливість – це можливість прийняти економічно доцільну кількість туристів у регіоні задля досягнення максимального соціально-економічного ефекту. За кількістю туристів, які побували в регіоні, та доходів від туризму можна зробити висновок про вклад туризму в економіку регіону, а також про наявність попиту на туристичні послуги в певному регіоні. Щоб визначити економічну туристичну привабливість, необхідно сформувати сукупність чинників, які впливають на досягнення максимальної економічної ефективності, та заходи, які потрібно вжити, щоб її досягнути. У певному регіоні може бути потенціал для розвитку туризму та бажання прийняти максимальну кількість туристів, але щоб досягнути максимально економічного ефекту, затрати для цього можуть виявитися недоцільними. Економічно доцільна кількість туристів у регіоні – це та їх частина, яка дасть змогу отримати максимальний економічний ефект від їх перебування у його межах [45].

Виявлено, що для економічного оцінювання туристичної привабливості регіону не існує єдиної методики визначення комплексного показника. В той же час існують методики оцінювання окремих її складових чи суміжних процесів. Тому виникає потреба сформувати такі рекомендації, які б врахували всю сукупність факторів впливу на туристичну привабливість (рис. 1.1).

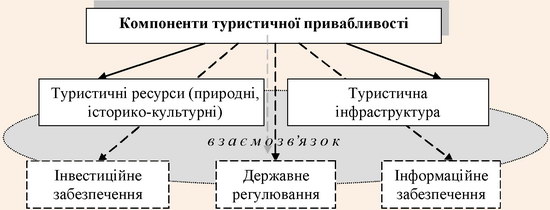


Рис.1.1. Компоненти туристичної привабливості

Комплексне оцінювання туристично-рекреаційного потенціалу регіону передбачає інтегральну оцінку не лише туристично-рекреаційних ресурсів, але й матеріально-технічної бази галузі. Основною складовою матеріально-технічної бази туризму є засоби розміщення туристів, які забезпечують їх тимчасовим житлом і надають побутові та інші послуги під час подорожі. Поряд з основними послугами, засоби розміщення туристів можуть надавати такі додаткові послуги: медичні, обслуговування ділових зустрічей, посередницькі, спортивні, банківські тощо. Для покращення матеріально-технічної бази туризму необхідно модернізувати, технічно переоснащувати існуючі засоби розміщення туристів, а також будувати нові за сучасними проектами, впроваджувати інновації; організовувати тендери та цільові інвестиційні конкурси на право реконструкції та будівництва нових об'єктів туризму [20].

1.2. Класифікація туристичних ресурсів у розрізі привабливості

Успішна діяльність будь-якого підприємства на ринку значною мірою залежить від привабливості товарів чи послуг, які воно пропонує. У туризмі, як і в будь-якій іншій галузі економіки, для забезпечення ефективної діяльності та привертання уваги потенційних споживачів, першою чергою, необхідно повною мірою поєднувати основні фактори виробництва: землю, капітал і трудові ресурси. Специфіка туристичної галузі зумовлена використанням туристичних ресурсів, наявність яких визначає профіль освоєння певної території.

В законі України "Про туризм" [1] наведено таке визначення: "туристичні ресурси - це сукупність природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних та соціально-побутових ресурсів відповідної території, які задовольняють найрізноманітніші потреби туриста". На думку С.І. Поповича до туристичних ресурсів відносяться: природні ресурси - клімат, водні ресурси, мінеральні джерела та лікувальні грязі, рельєф, печери, рослинний і тваринний світ, національні парки й заповідники, мальовничі краєвиди, унікальні природні об'єкти тощо; історико-культурні ресурси, які включають: історичні, археологічні, етнографічні об'єкти та заклади культури; історичні, археологічні, архітектурні пам'ятки, твори монументального мистецтва; етнографічні особливості території, фольклор, центри прикладного мистецтва та ремесел; музеї, виставки, театри тощо; соціально-економічні умови та ресурси; економіко-географічне положення, транспортна доступність території, рівень її економічного розвитку, сучасна й перспективна територіальна організація господарства, рівень забезпечення обслуговування населення, трудові ресурси, розвиток транспортної мережі тощо [22].

До туристичних ресурсів, за твердженням І.М. Школи, належать: економічні; природні; кліматичні; культурно-історичні; трудові;  фінансові; соціальні; виробничі [24, c. 7].

З огляду на природне середовище привабливість певної території для туристів визначається наявністю таких факторів: красивого ландшафту і природних об'єктів; м'якого клімату і приємних природних умов; незабруднених природних водойм; сприятливої екологічної ситуації. Наприклад, сонячний клімат і величезні морські пляжі курортів Середземномор'я приваблюють найбільшу кількість туристів з усього світу. Насичення території природними ресурсами забезпечує задоволення певних потреб туристів і визначає розвиток конкретного виду туризму [23].

Становлення того виду туристичної діяльності, який базується на природних ресурсах, починається після виявлення, вивчення і оцінювання цих туристичних ресурсів.

Існує декілька видів оцінки природних туристичних ресурсів: технологічна - за функціональною придатністю ресурсів для певного виду рекреаційної діяльності; психологічна - в залежності від естетичної цінності; фізіологічна - за ступенем комфортності [6].

У залежності від наявних природних ресурсів можна розвивати певний вид туризму (рекреаційний, лікувальний чи розважально-відпочинковий).

Вивчення придатності рекреаційних ресурсів для використання їх у туризмі включає дані про якість природних умов, територію їх поширення та тривалість використання.

Оцінювання клімату полягає у вивченні якості середовища (суми температур, ефективних та радіаційних температур, абсолютних величин максимальних та мінімальних температур повітря, швидкості вітру тощо) та тривалості часу комфортних кліматичних умов. Для організації рекреаційного виду туризму необхідними є такі природні ресурси та явища природи, які мають комфортні умови для рекреаційної діяльності, і можуть використовуватись для організації відпочинку та оздоровлення. Це можуть бути: привабливі ландшафти (лісові; гірські; спелеологічні (печери); степові; прилеглі до природних водойм); сприятливий клімат; унікальні природні об'єкти.

Окрасою ландшафту є ліси, які мають не лише естетичну цінність, але й лікувальну. Перебування у лісі знімає стрес, дає можливість побути наодинці з первісною природою подалі від "цивілізації". У лісі можна ознайомитись з місцевою фауною, а ризик, що супроводжує зустрічі людини з небезпечними на волі хижаками, надає пікантності відпочинку та гострого відчуття.

Гірський рельєф виграє перед рівнинним не лише через особливу естетику, але й завдяки різноманітності туристичних ресурсів. Перебування в горах покращує самопочуття та підвищує працездатність. Гірське середовище тренує і загартовує організм, стимулює кровообіг та сприятливо діє на нервову систему. Це пояснюється тим, що на значних висотах зменшена загальна бактеріальна забрудненість повітря та збільшена іонізація. Сприятливим для здоров'я людини є перебування в горах на висоті до 4000м.

Вивчення гірської території для організації відпочинку передбачає врахування різноманітних факторів. З підвищенням абсолютної висоти місцевості температура повітря зменшується (в середньому на 0,5° С на 100 м підйому). З різного боку гір швидкість вітру змінюється, а в долинах вона найменша. Кількість опадів на схилах, обернених до моря різко зростає до висоти 300 м, потім зменшується до висоти 2000 м, далі знову зростає. Із зменшенням температури повітря збільшується його сухість. Загальні погодні умови на високогір'ях можуть різко погіршуватись. Наявність лісових масивів регулює тепловий режим, сприяє рівномірним опадам та закріплює грунти.

Прибережні зони морів та океанів, озер і рік сприятливі для туризму завдяки привабливому ландшафту, особливо у поєднанні з горами чи лісом.

При утворенні нових туристично-рекреаційних компонентів доцільно дотримуватись наступних вимог: придатність у психологічному відношенні; можливість розширення туристичної діяльності; необхідність пристосування до кліматичних умов місцевості [14].

Природні ресурси поділяють на первісні, що знаходяться у природному стані (ліси, океани, моря, ріки та озера); окультурені з допомогою технічних засобів (заповідники, заказники); штучно створені об'єкти (водосховища, насаджені ліси, ботанічні сади, дендропарки). Крім якості природних ресурсів оцінка придатності рекреаційної території для туризму включає дані про величину території поширення природних ресурсів та тривалості часу комфортних кліматичних умов [3].

Підвищенню привабливості природних умов для відпочинку сприяють несподіваність, екзотичність, неповторність та унікальність пейзажів [12].

Санаторно-курортне лікування (кліматичне, бальнеологічне чи грязеве) можливе, якщо на території є такі природні ресурси: лікувальні ресурси (мінеральні і термальні води, лікувальні грязі, озокерит і ропа лиманів); природно-кліматичні ресурси (моря, ріки та озера, гори, ліси).

Ландшафтну оцінку місцевості для розташування курорту здійснюють з урахуванням її функціональності та естетичного значення.

Класифікують курорти в залежності: від висоти (рівнинні; гірські); від наближеності до природних водойм (приморські; річкові; озерні); за рослинною зоною (лісові; степові).

При вивченні ландшафту території для організації лікувального курорту кожна його складова є визначальною. З лікувально-оздоровчою метою сприятлива місцевість, де можливі прогулянки з невеликим енергетичним навантаженням, щоб запобігти серцево-судинним хворобам, тренувати дихальну систему та опорно-руховий апарат.

Природні водойми (океан, море, озеро, річка) функціонально використовують для організації пляжно-купального відпочинку. Тривалість купального сезону визначають за кількістю днів у році з температурою повітря не нижчою від 17°С. На Чорному морі, наприклад, тривалість купального періоду - 120 днів. Крім тривалості купального сезону для оцінки сприятливості водного об'єкту для купання враховують такі чинники: тип берега (похилий, терасовий, крутий, заболочений); ступінь зручності підходу до води, розмір пляжної смути, її покриття (пісок, галька, трав'яний покрив, глина, торф); дно, наявність мілини (піщаний, гальковий, замулені піски, глина, намул) [12].

В умовах екологічно забруднених територій для привабливості території важливим фактором є санітарно-гігієнічний стан водойм. Розвиток урбанізації спричинив забруднення природних водойм. До того ж забруднюються вони не лише промисловими відходами, але й життєдіяльністю самих курортів.

Для привабливості території з точки зору курортолога важливі також естетичні якості ландшафту. Потреба в естетичній насолоді чи не найсильніший прояв духовної сфери життя людини. Оцінюючи природні ресурси, важливо дати їм психолого-естетичну характеристику, яка визначає емоційний вплив природного ландшафту на людину.

Такий фактор як біоклімат (вплив клімату на організм людини) може бути як позитивним, так і негативним. Позитивний фактор використовується в кліматотерапії. На відміну від метеорологічних, біокліматичні параметри виявляють комплексний вплив повітряних мас (температура, вологість повітря, швидкість вітру, атмосферний тиск) на організм людини [12].

Медико-кліматичний вплив оцінюється щодо наявності: комфортних умов, сприятливих для усіх відпочиваючих, і, першою чергою, ослаблених перенесеними захворюваннями; тренуючих умов, достатньо комфортних для здорової людини; подразнюючім умов, несприятливих для відпочинку і лікування усіх категорій відпочиваючих [12].

Привабливими для організації курортної зони є перші дві категорії.

Адаптація людини до нових кліматичних умов - також важливий фактор при виборі місця для відпочинку. Оптимальними умовами володіють місцеві курорти, що розміщені в одній кліматичній зоні з місцем проживання, де період акліматизації невеликий. Для підвищення привабливості території при організації курорту використовують такі сприятливі чинники: тривалий інсоляційний період; оптимальні термічний, вологий та вітряний режими для організації аеротерапії; стійка погода; тривалий купальний період; стійкий сніговий покрив [12].

Найдревнішими ресурсами, що використовуються у курортології, є мінеральні води, лікувальні грязі та озокерити. Згідно з законом України "Про курорти" (Розділ І, стаття 6) [2] до природних лікувальних ресурсів належать мінеральні і термальні води, лікувальні грязі та озокерит, ропа лиманів та озер, морська вода, природні об'єкти і комплекси із сприятливими для лікування кліматичними умовами, придатні для використання з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань".

Розрізняють мінеральні води за складом, ступенем мінералізації, температурою та кислотно-лужною реакцією. У склад мінеральних вод також входять гази (сірководень, вуглекислий газ, азот, метан, радон) і біологічно активні мікроелементи (залізо, йод, бром, бор) [12].

Крім традиційних лікувальних ресурсів у курортології використовують ще й такі: соляні шахти для галотерапії; перегріті гази і водяна пара, збагачені йодом та бромом; кумисолікування; апітерапія (використанням продуктів бджільництва); фітотерапія (використанням лікувальних трав) [11].

В залежності від наявності та освоєнності лікувальних ресурсів або поєднання кількох видів природних ресурсів визначають ступінь привабливості курорту. Чудові ландшафти з тривалим купальним сезоном (до 120 днів) і піщаними пляжами, оптимальний клімат у поєднанні з багатою гідромінеральною базою мають високу привабливість для туристів.

У якості природних ресурсів, що слугують базою для туризму, використовується безпосередньо земля як тверда поверхня планети, на якій споруджені історико-культурні пам'ятники, а також підприємства туристичної індустрії.

До об'єктів історико-культурної спадщини відносяться: пам'ятники історії (будівлі, споруди, пам'ятні місця); пам'ятники археології (городища, кургани, руїни древніх поселень, укріплень, древні місця захоронень, кам'яні скульптури тощо); пам'ятки містобудування та архітектури (архітектурні ансамблі та комплекси, площі, вулиці, споруди цивільного та промислового будівництва, військової та культової архітектури, народного зодчества, вироби монументального, образотворчого, декоративно-прикладного, садово-паркового мистецтва та природні ландшафти); пам'ятники мистецтва (твори монументального, образотворчого, декоративно-прикладного та інших видів мистецтва); документальні пам'ятники (акти органів державної влади та управління, інші письмові та графічні документи, кіно- та фотодокументи, стародавні рукописи та архіви, записи фольклорної музики та рідкісні друковані видання) [3].

У кожній місцевості можна знайти щось з цього списку, але туристично-привабливою територія стає тоді, коли є певна концентрація об'єктів історико-культурної спадщини. Важливо також довести потенційному туристу унікальність культури певного регіону. Для досягнення цієї мети необхідно творчо і розумно підійти до організації культурно-пізнавального туризму.

Оцінювання історико-культурних пам'ятників здійснюють у відповідності до Закону України «Про охорону культурної спадщини», характеристики та типології. У характеристику включають назву об'єкта, його місцезнаходження, маркування, ім'я власника, інформативні джерела про об'єкт, схему знаходження та короткий опис. Найважливіший етап оцінювання - типологія значущості. За основу типологічної оцінки беруть інформаційну суть культурно-історичного об'єкту - його унікальність, подібність до об'єктів певного виду, пізнавальне значення, зовнішню привабливість та кількість часу для огляду об'єкта. Ці характеристики лягли в основу якісної оцінки історико-культурних пам'яток, так як кількісний їх склад не завжди відображає цінність та привабливість для туриста. Таке оцінювання здійснив В.І. Мацола [17], який запропонував визначати рекреаційну значимість території за щільністю пам'яток історії та культури на одиницю площі. В основу оцінки пізнавальної цінності об'єктів історико-культурної спадщини Н.Ф. Полінова поклала рівень організації об'єктів для показу, час, який необхідний на їх огляд та віддаленість пам'яток від спостерігача.

Складовими, які впливають на туристичну привабливість території є такі її соціально-культурні елементи: образотворче мистецтво; музика і танці; народні ремесла; традиційні обряди; релігійні обряди; рівень індустріалізації; розвиток освіти та науки. Для популяризації мистецтва та демонстрації досягнень відомих художників організовують міжнародні виставки.

Архітектурні споруди, історичні пам'ятники, скульптурні ансамблі та музеї - це культурний потенціал регіону, який здатний підвищувати туристичну привабливість території. Старовинні замки, що є свідками історії, мають притягальну силу для сучасних туристів, а також служать безпосередньо як готелі. Як показує досвід країн Західної Європи, одним із найважливіших кроків у цьому напрямку є перетворення старовинних замків шляхом внутрішньої реконструкції у заклади сфери послуг: готелі, концертні або виставкові зали, підприємства індустрії дозвілля тощо. Релігійні пам'ятки приваблюють найбільшу кількість туристів. З усіх об'єктів туристичного показу - найбільша кількість є культовими спорудами [19].

Туризм відноситься до сфери обслуговування, яка є трудомістким сектором економіки. На зайнятість у туризмі впливає його зв'язок з іншими галузями економіки. В процесі розвитку туризму збільшується зайнятість у сфері виробництва (будівництво санаторіїв, виробництво інвентаря та сувенірів) та у невиробничій сфері (у самих лікувальних закладах, об'єктах побутового обслуговування тощо).

Привабливість туристичної території з точки зору трудових ресурсів залежить від їх кількості та рівня майстерності кожного працівника. Для підвищення аттрактивності території необхідно покращувати рівень підготовки спеціалістів для туристичної галузі та ліцензувати нові спеціальності для підготовки кадрів з вищою освітою. Разом з присутніми природними чи історико-культурними ресурсами людські ресурси формують рівень розвитку туристичного регіону.

Отже, найважливішими факторами формування туристичної привабливості території є природні ресурси та земля, на якій споруджують об'єкти туристичної інфраструктури. Наявність природних ресурсів на території є базою і визначає вид туристичної діяльності: джерела мінеральних вод дають можливість організувати лікувальний курорт; історико-культурні пам'ятники створюють базу для культурно-пізнавального туризму тощо [12].

Крім самих природних та антропогенних ресурсів важливе значення має їхня якість, що визначається за різними критеріями; також місце розташування; концентрація цих ресурсів і поєднання різних їх видів на одній території.

Розвинена інфраструктура в межах туристичної території забезпечує вищий рівень туристичної привабливості, ніж лише наявність туристичних ресурсів. Оптимальне поєднання таких факторів як природні, історико-культурні та трудові ресурси, а також інші додаткові складові цього процесу, визначає найвищий ступінь привабливості території для розвитку туризму.

Отже, формування туристичної привабливості території відбувається під впливом низки чинників, серед яких основу становлять природні та антропогенні туристичні ресурси, до яких відносяться історико-культурні, археологічні та архітектурні пам'ятки тощо. Наступний за важливістю чинник формування туристичної привабливості - матеріально-технічна база туризму, що включає засоби розміщення туристів і туристичну інфраструктуру. Додатковими факторами, що впливають на туристичну привабливість території є якісне довкілля та маркетингова політика, яку потрібно спрямовувати у регіональному напрямку, тобто використовувати для її реалізації теоретичні розробки з маркетингу місць [19].

1.3. Методи оцінки туристичної привабливості

Загалом туристично привабливою вважається територія, яка користується популярністю у туристів і перетворюється на відповідне територіальне туристичне поєднання у вигляді туристичного пункту, центру, вузла, району, регіону.

Таблиця 1.1

Існуючі методи оцінювання туристичної привабливості

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Назва методу | Сутність методу | Недоліки |
| 1 | 2 | 3 |
| 1. Метод сум | Отримання інтегральної рейтингової оцінки шляхом сумування відношень усіх вихідних показників до їх базових значень, тобто стандартизованих у певний спосіб показників | Проблематичність вибору базового показника при стандартизації |
| 2. Метод коефіцієнтів | Являє собою метод середньої геометричної за винятком добування кореня з виразу | Обернення на нуль однієї із складових робить інтегральну оцінку рівною нулю, до того ж у разі застосування останнього методу і добування кореня, що має парний ступінь, підкорінний вираз повинен відповідати умовні невід’ємності |

Продовження табл. 1.1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
| 3. Метод  середньої арифметичної | Отримання інтегральної рейтингової оцінки шляхом простого усереднення стандартизованих значень показників туристичної діяльності в регіоні: середня арифметична проста, середня арифметична |  |
| 4. Метод  суми місць | Розраховується за допомогою підсумовування рангів | Отримання некоректних результатів, оскільки показники мають різні характеристики, наприклад, масштаби та ступінь важливості |
| 5. Метод відстаней | Розраховується на базі (евклідової) метричної відстані – між значеннями показників досліджуваних туристичних регіонів та еталонним (точки-еталону в *n*-мірному просторі) | Ознаки можуть мати неточності; є ймовірною ситуація, коли за наявності ненормованих вісей два підприємства, що мають лише одну істотну ознаку, знаходитимуться на великій відстані в евклідовому просторі |

У таблиці 1.1 згруповано існуючий методичний інструментарій до оцінювання туристичної привабливості регіонів країни та виявлено їх недоліки.

Таблиця 1.2

Порівняльний аналіз існуючих методів оцінювання туристичної привабливості

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Автор | Сутність і характеристика методу оцінювання | Переваги | Недоліки |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Я.І. Виклюк,  О.І. Артеменко  [49] | Методи визначення туристичної привабливості із застосуванням підходів нечіткої логіки на основі отримання агрегованого показника, враховуючи різні види відпочинку, кількісні та якісні фактори, а також фактор сезонності | Можливість проводити оцінку одному та групі експертів | Відсутність потужного інструменту аналітики отриманих даних |

Продовження табл. 1.2

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Є.Т. Колендо  [66] | Методи визначення туристичної привабливості на основі використання моделі «попит – пропозиція» на туристичному ринку | Результати пропонува-лося використовувати при розробці стратегій розвитку малих поселень Республіки Білорусь | Недоцільність використання інформації з інтернет-ресурсів |
| Є.Д. Гадеудіна  [33] | Методи визначення туристичної привабливості на основі експертних оцінок, враховуючи рівень соціально-економічного розвитку регіонів, природно-кліматичних умов і рівнем розвитку інфраструктури | Обмеженість психологічного тиску на експерта, можливість максимального використання інди-відуальних здібностей експерта (учасників) | Невеликі можливості інструментарію при оцінюванні та наявність великого масиву вхідних да-них |
| У.М. Воєводіна  [9] | Методика оцінювання туристичної привабливості території для розвитку ділового туризму, що ґрунтується на основі визначення інтегрального показника та має 3 етапи | Можливість врахувати великий масив інформації | Придатний лише для одного виду туризму |

У таблиці 1.2 представлено порівняний аналіз існуючих методів оцінювання туристичної привабливості, визначивши переваги та недоліки кожної з методик.

Певні висновки про туристичну привабливість регіону можна зробити також на основі значущості туристичних мультиплікаторів. Розрізняють дві моделі розрахунку туристичних мультиплікаторів. До першої відносять туристичний мультиплікатор Арча та Оуена, що застосовується для оцінки впливу витрат туристів на дохід туристичних підприємств, зайнятість та імпорт. Друга модель – для розрахунку туристичного мультиплікатора «витрати – випуск» ґрунтується на зв’язку всіх секторів економіки в матричному вигляді.

Окрім традиційних методів оцінки (вартісного та бального), здійснюють і медико-біологічний. Так, за результатами такої оцінки можна встановити залежність фізіологічного стану людини від впливу метеорологічних чинників, виявити наявність сприятливих медико-біологічних умов для організації відпочинку, туризму, оздоровлення.

Привабливість природних туристичних ресурсів певної території підвищується за наявності екзотичних, неповторних та унікальних форм ландшафту, що по-особливому впливає на психологічний стан людини. Тому виявлення психо-естетичної привабливості таких територій - важливий засіб визначення емоційного впливу природного ландшафту на духовну сферу життя людини.

Найпопулярнішим критерієм оцінювання історико-культурних об'єктів, є їх привабливість та кількість часу для екскурсійного огляду.

Більшість методик оцінювання туристичної привабливості ґрунтується на експертних бальних оцінках, хоча існують й економічні оцінки історико-культурної спадщини території. За основу таких оцінок береться прямий ефект від експлуатації об'єктів у вигляді плати за вхід, екскурсійне обслуговування, а також диференційна рента за землю, де розташовані пам'ятки історії, культури. Тут важливо також виявити стан готовності матеріально-технічної бази галузі, зокрема готелей для прийому туристів, історико-культурних об'єктів (архітектурних ансамблів, замків, оборонних споруд) для огляду туристами і введення їх у пізнавально-туристичні маршрути.

Важливим засобом підвищення привабливості території є створення туристичного кластера як прогресивної форми територіально-виробничого об'єднання. На думку англійського дослідника М. Портера, кластер - це об'єднані за географічною ознакою групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників послуг, фірм у відповідних галузях, котрі не конкурують між собою, характеризуються спільною діяльністю та взаємодоповнюють одна одну. Відтак туристичний кластер - це добровільне територіальне об'єднання взаємопов'язаних туристичних підприємств і закладів, причому вони мають право на самостійну господарську діяльність. "Такі інтегровані територіально-галузеві об'єднання, - зазначає О. Музиченко-Козловська, - мають змогу краще розповсюджувати технології, інформацію, сприяють узгодженості дій між замовником та постачальником [20]. За допомогою туристичного кластера можна підвищити продуктивність праці, скоротити витрати на маркетингові дослідження при визначенні напрямків та місць організації нових видів туризму, а також сприяти впровадженню інновацій. Більшість учасників кластера не конкурують між собою, маючи спільні інтереси та можливості.

Зауважимо, що туристичний кластер може інтегрувати і суміжні галузі, які разом із головною галуззю об'єднані спільною метою - задоволенням потреб населення у туристичних послугах. Усе це поліпшуватиме використання туристично-рекреаційних ресурсів, удосконалюватиме організаційну структуру управління підприємствами та закладами, підвищуватиме ефективність обслуговування, що позитивно впливатиме на підвищення привабливості відповідного туристичного поєднання.

Вагомим чинником привабливості території в сучасних умовах життєдіяльності є стан навколишнього середовища (рівень екологічного забруднення, санітарно-гігієнічний стан водойм, повітря, ґрунтів). Неврахування цієї обставини може спричинити відчутні економічні втрати та зниження конкурентоздатності території на ринку туристичних послуг.

Туризм, порівнюючи з іншими галузями економіки, має суттєву перевагу: він може стати альтернативою підприємствам із екологічно небезпечними викидами. У такому випадку пріоритетний розвиток туризму забезпечуватиме сталий розвиток територій, зберігаючи їх природне та культурне середовище, а відтак - екологічну рівновагу, яка теж є важливим чинником підвищення його привабливості.

До актуальних заходів, спрямованих на охорону природного довкілля та підвищення привабливості туристичних територій, належить створення мережі заповідників і національних парків, де виробнича діяльність або обмежується, або забороняється. Приклад екологічно безпечного використання території та підвищення її привабливості - розвиток сільського зеленого туризму, де міський житель, відпочиваючи серед незайманої природи, стає її шанувальником і безпосереднім учасником традиційних свят, обрядовості тощо. Цей вид туризму особливо бажаний для віддалених гірських територій, бо він сприятиме їх розвитку та підвищенню популярності.

На якість навколишнього середовища впливають найрізноманітніші чинники. Для їх урахування та визначення рівня впливу кожного з них учені пропонуюєть чимало показників. О. Музиченко-Козловська, наприклад, використовує таку систему показників (хі): площа природних туристичних ресурсів; кількість антропогенних туристичних ресурсів (х2); кількість засобів розміщення туристів (ха); інвестиції в основний капітал готелів і ресторанів (х.); середній рівень цін на послуги у туристичних підприємствах (х5); якість рекламно-інформаційних послуг (хе); атрактивність історико-культурних пам'яток регіону(\*7); якість навколишнього середовища (хв); економічна привабливість регіону (х9); політична стабільність регіону (х 0).

Показники (хх-х6) кількісно вимірювані, а показники (хе-хІ0) встановлюють експертним способом. Статистичні показники, за якими оцінюється кожен чинник інтегрального показника рівня туристичної привабливості, мають різні одиниці вимірювання. Для того щоб їх можна було використовувати в один інтегральний показник, необхідно кожний статистичний показник перевести у стандартизований (відносний), який нівелюватиме різницю в одиницях вимірювання. За елемент порівняння приймають середнє значення кожного показника, де стандартизовані показники визначають як відношення значення фактичного показника до середнього його значення [20].

Інтегральний показник рівня туристичної привабливості території визначають як відношення суми всіх часткових індексів-показників до загальної суми цих показників за досліджуваними регіонами.

Інтегральну оцінку рівня туристичної привабливості О. Музиченко-Козловська пропонує проводити за шкалою [20]:

< 0,4 - незадовільний рівень;

0,4-0,6 - задовільний рівень;

0,6-0,8 - високий рівень;

0,8-1,0 - дуже високий рівень.

Підвищенню рівня привабливості території та стимулюванню розвитку туризму в регіоні повинен слугувати територіальний маркетинг. Під маркетингом території варто розуміти діяльність у регіоні, яку здійснюють з метою привертання інвестицій, орієнтації на потреби споживача та створення конкурентних переваг на користь відпочиваючого.

Територіальний маркетинг туризму має певні особливості. Він пов'язаний із розробкою рішень, котрі сприяли б нелише розвитку туристичного бізнесу, а й притяганню у регіон туристів і регулюванню їх потоків із урахуванням туристично-рекреаційного навантаження та стосунків із місцевим населенням задля досягнення такого рівня туристичної привабливості території, що забезпечуватиме збільшення і притоку туристів, і необхідних інвестицій.

Туристично-рекреаційне навантаження - це допустима кількість туристів та відпочиваючих на одиницю площі, які одночасно можуть перебувати на тій чи іншій території і не впливатимуть згубно на природне середовище. Норми туристично-рекреаційних навантажень найсуттєвіше залежать від виду природних комплексів та сезону їхньої експлуатації. Найбільшою стійкістю вирізняються приморські природні комплекси, а найменшою – низовинні.

Погоджуючись із результатами досліджень, вважаємо, що у процесі розрахунку туристично-рекреаційної лінійності доцільно враховувати і норму психологічного навантаження, порушення якої обумовлює зниження оздоровчого ефекту та привабливості території.

Вагомим чинником, який впливає на привабливість території, залишається політична стабільність. Вона може посилювати або послаблювати загальний імідж регіону й унаслідок цього впливати на економічну стабільність, чи, скажімо, економічну привабливість конкретної території.

Отже, туристична привабливість - це наявність такого туристичного потенціалу території, за експлуатації якого забезпечують оптимальне туристично-рекреаційне навантаження і повне збереження туристичних ресурсів та можливість отримання відповідного соціально-економічного ефекту без порушення екологічної рівноваги довкілля [20].

Висновки до розділу 1

Туристична індустрія настільки різноманітна галузь економіки, що у своїй діяльності охоплює прямо чи опосередковано до 50 галузей господарства, у тому числі транспорт, будівництво, торгівлю, громадське харчування, сільське господарство, житлово-комунальне господарство, культуру, мистецтво, спорт тощо. Для успішного управління розвитком туризму, необхідно дослідити значну кількість чинників, які впливають на привабливість певної території для туристів та визначити показники, за якими можна оцінювати її компоненти. Так як метою управління динамікою розвитку туристичної індустрії є створення умов для стабільного підвищення туристичної привабливості території, то ці показники покликані прогнозувати рівень розвитку туристичної галузі та дозволяти визначати цей рівень за усіма аспектами.

З допомогою туризму, певною мірою, можна задовольнити відносні потреби сучасної людини, серед яких потреба у відпочинку.

У класифікації видів туризму найважливішими класифікаційними ознаками є залежність від природних та антропогенних ресурсів.

Формування туристичної привабливості території відбувається під впливом низки факторів, серед яких основу становлять природні туристичні ресурси та антропогенні туристичні ресурси, до яких відносять історико-культурні, археологічні та архітектурні пам'ятки тощо. Наступний за важливістю чинник формування туристичної привабливості - матеріально-технічна база туризму, що включає засоби розміщення туристів і туристичну інфраструктуру. Додатковими факторами, що впливають на туристичну привабливість території, є якісне довкілля та маркетингова політика, яку слід спрямовувати у регіональному напрямку, тобто доцільно використовувати для її реалізації маркетинг місць.

Саме на основі оцінки туристичної привабливості регіонів країни державні органи можуть регулювати та визначати пріоритетні види туризму для селективного стимулювання розвитку регіонів, що сприятиме формуванню та просуванню туристичного продукту на національному та міжнародному ринках.

Методичні рекомендації щодо економічного оцінювання та регулювання туристичної привабливості регіону передбачають: оцінювання існуючої туристичної привабливості регіону з допомогою статистично-експертного методу; формування переліку можливих заходів щодо регулювання та підвищення туристичної привабливості регіону; маркетингові дослідження для прогнозування попиту на послуги туристичних підприємств регіону; оцінювання економічної ефективності функціонування туристичних підприємств регіону; оцінювання рекреаційної місткості та потенціалу туристичної галузі регіону; економічне оцінювання ефективності інвестування заходів щодо підвищення туристичної привабливості регіону та регулювання туристичної привабливості території шляхом коригування державних програм розвитку туризму у регіоні.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЗАСОБІВ ПІДВИЩЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ

2.1. Оцінка привабливості туристичних ресурсів України

Туристично-привабливою територією вважається місцевість, яка має у своєму розпорядженні природні, історичні, культурні та соціально- економічні ресурси. Вона повинна мати вигідне географічне розташування, налагоджену і ефективно функціонуючу туристичну інфраструктуру, матеріальну базу, якісну транспортну систему.

Туризм, як високодохідна галузь господарства, що динамічно розвивається, має величезне значення в розвитку регіонів, є джерелом доходів на державному і регіональному рівнях, сприяє створення робочих місць і збереженню природних і культурних цінностей регіонів.

Наявність великої кількості туристичних ресурсів, які має Україна не дають гарантії на успішний розвиток туристичної індустрії. Оцінка туристичної привабливості території є основою для формування туристичного бізнесу в регіоні, визначає особливості і структуру регіонального туристичного продукту, нові туристичні маршрути, формування пріоритетних напрямів інвестиційної політики.

Україна заробила статус країни з надзвичайно низьким рівнем інвести­ційної привабливості. Проте, всі потенційні та наявні інвестори відмічають високу прибутковість бізнесу та безліч нереалізованих можливостей в Україні. Першочерговим фактором привабливості для туристичного бізнесу є наявність у регіоні певного курортно-ресурсного потенціалу, який можна використати як конкурентну перевагу в процесі реалізації своєї стратегії.

Саме аналіз курортно-ресурсного потенціалу в залежності від пори року та очікувань клієнтів, а не конкурентів має бути одним із головних завдань організацій на шляху розробки власної стратегії розвитку. Це дозволить зосередитися на представленні клієнту дійсно ефективної послуги, на яку він очікував приїжджаючи до конкретного регіону.

Для оцінки курортно-рекреаційного потенціалу були вивчені такі фактори:

1. Кліматичні умови (за абсолютне значення приймалась середня кіль­кість теплих днів на рік).

2. Забезпеченість регіону природними ресурсами (наявність водних ресурсів, відсоток площі вкритої лісами; відсоток площі регіону, яку займають гори; наявність морських смуг).

3. Екологічний стан регіону (кількість викидів шкідливих речовин в атмосферне повітря стаціонарними джерелами забруднення).

4. Рівень транспортної інфраструктури. Рівень розвитку автомобільного та залізничного транспорту, можливість подорожувати річкою, здійснювати авіа перельоти.

5. Наявність природно-заповідного фонду (абсолютним показником була кількість об’єктів природно-заповідного фонду, до яких належать біосферні заповідники, національні природні парки, заказники загальнодержавного та місцевого значення, пам’ятки природи, заповідні урочища та інші природні об’єкти).

6. Наявність у регіоні об’єктів світового значення. До таких об’єктів можна віднести визначні місця віднесені до спадщини ЮНЕСКО, пам’ятки природи, культури, архітектури, історії.

7. Наявність у регіоні сучасних центрів розваг, розважальних закладів, ексклюзивних місць відпочинку.

8. Можливість формування цікавих туристичних маршрутів.

9. Розвиток сільського туризму.

10. Кількість п’ятизіркових готельних закладів.

11. Привабливість регіону з точки зору національних традицій. За абсолютний показник приймався склад українців в етнічній групі регіону.

12. Наявність рекреаційних факторів (до них відносяться джерела міне­ральних вод, лікувальні грязі, санаторії з лікувальними технологіями).

За результатами дослідження були отримані такі результати показники (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Рейтинг туристичної привабливості областей України за курортно – рекреаційним потенціалом

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Область | Значення показника конкурентоспроможності | Область | Значення показника конкурентоспроможності |
| Закарпатська | 0,531 | Черкаська | 0,361 |
| Івано - Франківська | 0,455 | Донецька | 0,354 |
| Київська | 0,446 | Вінницька | 0,349 |
| Одеська | 0,445 | Хмельницька | 0,327 |
| Херсонська | 0,443 | Житомирська | 0,308 |
| Чернівецька | 0,441 | Рівненська | 0,303 |
| Львівська | 0,423 | Дніпропетровська | 0,297 |
| Миколаївська | 0,415 | Сумська | 0,294 |
| Чернігівська | 0,407 | Запорізька | 0,293 |
| Волинська | 0,390 | Харківська | 0,290 |
| Полтавська | 0,377 | Кіровоградська | 0,261 |
| Тернопільська | 0,375 | Луганська | 0,229 |

Таблиця сформована на основі джерела [63].

Виходячи з наведених даних перші місця займають Закарпатська, Івано-Франківська, Київська, Одеська області. Приведені показники дають можливість проаналізувати наскільки ефективно використовуються існуючий курортно-рекреаційний потенціал як перевага в розробці туристичних пропозицій клієнту. Орієнтація та акцентування пропозиції на сильних факторах дозволить створити ефективну та конкурентоспроможну туристичну інфраструктуру регіону та прибутковий бізнес.

Глибоке дослідження рівня привабливості території України представлено в працях О.М. Музиченко-Козловської [20, 43], де представлено розширений перелік показників туристичної привабливості: географічне розташування, матеріально-технічно база туризму, маркетингова політика, якість довкілля, загальний імідж регіону. Однак, як зазначає сам автор, використання регресійного аналізу має недолік: на результуючий показник впливає не кожен окремий показник у їх сукупності, а усереднене його значення із сукупності показників за регіонами. Отож, для оцінки туристичної привабливості території необхідним є розробка та використання методики інтегрального показника, який формується шляхом згортання багатьох одиничних показників. До того ж при відборі показників зручним буде їх систематизація за окремими компонентами туристичної привабливості та подальше урахування взємозв’язків між ними з метою виключення з моделі неінформативних факторів. Для успішної оцінки туристичної привабливості регіону доцільно використовувати чинники, статичну інформацію яка містить кількісний характер та є легко досяжною.

Цікаву роботу з методики визначення компонентної структури природно-ресурсного потенціалу території України, проведення розрахунків по забезпеченню її населення окремими ресурсами і зведення до спільного знаменника інтегрального ресурсного потенціалу (на прикладі України) виконав В. П. Руденко.

Таблиця 2.2

Компонентна структура природно-ресурсного потенціалу економічних районів і областей України

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Територія | Сумарний  потенціал, %  від сумарного  по Україні | Потенціал ресурсів, % | | | | | |
| Міне­ральних | Вод­них | Земель­них | Лісових | Фауніс­тичних | Природних рекреа­ційних |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Донецько-Придніпровська | 49,4 | 50,9 | 8,4 | 32,7 | 1,4 | 0,4 | 6,2 |
| Дніпропетровська | 10,9 | 68,9 | 4,8 | 21,3 | 0,3 | 0,4 | 4,3 |
| Донецька | 12,3 | 72,8 | 4,8 | 16,8 | 0,4 | 0,1 | 5,1 |
| Запорізька | 3,9 | 20,4 | 20,1 | 49,7 | 0,7 | 0,7 | 8,4 |
| Кіровоградська | 3,0 | 10,8 | 11,9 | 70,3 | 1,6 | 0,6 | 4,8 |
| Луганська | 8,8 | 73,8 | 6,8 | 13,8 | 0,8 | 0,2 | 4,6 |

Продовження табл. 2.2

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Полтавська | 3,5 | 11,5 | 11,0 | 68,1 | 2,9 | 1,1 | 5,4 |
| Сумська | 2,7 | 3,4 | 15,9 | 65,3 | 7,6 | 1,1 | 6,7 |
| Харківська | 4,3 | 14,2 | 11,4 | 54,6 | 3,9 | 0,6 | 15,3 |
| Південно-Західна | 35,1 | 6,6 | 17,1 | 55,0 | 9,3 | 0,5 | 5,1 |
| Вінницька | 3,6 | 2,1 | 9,7 | 79,1 | 3,5 | 0,5 | 5,1 |
| Волинська | 1,7 | 1,0 | 18,0 | 55.2 | 16,2 | 0,4 | 9,2 |
| Житомирська | 2,9 | 5,5 | 15,9 | 59,8 | 12,6 | 0,7 | 9,5 |
| Закарпатська | 2,5 | 3,0 | 31,5 | 19,4 | 17,4 | 0,1 | 28,6 |
| Івано-Франківська | 2,2 | 7,5 | 33,3 | 24,1 | 17,6 | 0,1 | 17,4 |
| Київська | 4,0 | 3,8 | 12,3 | 59,5 | 5,5 | 0,5 | 18,4 |
| Львівська | 3,7 | 22,5 | 22,7 | 29,2 | 11,1 | 0,2 | 14,3 |
| Рівненська | 1,8 | 5,0 | 16,4 | 55,0 | 16,1 | 0,7 | 6,8 |
| Тернопільська | 2,1 | 1,2 | 13,6 | 75,0 | 4,7 | 0,2 | 5,3 |
| Хмельницька | 2,7 | 3,5 | 13,8 | 72,6 | 3,8 | 0,4 | 5,9 |
| Черкаська | 3,0 | 5,8 | 12,7 | 67,7 | 4,6 | 0,9 | 8,3 |
| Чернігівська | 3,6 | 10,8 | 12,9 | 59,1 | 6,7 | 1,0 | 9,5 |
| Чернівецька | 1,3 | 5,2 | 18,3 | 50,0 | 12,6 | 0,2 | 13,7 |
| Південний | 15,5 | 5,1 | 18,7 | 57,4 | 1,3 | 0,6 | 16,9 |
| Кримська | 6,0 | 10,0 | 19,3 | 39,0 | 1,8 | 0,3 | 29,6 |
| Миколаївська | 2,9 | 2,8 | 23,2 | 66,7 | 0,5 | 1,0 | 5,9 |
| Одеська | 3,7 | 1,8 | 11,1 | 71,8 | 1,3 | 0,5 | 13,5 |
| Херсонська | 2,9 | 1,6 | 22,7 | 67,1 | 1,0 | 1,2 | 6,4 |
| Всього по Україні | 100,0 | 28,3 | 13,1 | 44,4 | 4,2 | 0,5 | 9,5 |

Таблиця сформована на основі джерела [63].

За наведеними в таблиці 2.2 даними найбільшу частку в компонентній структурі ресурсів України займають земельні (44,4 % усього ресурсного потенціалу) і мінеральні (28,3 %) ресурси. Нижчою є частка потенціалу фауністичних (0,5 %) і лісових (0,5 %) ресурсів. Причому найбільший сумарний потенціал ресурсів мають Донецька (12,3 %), Дніпропетровська (10,9 %) і Луганська (8,8 %) області.

1) курортні (лікувально-оздоровчі) землі (території розповсюдження понад 400 джерел лікувальних мінеральних вод і 104 родовищ лікувальних грязей; території морських пляжів довжиною 1160 км; земельні ділянки 1059 санаторіїв і санаторіїв-профілакторіїв на 203 тис. місць);

2) рекреаційні землі (земельні ділянки 2380 закладів організованого відпочинку та туризму на 398 тис. місць; території масового короткочасного відпочинку населення у приміських зелених зонах; земельні ділянки дачних поселень та садівничих товариств);

3) землі природоохоронного фонду, який використовується для екологічного туризму та рекреації (території 5 національних природних парків, 10 регіональних ландшафтних парків, З біосферних заповідників, 1800 заказників, 500 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва тощо);

4) землі об'єктів історико-культурної спадщини (території розташування більше 125 тисяч пам'яток історії, археології, архітектури, етнографії та інші).

Для врахування усіх чинників та визначення ступеню впливу кожного з них на можливість підвищення туристичної привабливості територій України, необхідно розробити методичний підхід приведення великої кількості окремих показників до одного чи малої кількості узагальнюючих показників та на його основі провести оцінку туристичної привабливості регіонів України. Комплексний інтегральний показник дасть змогу порівняти потенціали розвитку різних туристичних територій та прийняти оптимальне рішення щодо можливості отримання соціально-економічного ефекту від їх розвитку.

Оцінка рівня туристичної привабливості груп регіонів України складатиметься з таких етапів: відбір показників туристичної привбливості регіонів за допомогою кореляційного аналізу; ієрархічний кластерний аналіз для визначення кількості кластерів (груп) областей; кластерний аналіз методом k – середніх; розрахунок вагових коефіцієнтів значимості показників туристичної привабливості регіону; розрахунок середньозважених критеріїв за підсистемами показників; розрахунок загального показника привабливості за всіма підсистемами показників по групам регіонів; аналіз результатів розрахунків. Виходячи з даного визначення, слід зазначити, що для утворення туристських кластерів доцільно обирати ті показники, які можливо навести у кількісній формі. Крім того, необхідно обрати показники, які характеризуватимуть привабливість різних видів туризму [39].

Отже, дослідження можливостей утворення туристського кластера, базуватиметься на чинниках, що об’єднують три підсистеми (ресурси, обсяг наданих послуг та підприємство). Для подальших розрахунків необхідно розуміти, як пов’язані між собою показники. Потрібно розуміти, чи впливають вони один на інший. В ході проведення кореляційного аналізу за допомогою парних коефіцієнтів кореляції Пірсона остаточно для аналізу було обрано наступні показники [39]:

підсистема «ресурси»:

r1 – територія, тис. км2;

r2 – адміністративно-територіальних одиниць, одиниць;

r3 – природно-ресурсний потенціал, %;

r4 – пам’ятники національного значення, одиниць;

r5 – пам’ятники місцевого значення, одиниць;

r6 – історичні поселення, одиниць;

r7 – природно-заповідний фонд, одиниць;

підсистема «обсяг надання послуг»:

o1 – кількість осіб, які оздоровлені у санаторно-курортних (оздоровчих) закладах, осіб;

o2 – оздоровлено протягом тривалого часу у санаторно-курортних (оздоровчих) закладах, осіб;

o3 – відпочивало протягом 1–2 днів у санаторно-курортних (оздоровчих) закладах, осіб;

o4 – чисельність дітей, які відпочивали влітку у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку, осіб;

o5 – кількість іноземних громадян, оздоровлених у санаторно-курортних (оздоровчих) закладах, осіб;

o6 – обслуговано приїжджих у готелях та інших місцях для короткотермінового проживання, усього, осіб;

o7 – перевезення пасажирів автомобільним транспортом, млн осіб;

o8 – відправлення пасажирів залізничним транспортом, тис.осіб;

підсистема «підприємство»:

p1 – санаторно-курортні (оздоровчі) заклади, оди­ниць;

p2 – кількість готелів, одиниць;

p3 – кількість номерів у готелях, одиниць;

p4 – мережа ресторанного господарства, усього, одиниць;

p5 – роздрібний товарооборот підприємств, млн грн.

Стандартизовані значення показників для проведення кластерного аналізу наведено в табл. 2.3 – табл. 2.5

Таблиця 2.3

Вихідні дані для проведення кластерного аналізу (підсистема «ресурси»)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Показник | r1 | r2 | r3 | r4 | r5 | r6 | r7 |
| 1 | Вінницька | 0,7958 | 0,7894 | 0,2927 | 0,2316 | 0,3204 | 0,4364 | 0,1250 |
| 2 | Волинська | 0,6036 | 0,5638 | 0,1382 | 0,2745 | 0,1433 | 0,3636 | 0,2500 |
| 3 | Дніпропетровська | 0,9580 | 0,7790 | 0,8862 | 0,0723 | 0,5252 | 0,1091 | 0,0000 |
| 4. | Донецька | 0,7958 | 0,6753 | 1,0000 | 0,0331 | 0,3397 | 0,1455 | 0,1250 |
| 5. | Житомирська | 0,8949 | 0,8677 | 0,2358 | 0,0993 | 0,2819 | 0,1818 | 0,0000 |
| 6. | Закарпатська | 0,3844 | 0,3159 | 0,2033 | 0,1838 | 0,1568 | 0,3455 | 0,0000 |
| 7. | Запорізька | 0,8168 | 0,4933 | 0,3171 | 0,0196 | 0,6367 | 0,1091 | 0,3750 |
| 8. | Івано-Франківська | 0,4174 | 0,4170 | 0,1789 | 0,1985 | 0,3122 | 0,4909 | 0,1250 |
| 9. | Київська | 0,8438 | 0,6136 | 0,3252 | 0,1373 | 0,4862 | 0,1455 | 0,3750 |
| 10. | Кіровоградська | 0,7387 | 0,5471 | 0,2439 | 0,0392 | 0,4586 | 0,1091 | 0,1250 |
| 11. | Луганська | 0,8018 | 0,4813 | 0,7154 | 0,0515 | 0,5537 | 0,1818 | 0,0000 |
| 12. | Львівська | 0,6547 | 1,0000 | 0,3008 | 1,0000 | 0,6290 | 1,0000 | 1,0000 |
| 13. | Миколаївська | 0,7387 | 0,4772 | 0,2358 | 0,0515 | 0,3804 | 0,0727 | 0,1250 |
| 14. | Одеська | 1,0000 | 0,6115 | 0,3008 | 0,1127 | 0,4317 | 0,2182 | 0,0000 |

Продовження табл. 2.3

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 15. | Полтавська | 0,8649 | 0,9642 | 0,2846 | 0,1042 | 0,3561 | 0,2364 | 0,3750 |
| 16. | Рівненська | 0,6036 | 0,5327 | 0,1463 | 0,1581 | 0,2603 | 0,2364 | 0,3750 |
| 17. | Сумська | 0,7147 | 0,7790 | 0,2195 | 0,1801 | 0,2146 | 0,2727 | 0,2500 |
| 18. | Тернопільська | 0,4144 | 0,5488 | 0,1707 | 0,2292 | 0,2797 | 0,5455 | 0,3750 |
| 19. | Харківська | 0,9429 | 0,9129 | 0,3496 | 0,1238 | 0,6717 | 0,2909 | 0,2500 |
| 20. | Херсонська | 0,8559 | 0,3610 | 0,2358 | 0,0846 | 0,4808 | 0,1273 | 0,0000 |
| 21. | Хмельницька | 0,6186 | 0,7531 | 0,2195 | 0,3027 | 0,2569 | 0,4364 | 0,3750 |
| 22. | Черкаська | 0,6276 | 0,4435 | 0,2439 | 0,0944 | 0,3865 | 0,2364 | 0,7500 |
| 23. | Чернівецька | 0,2432 | 0,2163 | 0,1057 | 0,1618 | 0,1744 | 0,2000 | 0,1250 |
| 24. | Чернігівська | 0,9580 | 0,7941 | 0,2927 | 0,2586 | 0,3916 | 0,2545 | 0,5000 |

Таблиця 2.4

Вихідні дані для проведення кластерного аналізу (підсистема «обсяг наданних послуг»)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Показник | о1 | о2 | о3 | о4 | о5 | о6 | о7 | о8 |
| 1 | Вінницька | 0,0726 | 0,0746 | 0,0120 | 0,5922 | 0,0126 | 0,1413 | 0,1874 | 0,2033 |
| 2 | Волинська | 0,0367 | 0,0341 | 0,0586 | 0,4175 | 0,0012 | 0,2037 | 0,1750 | 0,0663 |
| 3 | Дніпропетровська | 0,1637 | 0,1025 | 1,0000 | 0,7231 | 0,0000 | 0,4585 | 0,6500 | 0,4750 |
| 4. | Донецька | 0,2656 | 0,2559 | 0,2942 | 0,8044 | 0,0064 | 0,4715 | 1,0000 | 0,5413 |
| 5. | Житомирська | 0,0196 | 0,0203 | 0,0000 | 0,2587 | 0,0014 | 0,1403 | 0,1438 | 0,1466 |
| 6. | Закарпатська | 0,0945 | 0,0772 | 0,3095 | 0,5881 | 0,0147 | 0,2837 | 0,0933 | 0,1059 |
| 7. | Запорізька | 0,2214 | 0,2160 | 0,2015 | 0,3981 | 0,0220 | 0,1463 | 0,1552 | 0,2172 |
| 8. | Івано-Франківська | 0,0511 | 0,0336 | 0,2899 | 0,6317 | 0,0043 | 0,2284 | 0,1309 | 0,0809 |
| 9. | Київська | 0,0626 | 0,0615 | 0,0512 | 0,2866 | 0,0000 | 0,4355 | 0,2949 | 1,0000 |
| 10. | Кіровоградська | 0,0210 | 0,0127 | 0,1347 | 0,2861 | 0,0001 | 0,1226 | 0,1601 | 0,0116 |
| 11. | Луганська | 0,0550 | 0,0400 | 0,2533 | 0,4708 | 0,0001 | 0,2561 | 0,3048 | 0,1474 |
| 12. | Львівська | 0,3934 | 0,3995 | 0,1318 | 0,3776 | 0,1623 | 1,0000 | 0,3990 | 0,3886 |
| 13. | Миколаївська | 0,1382 | 0,1248 | 0,2778 | 0,2940 | 0,0488 | 0,3142 | 0,2580 | 0,0351 |
| 14. | Одеська | 0,3211 | 0,2921 | 0,6127 | 1,0000 | 0,2039 | 0,5871 | 0,3629 | 0,2411 |

Продовження табл. 2.4

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 15. | Полтавська | 0,0747 | 0,0706 | 0,1032 | 0,4255 | 0,0073 | 0,1845 | 0,1386 | 0,1945 |
| 16. | Рівненська | 0,0276 | 0,0274 | 0,0192 | 0,5037 | 0,0003 | 0,1786 | 0,1758 | 0,0864 |
| 17. | Сумська | 0,0149 | 0,0137 | 0,0255 | 0,4117 | 0,0002 | 0,1365 | 0,1589 | 0,1934 |
| 18. | Тернопільська | 0,0187 | 0,0175 | 0,0278 | 0,1799 | 0,0003 | 0,1446 | 0,1414 | 0,0719 |
| 19. | Харківська | 0,0674 | 0,0557 | 0,2113 | 0,8084 | 0,0026 | 0,4852 | 0,2747 | 0,5654 |
| 20. | Херсонська | 0,1627 | 0,1584 | 0,1557 | 0,5458 | 0,0217 | 0,3857 | 0,1472 | 0,0291 |
| 21. | Хмельницька | 0,0204 | 0,0209 | 0,0033 | 0,6384 | 0,0011 | 0,3569 | 0,2190 | 0,1170 |
| 22. | Черкаська | 0,0374 | 0,0321 | 0,0993 | 0,4566 | 0,0002 | 0,1775 | 0,1731 | 0,0634 |
| 23. | Чернівецька | 0,0071 | 0,0038 | 0,0539 | 0,3955 | 0,0000 | 0,1437 | 0,0731 | 0,0231 |
| 24. | Чернігівська | 0,0164 | 0,0157 | 0,0200 | 0,2692 | 0,0001 | 0,2083 | 0,1608 | 0,1606 |

Таблиця 2.5

Вихідні дані для проведення кластерного аналізу (підсистема «підприємство»)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Показники | р1 | р2 | р3 | р4 | р5 |
| 1 | Вінницька | 0,0551 | 0,1321 | 0,0747 | 0,6866 | 0,2229 |
| 2 | Волинська | 0,1434 | 0,1950 | 0,1393 | 0,5643 | 0,1851 |
| 3 | Дніпропетровська | 0,2408 | 0,7610 | 0,5841 | 0,7161 | 0,9731 |
| 4. | Донецька | 0,6103 | 0,4843 | 0,3243 | 1,0000 | 1,0000 |
| 5. | Житомирська | 0,0368 | 0,2767 | 0,1738 | 0,3557 | 0,1976 |
| 6. | Закарпатська | 0,1103 | 0,4214 | 0,2782 | 0,3152 | 0,2349 |
| 7. | Запорізька | 0,4044 | 0,1887 | 0,1630 | 0,4200 | 0,4218 |
| 8. | Івано-Франківська | 0,0643 | 0,2390 | 0,1758 | 0,3378 | 0,1909 |
| 9. | Київська | 0,1489 | 0,3522 | 0,2365 | 0,5243 | 0,4803 |
| 10. | Кіровоградська | 0,0754 | 0,1132 | 0,0951 | 0,2433 | 0,1741 |
| 11. | Луганська | 0,1360 | 0,6352 | 0,2981 | 0,4160 | 0,3593 |
| 12. | Львівська | 0,1985 | 1,0000 | 0,5936 | 0,9681 | 0,5904 |
| 13. | Миколаївська | 0,3768 | 0,7673 | 0,8128 | 0,2897 | 0,2238 |
| 14. | Одеська | 0,7868 | 0,5094 | 0,4592 | 0,5689 | 0,7077 |
| 15. | Полтавська | 0,0735 | 0,2830 | 0,1525 | 0,4282 | 0,2836 |

Продовження таблиці 2.5

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 16. | Рівненська | 0,0404 | 0,1447 | 0,1302 | 0,3482 | 0,1725 |
| 17. | Сумська | 0,0441 | 0,2264 | 0,1185 | 0,5012 | 0,1543 |
| 18. | Тернопільська | 0,0331 | 0,2390 | 0,1218 | 0,5348 | 0,2054 |
| 19. | Харківська | 0,1710 | 0,2642 | 0,1829 | 0,9224 | 0,7388 |
| 20. | Херсонська | 0,4210 | 0,8491 | 1,0000 | 0,2196 | 0,2019 |
| 21. | Хмельницька | 0,0294 | 0,1950 | 0,1212 | 0,5348 | 0,2054 |
| 22. | Черкаська | 0,1121 | 0,4088 | 0,2193 | 0,2428 | 0,2189 |
| 23. | Чернівецька | 0,0221 | 0,1950 | 0,1698 | 0,2115 | 0,1620 |
| 24. | Чернігівська | 0,0699 | 0,3836 | 0,1593 | 0,3540 | 0,1723 |

*У зв’язку з ситуацією на Україні, Автономна республіка Крим не роглядається у таблицях.*

Таблиці складені на основі Державних статистичних данних [63].

Кластеризацію областей України було проведено за допомогою програмного пакету SPSS Pasw Statistics 18 на основі статистичної інформації за останній рік [15]. Для визначення кількості кластерів використано ієрархічний кластерний аналіз, який показав стрибок значень коефіцієнтів на 18-й ітерації (з 1,486 до 2,086), отже, оптимальне число кластерів 4 [25].

Остаточний розподіл на кластери здійснено за методом к-середніх. Кількість спостережень у кожному кластері представлена у таблиці 2.6

Таблиця 2.6

Кількість спостережень у кожному кластері

|  |  |
| --- | --- |
| Номер кластеру | Кількість елементів в кластері |
| 1 | 18 |
| 2 | 1 |
| 3 | 2 |
| 4 | 3 |

Як видно з таблиці 2.6, є окремий кластер з однією областю – Львівською. Для перевірки можливості приналежності цієї області до одного в кластерів з іншими областями, були спроби зробити іншу кількість кластерів. Проте, за результатами, експериментуючи з різною кількістю кластерів, Львівська область все одно складала окремий кластер. Харківська і Дніпропетровська області увійшли у третій кластер, Миколаївська, Одеська та Херсонська області – у четвертий. Усі інші 18 областей увійшли в перший кластер [25].

Характеристики кожного з кластерів представлені в таблиці 2.7

Таблиця 2.7

Характеристики кластерів методом k-середніх

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показники | Кластер | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Кількість адміністративно-територіальних одиниць | 0,6020 | 1,0000 | 0,8460 | 0,4832 |
| Природно-ресурсний потенціал | 0,2261 | 0,3008 | 0,6179 | 0,2575 |
| Кількість пам’ятників національного значення | 0,1671 | 1,0000 | 0,0981 | 0,0829 |
| Кількість осіб, які оздоровлені у санітарно-курортних закладах | 0,0498 | 0,3934 | 0,1156 | 0,2073 |
| Обслуговано приїжджих у готелях та інших місцях для короткотермінового  проживання, усього | 0,2022 | 1,0000 | 0,4719 | 0,4290 |
| Санаторно-курортні заклади | 0,0915 | 0,1985 | 0,2059 | 0,5282 |
| Кількість номерів у готелях | 0,1581 | 0,5936 | 0,3835 | 0,7573 |
| Мережа ресторанного господарства | 0,4124 | 0,9681 | 0,8193 | 0,3594 |

Для того, щоб зрозуміти сильні та слабкі сторони кожної групи областей та зробити висновки, які групи кластерів найбільш туристично привабливі, потрібно знайти інтегральні індекси. Для детальнішого аналізу доцільно розрахувати інтегральні індекси трьома підсистемами відібраних показників («ресурси», «обсяг наданих послуг», «підприємство»).

Для розрахунку інтегральних індексів необхідно знати вагові коефіцієнти використаних показників туристичної привабливості, тобто значимість кожного показника порівняно з іншими показниками.

Для розрахунку вагових коефіцієнтів використовувався експертний метод. Була здійснена попарна оцінка ступеню важливості критеріїв. Це означає, що формується набір оцінок *i j y* , , де *у* показує у скільки разів *i*-й критерій важливіше ніж *j*-й. В результаті утворюється матриця *Y*. Елементи матриці повинні бути узгоджені за формулою (1) та відносно головної діагоналі зворотні (2) [25].



Отримано наступні значення вагових коефіцієнтів значимості табл.2.8

Таблиця 2.8

Вагові коефіцієнти показників туристичної привабливості

|  |  |
| --- | --- |
| Показники | Вагові коефіцієнти |
| Кількість адміністративно-територіальних одиниць | 0,199 |
| Природно-ресурсний потенціал | 0,368 |
| Кількість пам’ятників національного значення | 0,433 |
| Кількість осіб, які оздоровлені у санаторно-курортних закладах | 0,56 |
| Обслуговано приїжджих у готелях та інших місцях для короткотермінового проживання, усього | 0,44 |
| Санаторно-курортні заклади | 0,401 |
| Кількість номерів у готелях | 0,314 |
| Мережа ресторанного господарства | 0,284 |

В таблиці 2.8 представлено остаточні показники, що характеризують привабливість кожного кластеру

Таблиця 2.9

Інтегральні показники рівня привабливості груп областей за усіма

критеріями

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Підсистеми показників | Значення середньозваженого критерію для кластерів | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Ресурси | 0,276 | 0,743 | 0,438 | 0,227 |
| Обсяг наданих послуг | 0,117 | 0,66 | 0,272 | 0,305 |
| Підприємство | 0,204 | 0,541 | 0,436 | 0,552 |
| Інтегральний показник | 0,204 | 0,661 | 0,383 | 0,34 |

Виходячи з отриманих значень середньозважених критеріїв, можна зазначити, що найбільш туристично привабливим регіоном України є Львівська область [25].

Для інвесторів, які розраховують на швидке отримання прибутку, це найвигідніша область. У Львівській області налічується 148 (9,3% загальної кількості готелів та інших закладів для тимчасового проживання) готелів та інших закладів для тимчасового проживання. Крім того, у регіоні налічується 11081 (6,8%) місць у готелях та інших закладах для тимчасового проживання. Частка санаторно-курортних закладів області становить 3,9% (121 об’єкт). Також у Львівській області найбільша в Україні кількість пам’яток архітектури та містобудування національного значення – 794 об’єкти (19,3%). Природні, культурно-історичні та соціально-економічні туристично-рекреаційні ресурси зумовлюють високу відвідуваність Львівщини туристами.

Наступною групою регіонів за туристичною привабливістю можна назвати Харківську та Дніпропетровську області. Сильна сторона цієї групи областей – великий природно-ресурсний потенціал. Тому інвесторам може бути цікаве інвестування у розвиток екстремального та спортивно-оздоровчого туризму (області багаті на природні рекреаційні ресурси). Проте об’єм послуг у областях порівняно невеликий, тому можна рекомендувати розвивати місцевим органам влади або інвесторам об’єкти туристичного інтересу (побудова чи реконструкція архітектурних споруд чи пам’ятників національного значення). Також можливе розроблення інвестиційних пропозицій щодо створення на території Харківського регіону дестинацій історико-культурного туризму як великих тематичних парків, таких як: «Донецьке городище», «Харківська фортеця», «Слобожанське село» тощо. Такі парки мають стати провідниками реалізації програми з відродження, збереження та популяризації народних ремесел та промислів [16].

Група Миколаївської, Одеської та Херсонської областей мають трохи нижче значення середньозваженого критерію, ніж Харківська та Дніпропетровська області. Сильною стороною цих регіонів є, перш за все, унікальні природно-кліматичні умови, розташування біля морів та значна кількість культурно-історичних визначних пам'яток, відомих на увесь світ. Тут найбільший показник за кількістю санаторно-курортних закладів, ресторанів та готелів, але невеликий показник обсягу послуг. Отже, для розвитку туристичної привабливості потрібно покращити якість обслуговування, оскільки умови відпочинку для туристів мають вагоме значення. Це вигідно як для державних інвестицій, так і для іноземних. Необхідні ремонтні та реконструкційні роботи над відомими музеями (у Одеській області багато з них у незадовільному стані). Можливий розвиток екологічного туризму.

Остання група областей має низький рівень привабливості майже за всіми показника, тільки показник «ресурси» має трохи вишчий результат порівненно з іншими підсистемами. Але бідна інфраструктура, погана туристична інформованість, не наявність туристичний ресурсів, політична нестабільність та війна не дають цій групі областей називатися туристично привабливими [25].

2.2. Оцінка туристичної привабливості Луганської області

Луганська область – це промисловий регіон, основним джерелом доходів якого залишаються підприємства машинобудівної та металургійної галузі. Ця територія ніколи не була серед лідерів туристичного бізнесу [38].

На сьогодні з 18 районів Луганської області свої туристично-рекреаційні ресурси можуть запропонувати тільки 10 районів, а саме: Біловодький, Білокуракінський, Кремінський, Марківський, Міловський, Новоайдарський, Новопсковський, Сватівський, Старобільський та Троїцький райони. Ще два райони: Станично-Луганський та Попаснянський хоч і перебувають під контролем української влади, але безпосередня близькість до «лінії зіткнення» ворогуючих сторін та вже зараз неналежний стан наявної там житлово-комунальної інфраструктури не дають можливість розглядати їх навіть як потенційно привабливі території для розвитку туризму у найближчому майбутньому [37].

Тому, доцільно проаналізувати сучасний стан туристичної інфраструктури Луганської області. Статистика, щодо туристичних потоків з періода 2008 – 2016 представлена у таблиці (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Показники туристичних потоків Луганської області

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Роки | Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього | Із загальної кількості туристів: | | | Кількість     екскурсантів |
| іноземні туристи | туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон | внутрішні туристи |
| 2008 | 53279 | 126 | 15487 | 37666 | 21022 |
| 2009 | 44341 | 163 | 11584 | 32594 | 29940 |
| 2010 | 35880 | 162 | 13304 | 22414 | 20062 |
| 2011 | 15558 | 94 | 9284 | 6180 | 1854 |
| 2012 | 21981 | 120 | 12231 | 9630 | 6839 |
| 2013 | 34699 | 33 | 21709 | 12957 | 6684 |
| 20141 | 791 | 2 | 762 | 27 | - |
| 20151 | 939 | - | 872 | 67 | - |
| 20161 | 1896 | - | 1814 | 82 | - |

*1Без урахування частини зони проведення антитерористичної операції.*

Таблиця складена на основі джерела [61].

Отже, аналізуючи дані таблиці можно зробити такі висновки. Упродовж останніх 5 років відбувається значне зниження туристичного потоку за всіма показниками. І якщо до 2013 року була позитивна тенденція і рівень відвідування регіону виріс, то за 2014 рік, у зв’язку з подіями, які відбулися на території області, спостерігається спад майже на 97 % від загальної кількості туристів, обслугованих суб’єктами туристичної діяльності України.

Аналізуючи стан туристичної привабливості області неможна оминути увагою такі складові туристичної інфраструктури, як основні показники діяльності готелів та інших місць тимчасового проживання, санаторно-курортний комплекс, а саме санаторії-профілакторії, бази відпочинку та дитячі заклади оздоровлення і відпочинку (табл. 2.11 – 2.12)

Таблиця 2.11

Готелі та інші засоби тимчасового розміщення

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| Кількість готелів та інших місць тимчасового розміщення | 101 | 94 | 101 | 60 | 45 | 51 |
| Кількість номерів | 2476 | 2333 | 2691 | 1592 | 1261 | 1397 |
| Одноразова місткість, місць | 5789 | 5270 | 6028 | 2859 | 1749 | 2078 |
| Обслуговано приїжджих, тис. осіб | 102,0 | 70,7 | 90,4 | 95,9 | 90,8 | 101,9 |

Таблиця складена на основі джерела [61].

Судячи з даних табл. 2.11, у даній сфері туристичної діяльності також спостерігається негативна динаміка: за останні п’ять років більш ніж у двічі скоротилася кількість готелів, так само скоротився і номерний фонд, кількість обслужених туристів у 2013 році зменшилася порівняно з 2008. Нажаль, останні статистичні дані публікуються 2013 роком, тому ми не можемо проаналізувати стан готельного фонду за останні чотири роки.

Таблиця 2.12

Санаторно – курортний комплек: санаторії – профілакторії, бази відпочинку, дитячі заклади оздоровлення і відпочинку

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Санаторії - профілакторії | 25 | 22 | 18 | 17 | 2 | 1 | 3 |
| Бази - відпочинку | 44 | 39 | 34 | 26 | 3 | - | 1 |
| Дітячі заклади оздоровлення і відпочинку | 880 | 786 | 771 | 788 | 193 | 167 | 208 |

Таблиця складена на основі джерела [61].

Наступна складова туристичної інфраструктури – санаторно - курортній комплекс області. Статистичні дані за 2006 - 2016 рр ., також свідчать про скорочення кількості санаторіїв -профілакторіїв, баз відпочинку та дитячіх таборів майже у 1,5 рази. Основною проблемою цих показників є незадовільний стан будівель і територій, де розташовані заклади, відсутність зацікавлених інвесторів для вкладання необхідних коштів у розвиток об’єктів, необізнаність населення про заклади відпочинку, у наслідку чого заклади зачиняють за не наявністю туристичного потоку людей.

Луганська область може називатися туристично-привабливою територією бо вона має у своєму розпорядженні природні, історичні, культурні та соціально- економічні ресурси. Вона має вигідне географічне розташування, хоча у свою чергу неналагоджену і не ефективно функціонуючу туристичну інфраструктуру, неналежну матеріальну базу та неякісну транспортну систему. Для ефективної оцінки туристичної – привабливості рекреаційних ресурсів Луганської області була проведина комплексна оцінка рекреаційного потенціалу Луганської області за методикою Бейдика О.О. (табл. 2.13) [36].

При визначенні балу суспільно-географічного положення застосовувалась градація: 1 інтегруючий бал – 3-6 складові бали; 2 бали – 7-9; 3 бали – 10-11; 4 бали – 12-13; 5 балів – 14-15.

Таблиця 2.13

Інтегральна оцінка суспільно-географічного положення районів Луганської області

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Адміністративно- територіальні одиниці1 | Оцінка, бали | | | Сума складових балів | Інтегральна оцінка суспільно – географічного положення, бали |
| Стуеня сусідства | Положення відносно Чорного і Азовського моря | Положення відносно Дніпра і Сіверського Дінця |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Біловодський район | 4 | 1 | 1 | 6 | 1 |
| Білокуракінський район | 4 | 1 | 1 | 6 | 1 |
| Кремінський район | 5 | 1 | 1 | 7 | 2 |

Продовження табл. 2.13

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Марківський район | 4 | 1 | 1 | 6 | 1 |
| Міловський район | 3 | 1 | 1 | 5 | 1 |
| Новоайдарський район | 5 | 1 | 1 | 7 | 2 |
| Новопсковський район | 4 | 1 | 1 | 6 | 1 |
| Попаснянський2 район | 5 | 1 | 1 | 7 | 2 |
| Сватівський район | 4 | 1 | 1 | 6 | 1 |
| Старобільський район | 5 | 1 | 1 | 7 | 2 |
| Станично-Луганський район2 | 5 | 1 | 1 | 7 | 2 |
| Троїцький район | 3 | 1 | 1 | 5 | 1 |

1 *У таблиці непредставлені райони, які знаходяться на тимчасово окупованій території.*

2 *Ресурси Попаснянського і Станично-Луганського регіонів тимчасово не використовуються.*

Таблиця складена на основі джерела [8].

Інтегруючий бал природного блоку районів Луганської області визначався як сума складових балів оцінки спелеологічних, орографічних, рослинних, гідрографічних, тваринних, кліматичних ресурсів. При визначенні балу природного блоку застосовувалась градація:1 інтегруючий бал – 11-13 складових бали; 2 бали – 14-16; 3 бали – 17-19; 4 бали – 20-22; 5 балів – 23-25 (табл.2.14).

Таблиця 2.14

Інтегральна оцінка природних рекреаційно-туристських ресурсів Луганської області

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Адміністративно- територіальні одиниці1 | Оцінка ресурів, бали | | | | | | Сума складових балів природного блоку, бали | Інтегральна оцінка природного блоку, бали |
| Спелеологічних | Орографічних | Рослинних | Гідрографічних | Тваринних | Кліматичних |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |

Продовження табл. 2.14

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Біловодський район | 3 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 13 | 1 |
| Білокуракінський район | 3 | 3 | 5 | 1 | 1 | 2 | 15 | 2 |
| Кремінський район | 3 | 2 | 5 | 2 | 2 | 3 | 17 | 3 |
| Марківський район | 3 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 13 | 1 |
| Міловський район | 3 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 13 | 1 |
| Новоайдарський район | 3 | 2 | 5 | 2 | 2 | 1 | 15 | 2 |
| Новопсковський район | 3 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 13 | 1 |
| Попаснянський район2 | 3 | 3 | 5 | 3 | 1 | 3 | 18 | 3 |
| Сватівський район | 4 | 3 | 5 | 2 | 1 | 1 | 16 | 2 |
| Старобільський район | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 2 | 12 | 1 |
| Станично-Луганський район2 | 3 | 2 | 5 | 3 | 1 | 2 | 16 | 2 |
| Троїцький район | 3 | 3 | 5 | 1 | 1 | 1 | 14 | 2 |

1 *У таблиці непредставлені райони, які знаходяться на тимчасово окупованій території.*

2 *Ресурси Попаснянського і Станично-Луганського регіонів тимчасово не використовуються.*

Таблиця складена на основі джерела [8].

У наступній табліці представлена оцінка природно-антропогенних, архітектурно-історичних, інфраструктурних, біосоціальних та подієвих рекреаційно-туристських ресурсів

Таблиця 2.15

Оцінка природно-антропогенних, архітектурно-історичних, інфраструктурних, біосоціальних та подієвих рекреаційно-туристських ресурсів

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Адміністративно- територіальні одиниці1 | Оцінка ресурсів, бали | | | | |
| Природні - антропогенні | Архітектурно – історичні | Інфраструктурні | Біосоціальні | Подієві |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

Продовження табл. 2.15

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Біловодський район | 1 | 1 | 1 | 1 | - |
| Білокуракінський район | 1 | 1 | 1 | - | - |
| Кремінський район | 1 | - | 2 | - | 1 |
| Марківський район | 1 | - | 1 | - | - |
| Міловський район | 1 | 1 | 1 | - | - |
| Новоайдарський район | 1 | 1 | 1 | - | - |
| Новопсковський район | 1 | 1 | 1 | - | - |
| Попаснянський район2 | 1 | 1 | 2 | 1 | - |
| Сватівський район | 1 | - | 1 | - | 1 |
| Старобільський район | 1 | - | 1 | 1 | 1 |
| Станично-Луганський район2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Троїцький район | 1 | - | 1 | - | - |

1 *У таблиці непредставлені райони, які знаходяться на тимчасово окупованій території.*

2 *Ресурси Попаснянського і Станично-Луганського регіонів тимчасово не використовуються.*

Таблиця складена на основі джерела [8].

При визначенні балів природно-антропогенного, архітектурно-історичного, інфраструктурного, біосоціального та подієвого блоків виходили з того, що:

для природно-антропогенних рекреаційно-туристичних ресурсів: 1 бал – до 30,0; 2 бали – 30,0-60,0; 3 бали – 60,1-100,0; 4 бали – 100,1-200,0; 5 балів – понад 200,0 тис. га;

для архітектурно-історичних рекреаційно-туристичних ресурсів: 1 бал – до 20, 2 бали – 21-50, 3 бали – 51-100, 4 бали 101-150, 5 балів – понад 150 пам’яток;

для інфраструктурних рекреаційно-туристичних ресурсів: 1бал – 1-100, 2бали – 101-200, 3бали – 201-300, 4бали – 301-400, 5балів – понад 400 рекреаційно-туристських закладів;

для біосоціальних рекреаційно-туристичних ресурсів: 1 бал – до 20, 2 бали – 21-40, 3 бали – 41-60, 4 бали – 61-100, 5 балів – понад 100;

для подієвих рекреаційно-туристичних ресурсів: 1 бал – до 10, 2 бали – 11-20, 3 бали – 21-30, 4 бали – 31-40, 5 балів – понад 40.

Таблиця 2.16

Ресурсно-рекреаційний рейтинг районів Луганської області

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Адміністративно- територіальні одиниці1 | Оцінка блоку, бали | | | | | | | Сума складових балів ресурсно-рекреаційного потенціалу |
| Суспільно - географічного | Природнього | Природньо - антропогеннного | Архітектурно - історичного | Інфраструктурного | Біосоціального | Подієвого |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Біловодський район | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | - | 6 |
| Білокуракінський район | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | - | - | 6 |
| Кремінський район | 2 | 3 | 1 | - | 2 | - | 1 | 9 |
| Марківський район | 1 | 1 | 1 | - | 1 | - | - | 4 |
| Міловський район | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | - | - | 5 |
| Новоайдарський район | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | - | - | 7 |
| Новопсковський район | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | - | - | 5 |
| Попаснянський район2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | - | 10 |
| Сватівський район | 1 | 2 | 1 | - | 1 | - | 1 | 6 |

Продовження табл. 2.16

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Старобільський район | 2 | 1 | 1 | - | 1 | 1 | 1 | 7 |
| Станично-Луганський район2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 9 |
| Троїцький район | 1 | 2 | 1 | - | 1 | - | - | 5 |

1 *У таблиці непредставлені райони, які знаходяться на тимчасово окупованій території.*

2 *Ресурси Попаснянського і Станично-Луганського регіонів тимчасово не використовуються.*

Таблиця складена на основі джерела [8].

Аналіз матриці ресурсно-рекреаційного рейтингу районів Луганської області (табл. 2.16) свідчить про те, що найвищий бал (10 балів) отримав Попаснянський район та Кремінський, Станично-Луганський (9 балів). Ця група районів має найвищий рекреаційний рейтинг. Новоайдарський, Старобільський отримали (7 балів), що дорівнює середньому рекреаційному рейтингу. Низький та дуже низький рейтинги мають Сватівський, Білокуракинський, Біловодський, Міловський, Марківський, Троїцький та Новопсковський райони (6-4 бали). На основі ресурсно-рекреаційного рейтингу було створено картографічну модель (рис. 2.2) [36].





Рис. 2.2. Картографічна модель рекреаційних ресурсів Луганської області

Комплексна оцінка рекреаційного потенціалу Луганської області представлена в таблицях. За основу було взято п’ятибальну шкалу. Інтегральний бал визначався шляхом ранжування сум складових бальних оцінок, на основі якого було визначено рекреаційні райони та підрайони [40].

I. Рекреаційний район з високим рекреаційнимрейтингом– має найкращий рекреаційний потенціал, рекреаційні підрайони отримали максимальну кількість балів (10-9 балів). Він поєднує три підрайони: Попаснянський, Кремінський та Станично-Луганський, які мають пізнавально-оздоровчо-спортивно-лікувальна спеціалізацію рекреаційної діяльності. Елементи туристичної системи представлені найбільшими містами області: у Попаснянському районі – Лисичанськ (123,8 тис. осіб), Сєверодонецьк (122,6 тис. осіб), у Кремінському районі – Рубіжне (61,8 тис. осіб) [10, с. 271]. Є можливості для розвитку короткочасної та довготривалої рекреації та наявні установи курортно-лікувальної, пізнавальної та спортивної спеціалізації [40].

Можливості для розвитку курортно-лікувальної рекреації у виділеному районі представлені рекреаційною інфраструктурою курортно-лікувального типу: у Попаснянському районі (8 закладів), Кремінському (3) та Станично-Луганському районі (4 заклади) [10, c. 360], які функціонують на базі бальнеологічних ресурсів, а саме мінеральних вод, з яких у Попаснянському та Кременецькому районах по 1 джерелу родонових мінеральних вод не використовуються, у Станично-Луганському районі наявні 2 джерела лікувально-столової мінеральної води (села Золотарівка та Макарово). В с.Макарово ці води використовуються в діючому санаторії –профілакторії «Cосновий» (який тимчасово не працює) [40, 21].

Наявність значних за площею лісових ресурсів (123816,9 га – загальна площа за чотирма районами), а також р. Сіверський Донець дають змогу розвивати оздоровчо-туристичну рекреаційну діяльності, зокрема дитячий відпочинок у 244 дитячих оздоровчих таборах. Перспективним напрямом в Станично-Луганському районі є сільський туризм (зареєстровані сільські садиби м. Щастя, с. Болотене, тимчасово не працює) [21].

Для розвитку оздоровчо-спортивної рекреації традиційним є проведення туристичних зльотів. Значні за площею лісові ресурси зумовили розвиток мисливства (площа мисливських угідь за чотирма районами 9224,9 тис. га). Досить поширеним є також збирання грибів та рибальство.

Виділений район має можливості для розвитку пізнавальної рекреації. Загальна кількість об’єктів історико-культурної спадщини: Попаснянський район (254 з них 1 об’єкт національного значення), Станично-Луганський (423 з них 3 об’єкти національного значення) та Кремінський (249) [11].

II. Рекреаційний район з середнім рекреаційним рейтингом**–** має середній рекреаційний потенціал, який дорівнює 7 балам. Він поєднує підрайони: Новоайдарський та Старобільський підрайони (пізнавально-оздоровча спеціалізація).

Пізнавально-туристичний потенціал Старобільського району представлена 280 об’єктами культурної спадшини [11]. Серед природних рекреаційних ресурсів слід виділити р. Айдар, 94 озера (найбільша кількість в області) [36, с. 6], які сприяють розвитку оздоровчо-туристичної рекреації. В оздоровчо-лікувальній рекреації можливе використання запасів мінеральної води, які є найбільшими в області – 869 куб. м/добу [21].

Новоайдарський район досить насичений природними рекреаційними ресурсами (площа лісів становить 33928,6 га), що дає можливості для розвитку оздоровчо-спортивної рекреаційної діяльності, а пізнавально-туристична діяльність можливо на основі використання 103 об’єктів історико-культурної спадщини, серед яких 2 – об’єкти національного значення [11]. Перспективними напрямками розвитку рекреаційно-туристичної діяльності в данному підрайоні є екологічний туризм на основі створення нових екотуристичних маршрутів (пам’ятка природи державного значення «Айдарська тераса») та сільський туризм (діють сільські садиби в селах Дєнєжніково, Дубове) [65].

IІІ. Рекреаційний район з низьким рекреаційним рейтингом– об'єднує підрайони з низьким рекреаційним потенціалом, які отримали 6 балів. Він поєднує три підрайони: Сватівський, Білокуракинський (пізнавальна), Біловодський (спортивно-оздоровчо-пізнавальна) спеціалізації рекреаційна діяльність.

Сватівський та Білокуракинський райони мають можливості для розвитку пізнавального туризмом, використовуючи 201 та 404 об’єкти історико-культурної спадщини відповідно. Привабливими туристичними об’єктами Сватівского району є Преображенські печери в с. Преображенне, Новопавлівська криниця с. Новопавлівка, храм «Різдва Іоанна Предтечі». Оздоровча рекреаційна діяльність відбувається на р. Красна, сватівському водосховищі площею 200 га. Білокуракинський район представлений такими цікавими туристичними об’єктами як Білокуракинський краєзнавчий музей, музейна кімната історії с. Нещеретове, етнографічна музейна кімната с. Олексіївка [36].

Біловодський район має низький рекреаційний потенціал, але на його території знаходяться окремі унікальні туристичні об’єкти, яким немає аналогів на території області, окрім Міловського району. Цей район володіє унікальними можливостями для кінно-спортивного, оскільки тут діють 3 кінні заводи Деркульський, Лимарівський та Новоолександрівський, а використовуючи потенціал ботанічного заказника загальнодержавного значення Юницького можна розвивати пізнавальний, екотуризм, сільський туризм (зелені садиби смт. Біловодськ) [65].

V. Рекреаційний район з дуже низьким рекреаційним рейтингомвключає чотири підрайони: Міловський (спортивно-оздоровчо-пізнавальна спеціалізація в туризмі), Марківський, Троїцький (пізнавальна), Новопсковський (пізнавально-оздоровчо-лікувальна), які отримали 4-5 рейтингових балів. Рекреаційний потенціал Міловського району майже не використовується, але на його території знаходяться такі унікальні туристичні об’єкти як Стрільцівський кінний завод, а також відділення Луганського природного заповідника – Cтрілецький степ, де можливий розвиток екотуризму. Привабливим туристичним об’єктом Марківського району є Народний музей історії Марківського району. Троїцький район представлений такими об’єктами як Пам’ятний знак на честь 250-річчя селища і Троїцькою церквою (1820 р.) [36].

На території Новопсковського району знаходяться пам’ятки історії, культури, археології, працює Новопсковський краєзнавчий музей в смт. Новопсков та народний історико-етнографічний музей в смт. Білолуцьк. На териорії с. Риб’янцеве розташована страусина ферма. Головним санаторно-курортним закладом є санаторій “Перлина” [40].

Курортно-лікувальний туризм є одним з пріоритетних напрямів розвитку внутрішнього і іноземного туризму в області, одним з найбільш постійних видових туристичних ринків. Є і потенційні запаси лікувальних ресурсів, враховуючи їх якісні і кількісні характеристики, можуть бути основою створення інноваційного туристського продукту. Але існуюча матеріально-технічна база потребує значних капіталовкладень в розвиток і реконструкцію курортів, що діють, в розвідку і облаштування нових курортів, чому повинні сприяти інвестиційні проекти, розраховані не лише на зарубіжного, але і на вітчизняного інвестора. Потребують пильної уваги питання забудови курортів, розробка генеральних планів їх розвитку, економічне і фінансове забезпечення функціонування, процеси приватизації. Державний кадастр природно лікувальних ресурсів і курортних територій України, створений з метою інформаційного забезпечення моніторингу природних територій курортів і прогнозування можливих змін під впливом господарської діяльності, дозволить створити інноваційний курортно-лікувальний продукт як марок, що діють, які вже зарекомендували себе як в Україні, так і за її межами, так і нових курортів (при відповідному матеріально-технічному забезпеченні і інформаційно-рекламній підтримці), просувати цей продукт як на вітчизняному, так і на міжнародному туристичних ринках [35].

Територіально-функціональна структура Луганської області представлена 4 рекреаційними районами; центрами, які сформовані переважно у великих містах області; пунктами, сформованими на основі сполучення історико-культурних пам’яток та природно-рекреаційних ресурсів і використанні бальнеологічних ресурсів [36].

2.3. Маркетинговий аналіз туристичної привабливості України

Узагальнене бачення потенціалу привабливості туристичних ресурсів України генерує SWOT-аналіз (табл. 2.17).

Таблиця 2.17

Матриця SWOT-аналіз привабливості туристичних ресурсів України

|  |  |
| --- | --- |
| Сильні сторони | Слабкі сторони |
| 1. Сприятливі кліматичні умови  2. Розташування в географічному центрі  Європи.  3. Відносно стабільна екологічна ситуація.  4. Унікальні пам’ятки природи й історико – культурні пам’ятки.  5. Наявність природно – рекреаційних ресурсів: лікувальні мінеральні води, лісові, ландшафтні, гідрологічні об’єкти природно – заповідного фонду.  6. Сприятливе географічне розташування.  7. Позитивна динаміка розбудови матеріально – технічної туристично – рекреаційної бази (в т.ч. сучасного рівня).  8. Різноманітний етнічний склад населення, багатство культурної спадщини.  9. Розвиток курортно – рекреаційних зон.  11. Значна протяжність берегової лінії.  10. Розвиток зеленого туризму . | 1. Відсутність затверджених в установленому порядку природних територій рекреаційного значення, генеральних планів їх забудови та механізму освоєння територій.  2. Занедбаний стан історико-культурних  пам’яток.  3. Хаотична забудова історичних центрів.  4. Незадовільна якість матеріально-технічного облаштування об’єктів туристичної діяльності.  5. Структура туристичної пропозиції не  враховує всього потенціалу територій.  6. Відсутність планів розвитку регіонів.  7. Практично відсутні статуси курортів  державного та місцевого значення.  8. Недостатність системної організації інформаційно – рекламного забезпечення рекреаційного комплексу.  9. Відсутність ініціативності в створенні іміджу та брендуванні. |
| Можливості | Загрози |

Продовження таблиці 2.17

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Розвиток транскордонного туристичного співробітництва.  2. Удосконалення законодавчої бази.  3. Просування туристичного продукту України на міжнародному ринку через мережу дипломатичного корпусу.  4. Активізація внутрішнього туризму.  5. Покращення екологічного стану | 1. Дисбаланс екологічного стану через  антропогенний вплив, природні катаклізми, кліматичні умови  2. Висока конкуренція та агресивна політика країн зі схожими базовими даними (Туреччини , Хорватії, Чорногорії, Чехії)  3. Нестабільність економічної ситуації  4. Нестабільність політичної ситуації  5. Нестабільність законодавчої та нормативно – правової бази. |

Таблиця сформована на основі джерел [63, 30]

Туристична привабливість України визначається унікальним поєднанням природно-рекреаційних ресурсів, історичної спадщини та розгалуженості санаторно-курортної бази. Україна має всі передумови для створеннята унікального туристичного продукту, проте низка перепон перешкоджає реалізації цих планів. Насамперед це чинники управлінського, економічного, екологічного, соціального та культурного характеру [30].

Держава у процесі розвитку туризму відіграє важливу роль і має провести колосальну роботу зі створення сприятливих умов для розвитку туристичних ресурсів. Зараз законодавчого підґрунтя для легітимного функціонування суб’єктів підприємницької діяльності немає, культурний ресурс країни сприймається за радянськими стереотипами. У просуванні та розвитку туристичного напряму та брендуванні України мало використовується інформаційний ресурс.

Природно-культурний ресурс потребує державного контролю за екологічною ситуацією та станом збереження культурних пам'яток. Природоохоронні органи не мають реальних важелів впливу. Для ознайомлення з туристичними можливостями регіонів як всередині країни, так і за її межами недостатньо масштабно використовується інформаційний ресурс. Хаотична архітектурна забудова в історичних центрах знецінює культурологічне значення нашої спадщини і порушує історичний ландшафт, заважаючи його загальному сприйняттю, і це питання дедалі більше загострюється. Вимагає подальшого вирішення проблема максимального екологічного навантаження на окремі регіони та необхідна розробка передумов рівномірного розподілу туристичного потоку, сформованого на базі досліджень в розрізі попиту на види туризму в регіонах та їхньої екологічної доцільності.

Гармонійному розвитку галузі заважає також низька туристична культура як населення, так і туристів, а також недостатня обізнаність про економічні можливості туризму в регіонах. Бракує висококваліфікованих спеціалістів, а участь навчальних закладів в розбудові українського туризму низька [30].

Важливою складовою маркетингової політики є створення власного бренду країни. Туристичний бренд формують як складову національного бренда. Адже часто туристична привабливість країни є основним чинником сприйняття її у світі. Тому об’єктом туристичного брендингу стає не лише туристичний продукт, пропонований у країні, але й сама країна як товар. Туристичний брендинг передбачає формування переваг (туристичної привабливості) місць туристичного призначення в процесі управління іміджем та промоцією туристичної привабливості міста чи країни за допомогою туристичного бренда, який складається з візуального образу та гасла.

Соціологічною групою "Рейтинг" у 2009 р. проведено соціологічне опитування щодо туристичної та інвестиційної привабливості українських міст. Уцілому опитано 2000 респондентів у всіх регіонах України, які репрезентують доросле населення України віком від 18 років. Опитування було проведено у формі особистого формалізованого інтерв'ю (face to face). Квотами у виборці були: макрорегіон, національність, освіта, матеріальне становище, вік, стать, зайнятість і тип населеного пункту, у якому проживає респондент. Похибка репрезентативності дослідження не перевищує 3% [27].

За результатами соціологічного опитування, Київ і Львів визнані найпривабливішими для туризму містами України. Дві третини опитаних українців (64,2%) віддали першість Києву, майже половина (48,6%) - Львову, більше третини (38%) - Одесі. Інші великі міста країни одержали менше 10% симпатій. Київ визнали найпривабливішим для туризму практично в кожному регіоні України, крім півдня, де найкращим містом назвали Одесу. Львів високо оцінили на заході, у центрі, на півночі та сході України, Одесу – на півдні й у Донбасі, Харків - тільки на сході, Донецьк - тільки на Донбасі.

Важливою складовою розвитку туризму в Україні є брендування країни. В 2014 році Державним агентством України з туризмом та курортів спільно з робочою групою у складі команди «ВікіСітіНоміка», дизайн-студії «Королівські митці» та агентства «Brandhouse» було розроблено новий туристичний бренд України. Туристичний бренд – це частина системної програми з популяризації України на світовій арені та активізації розвитку національної туристичної індустрії. Туристичне позиціонування країни має давати туристам вагому причину приїхати саме в Україну. Буква «U» (від англ. Ukraine) об'єднує різні символи і малюнки: бандуру як символ української музичної традиції, рок-гітару— символ популярної течії в сучасній музиці, творчість, таланти і яскраві елементи, що розкривають душу українського народу. А основний слоган Ukraine: It’s all about U має подвійне значення: з одного боку, його можна перекласти як: «Україна: це все про тебе», з іншого,— значення цього слогану: «Це все про Україну» [34].

Візуальний огляд та ознайомлення з матеріалами Brand Book туристичного бренда України дає змогу стверджувати: логотип не привабливий; не відображає основних цінностей держави; спрощено символізує основні атрибути держави (відсутні кольори національного прапора); надто схематичний, не запам’ятовується і не асоціюється саме з Україною. Розроблений туристичний бренд України потребує нелише удосконалення, але й промоції. Оскільки туристичний бренд є лише частиною національної політики пропаганди вітчизняної туристичної галузі, для досягнення мети підвищення іміджу України та збільшення кількості туристів, – необхідно впроваджувати сучасні маркетингові засоби просування, тобто розробити та реалізувати стратегічний план національного туристичного брендингу.

Висновки до розділу 2

У ході дослідження проаналізовано особливості українського туризму і підтверджено, що в Україні існують культурно-історичні, природно-географічні, соціально-економічні туристичні ресурси. Виявлено незадовільний стан туристичної інфраструктури, яка обслуговує туристично рекреаційної системи. За допомогою кластерного аналізу сформовано зони туристичної привабливості.

Проведена комплексна оцінка рекреаційного потенціалу Луганської області показала, що найвищий рівень рекреаційно – туристського ресурсозабезпечення мають Попаснянський, Станично – Луганський та Кремінський райони. Рекреаційно – ресурсодефіцитними районами є Міловський, Марківський, Новопсковський та Троїцький райони. Територіальна структура туристичної рекреаційної системи представлена 5 рекреаційними районами, 1 обласним вузлом, центрами, які сформовані переважно у великих містах області; пунктами, сформованими на основі сполучення історико-культурних пам’яток та природно-рекреаційних ресурсів і використанні бальнеологічних ресурсів.

Маркетинговий аналіз проведений за допомогою SWOT – аналізу виявив плюси і недоліки, які у першу чергу впливають на привабливість туристичних ресурсів України. Аналіз туристичного бренду показав, що наявний туристичний бред України потребує удосконалення її візуальної частини та покращення його просування. Формувати туристичний бренд країни пропонуємо за таким алгоритмом: формування ідеї бренда; оцінювання туристичного потенціалу країни за такими факторами, як географічне розташування (природні і антропогенні ресурси), інфраструктура туризму (засоби розміщення, інвестиції), маркетингова політика (ціни, інформаційне забезпечення), якість довкілля, загальний імідж країни (політична ситуація, економічна стабільність, безпека); розроблення логотипу, гасла і brand book; аналізування цільової аудиторії, позиціонування бренда, розроблення стратегії просування бренда на національному та міжнародному рівнях.

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ

3.1. Алгоритм підвищення привабливості туристичних ресурсів України

Проаналізувавши стан туристичних ресурсів України, ми пропонуємо такий алгоритм вирішення проблем пов’язаних з підвищенням привабливості туристичних ресурсів України (рис. 3.1.).

  
Рис. 3.1. Алгоритм підвищення привабливості туристичних ресурсів України

Розглянемо детальніше етапи, які в комплексі становитимуть алгоритм оцінювання туристичної привабливості регіону [19].

I етап. Оцінювання існуючої туристичної привабливості регіону з допомогою статистично-експертного методу.

Визначивши та обгрунтувавши перелік показників, які впливають на туристичну привабливість регіону, необхідно здійснити оцінювання існуючої туристичної привабливості регіону.

II етап. Формування переліку можливих заходів щодо підвищення туристичної привабливості регіону.

Заходи щодо підвищення туристичної привабливості регіону формуватимуться за такими напрямами:

підвищення привабливості природних туристичних ресурсів та історико – культурних пам’яток шляхом раціонального та бережливого їх використання, враховуючи рекреаційне навантаження;

здійснення реконструкції та модернізації матеріально – технічної бази туризму, у тому числі історико – культурних пам’яток;

створення необхідної інфраструктури, в тому в тому числі автомобільних доріг, та покращення стану існуючих;

належне інформаційне забезпечення та рекламування туристичних ресурсів;

підтримка органами влади та створення сприятливих умов для роботи приватного сектора у сфері обслуговування та занять народними промислами;

забезпечення підготовки висококваліфікованих нових та підвищення кваліфікації наявних трудових кадрів для туристичної галузі шляхом, створення системи спеціалізованих навчальних закладів;

підвищення якості довкілля;

формування системи дій маркетингової стратегії щодо конкретних туристичних послуг в межах регіону, спрямованих на приваблення туристів.

III етап. Проведення маркетинговій досліджень з метою планування попиту на внутрішньому ринку туристичних послуг.

Першим кроком у реалізації програми дій щодо регулювання та підвищення туристичної привабливості території буде проведення маркетингового дослідження з метою визначення існуючого та планування в перспективі попиту на послуги підприємств туристичної та суміжних з нею галузей регіону. У процесі маркетингового дослідження також важливо визначити рівень поінформованості та необхідну кількість коштів для належного рекламування туристичного регіону.

IV етап. Оцінювання економічної ефективності функціонування туристичних підприємств регіону.

Туристична індустрія є своєрідною галуззю економіки, яка об'єднує у своїй діяльності велику кількість суміжних галузей, що тісно взаємозв'язані. Фактично на сьогодні в Україні туристична галузь не виділена в окрему галузь економіки. Хоча такі галузі як санаторно-курортна, готельна, рекреаційна доцільно об'єднати в одну туристичну галузь для полегшення організаційної, управлінської та інвестиційної діяльності щодо їх розвитку, а також державного регулювання цими галузями.   
Підвищення рівня туристичної привабливості туристичних ресурсів можна досягти через інвестування. Доцільність реалізації таких інвестиційних проектів можна оцінити за сукупним економічним, соціальним та екологічним ефектом від їх реалізації.

До соціального ефекту в результаті підвищення рівня туристичної привабливості туристичних ресурсів можна віднести: задоволення споживчих потреб населення у відпочинку, санаторно-курортному оздоровленні, туристичному обслуговуванні та підвищення якості цих послуг; забезпечення додаткових робочих місць у сфері туризму та суміжних з ним галузях, збереження етнічної та культурної спадщини народу.

Використання природних ресурсів у туристичній галузі сприятиме виникненню екологічного ефекту у результаті підвищення якості навколишнього природного середовища, шляхом запровадження природоохоронних заходів та раціонального і бережливого використання природних ресурсів, у чому зацікавлені у туристичній галузі.

V етап. Оцінювання рекреаційної місткості та потенціалу туристичної галузі регіону.

Для запобігання зниження ефекту оздоровлення та відпочинку при здійсненні туристичної діяльності слід враховувати норми рекреаційного навантаження на відповідні території. Рекреаційне навантаження - це допустима кількість відпочиваючих на одиницю площі, які одночасно можуть перебувати на певній території після її пристосування до рекреаційних потреб, яка не викликає негативних наслідків у природному середовищі. Норми рекреаційного навантаження залежать, в основному, від особливостей ландшафтної будови, функціонального використання території та сезону року.

Оцінювання ресурсного потенціалу передбачає аналіз наявності природних, історико-культурних туристичних ресурсів, матеріально-технічної бази та інфраструктури туризму, а також рівня їх використання.

Результатом аналізу ресурсного потенціалу та можливостей туристичної індустрії регіону має стати визначення шляхів раціонального використання та підвищення привабливості наявного природно-ресурсного та історико-культурного потенціалу; прогноз кошторисних витрат задля модернізації існуючої та розширення нової матеріально-технічної бази та інфраструктури туризму; прогноз витрат на створення навчальних центрів для підвищення кваліфікації та навчання трудових кадрів; прогноз витрат на достатнє інформаційне забезпечення та рекламування туристичної галузі регіону, що, в кінцевому підсумку, дасть можливість розробити ефективні інвестиційні проекти для підвищення туристичної привабливості регіону.

VI етап. Економічна ефективність інвестування коштів у програму заходів щодо підвищення рівня туристичної привабливості території.

За результатами попередніх етапів дослідження розробляється інвестиційний проект щодо підвищення рівня туристичної привабливості регіону. Для його успішної реалізації необхідно запланувати розміри коштів за усіма розділами програми. Визначення необхідної кількості інвестиційних коштів залежить від економічної ситуації на ринку. Проводячи маркетингове дослідження визначено, що попит на послуги туристичних підприємств України за останні роки виріс, але цей ріст недостатній.

Наступним кроком інвестиційного проекту щодо підвищення рівня туристичної привабливості регіону буде визначення ефективності програмних заходів.

Основними показниками, за якими можна визначити, які заходи доцільно запроваджувати для підвищення рівня туристичної привабливості регіону можуть бути: термін окупності інвестиційних вкладень та коефіцієнт загальної ефективності капітальних вкладень.

VII етап. Регулювання туристичної привабливості території шляхом коригування державних програм розвитку туризму у регіоні.

Отже, методичні рекомендації щодо економічного оцінювання туристичної привабливості регіону передбачають:

оцінювання туристичної привабливості регіону за допомогою статично – експертного методу;

формування переліку можливих заходів щодо підвищення туристичної привабливості регіону;

маркетингові дослідження для планування попиту на послуги туристичних підприємств регіону;

оцінювання економічної ефективності функціонування туристичних підприємств регіону;

оцінювання рекреаційної міскості та потенціалу туристичної галузі регіону;

економічне оцінювання ефективності інвестування заходві щодо підвищення туристичної привабливості регіону та регулювання туристичної привабливості території шляхом коригування державних програм розвитку туризму у регіоні [19].

3.2. Брендинг та транскордонне співробітництво, як засіб підвищення привабливості турисичних ресурсів

Незважаючи на ресурсну забезпеченість та безмежні потенційні туристичні можливості, Україна на даний час не має можливості конкурувати з розвинутими туристичними державами. Для раціонального і ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів України необхідно сформувати туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму та курортів і розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний туристичний продукт [4].

Єдиний шлях розв’язання системних проблем у сфері туризму та курортів - це стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України. Тому 16 березня 2017 року Кабінет Міністрів України схвалив нову Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року.

Один з напрямів “Маркетингова політика розвитку туризму та курортів України” передбачає формування позитивного іміджу України як привабливої для туризму країни, що сприятиме збільшенню туристичних потоків до України, шляхом:

Створення та ведення іноземними мовами туристичного Інтернет-порталу “Відвідай Україну” (“Visit Ukraine”) із представленням у єдиному форматі достовірної та актуальної інформації про туристичні можливості регіонів та міст України [4].

17 травня 2017 в Україні розпочав роботу перший туристичний портал **Zruchno.Travel [68].** Портал об'єднав сервіси для подорожей, базу туристичних ресурсів, напрямків та місць, де кожен українець зможе знайти для себе підходяще місце відпочинку, після чого кожен бажаючий зможе залишити свої відгуки про готель, ресторан чи навіть додати пам'ятку культури, якої поки немає на порталі. Перший національний туристичний портал Zruchno.Travel об'єднає всі діючі вітчизняні туристичні об'єкти. Даний портал об'єднує всі діючi туристичні об'єкти: від водоспадів і музеїв, ресторанів і кафе, до заповідників і паркових ансамблів. Це портал, який створений українцями і розповідає про всі принади нашої країни. Його головна мета полягає у розвитку внутрішнього туризму [69].

Формування та реалізація конкурентоспроможних національного та регіонального туристичних продуктів, що сприятиме зростанню попиту на туристичні послуги, збільшенню надходжень від реалізації туристичних послуг до державного та місцевих бюджетів шляхом [4]:

створення національної мережі туристичних брендів України (області, райони, міста, територіальні громади, курорти, туристичні території);

Насьогодні в Україні вже є позитивний опит створення брендів населених пуктів і територій. За останні роки багато міст, сел та територій створили свої унікальні туристичні бренди. Кожний бренд має свою унікальну концепцію.

Найуспішнішим брендом на сьогодні є логотип міста Львова. Основою брендингу Львова стала концепція «відкритості». На логотипі міста зображено п’ять кольорових веж: дзвіниця Вірменського собору, вежа Корнякта, міська ратуша, вежа Латинської катедри, дзвіниця монастиря Бернардинів, які символізують багату архітектурну спадщину міста, різноманітність культур, національностей, конфесій, які існували в місті від часу його заснування. Під зображенням веж напис «Львів відкритий для світу», який є девізом міста. На давніх зображеннях Львова вежі завжди домінують в урбаністичному просторі, цю традицію продовжено в сучасній емблемі міста [27]. Майже всі обласні центри регіонів України оримали свої власні туристичні бренди (Додаток И). Вийнятком є міста Луганської та Донецької області, та декомунізоване місто Кіровоград (нине Кропівницький).

Також, і невеликі міста, які мають туристичні ресурси створюють свій унікальни бренд міста. Одне з перших міст, яке отримало свій вланий бред є Кам’янець – Подільський. "Знайди свій скарб у Кам'янці" – так звучить гасло Кам'янця-Подільського для туристів, інвесторів та бізнесменів. Кам'янець-Подільський не можна уявити без славнозвісного старого замку - унікальної оборонної споруди XI-XVII ст., побудованої на скелястому мисі біля вузького перешийка через річку Смотрич, могутньої твердині з 11 башт, з'єднаних високими мурами. Саме ці сематичні та смислові символи покладені в основу розробки бренда та логотипа міста: Кам'янець, що позиціонує себе як острів скарбів, що готовий приймати потік відвідувачів. На основі соціологічного опитування мешканців та відвідувачів Кам'янець-Подільського були визначені кольорова гама, символи та предметне наповнення бренд-бука [27]. До міст де є власний бренд відносяться: Біла Церква, Умань, Бердянськ, Маріуполь, Мукачево, Коломия та інші.

Брендування території впливає на потік туристів до регіону, міста чи села. Росте туристична привабливість не тільки конкретного міста, але і території, місця чи туристичних ресурсів. Було виявлено, що майже на всіх логотипах міст розміщують найпривабливіші туристичні ресурси території, міста чи села. Наприклад на логотипі Луцька розмістилась популярна туристична атракція – Луцький замок, на Івано – Франківському логотипі розмістили ратушу. Головним туристичних ресурсом міста Дніпра є ріка Дніпро, яка і нанесена на логотип міста.

На Україні майже кожне село володіє туристичними ресурсами, тому все частище сільські громади або ініціативні групи починають створювати туристичні бренд села. Першим селом, яке отримало свій власний бренд стало село Татарів у Івано – Франківській області. Тому не дивно, що вже сьогодні був створенний такий соціальний проект «BRANDVILLA» [70], який займається брендуванням українських сіл. Зусиллями дизайнерів, громади селищ та місцевих жителів було своренно бренди таким селам як: Червона діброва та Ломачинці у Чернівецькій області, Славське у Львівській області та Травневе в Тернопільській області (рис.3.2.-3.4). Наступним селом яке отримає власний бред стане Олексіївка Херсонської області.



Рис. 3.2. Логотим Рис. 3.3. Логотип села Рис. 3.4. Логотим села

села Травневе Червона Діброва Татарів

Насьогодні Луганщина не має власного, чіткого туристичного бренду, який позиціонував область з туристичної сторони. Тому доцільно створити власний туристичний бренд Луганщини. Нами був розроблений сучасний туристичний бренд області, на основі туристичних ресурсів області. Один із основних ресурсів краю – це природа: безкрайні степи, повноводні ріки, величні терикони. Відпочинок на природі, саме в зелених садибах, набуває популярності серед міського населення крупних міст – мегаполісів. Прожити декілька діб сільськи життям, набратися сил та оглянути красу краю – усі ці послуги предоставляють зелені садиби Луганщини. Тому за основу бренди було взято взято концепція відпочинку на природі і фразу «Відпочинь душею». На логотипі розмістилась схематична зелена садиба, яка знаходиться між зеленими полями і блакитним небом. Основним кольором логотипу був вибраний нейтральни зелений колір, який характеризує спокій і рівновагу (Додаток К).

Для підвищення привабливості туристичних ресурсів по всьому світі створюються транскордонні маршрути. В Україні у рамках програми транскордонного співробітництва Польща – Білорусь – Україна 2014 – 2020, зорієнтованого на розвиток туризму Карпатського регіону та збереження пам’яток історико – культурної спадщини, буде організовано 10 туристичних маршрутів. **Транскордонний паломницький маршрут,** який має стати інструментом промоції спільної історико-культурної спадщини в українсько-польському прикордонні. «Коли ми говоримо про паломницький маршрут, то маємо ідентичні заходи в Польщі. Зокрема, в Підкамені зробимо 3d-візуалізацію, QR-код пам’яток, щоб люди змогли набагато легше і швидше отримати доступ до церков та монастирів», – пояснила **виконавчий директорк Асоціації органів місцевого самоврядування «Єврорегіон Карпати-Україна» Галина Литвин.** Також переможцем серед проектів став **«Рове Лове Розточчя»**– разом попри кордони. «Плануємо втілити в життя промаркований маршрут з велодоріжками, в майбутньому облаштуємо ще сервісні центри для підкачки коліс та інформаційні таблички для туристів», – зазначила Галина Литвин. Також, за її словами, буде створений  сучасний візит-цент в особливому архітектурному стилі та цікавою покрівлею із трави, де молодь та школярі зможуть вивчати те, що знаходиться на території Розточчя. **Єднає нас Буг** – утворення двох транскордонних байдаркових туристичних маршрутів. Окрім цього, ще реалізуватимуть проект **«Світ карпатських розет»**. «Оскільки, центр культурного розвитку карпатських областей, серед них львівська Тустать, Косів – видатний гуцульський центр на Івано-Франківщині, і на Закарпатті село Количава, маємо створити там таке середовище, як було колись». Також, за словами пані Литвин, будуть проводити різноманітні майстер-класи, – кулінарі, вишивки, мистецтва та інші заходи із збереження унікальності культури Карпат. **Сцена Галичини** – наша спільна історія – промоція української культури та польської культури у рамках співпраці Польського дому у Львові та Українського дому у Перемишлі [69].

3.3. Інноваційний туристичний маршрут

Створення привабливого туристичного продукту - найважливіший засіб реалізації маркетингової стратегії. При створенні туристичного продукту необхідно чітко розуміти, що в дійсності будуть купувати туристи. Маршрут туру відіграє велику роль у створенні на ньому необхідної привабливості, задоволенні побажань та інтересів туристів.

Туристичний маршрут «Шляхами незвіданої Луганщини» розрахований для дітей шкільного віку (10-16 років), студентів та студенів іноземців. Маршрут радіальний з поверненням у м. Северодонецьк, здійснюється за такими населеними пунктами Северодонецьк – Айдар – Миколаївка – Старобільськ – Шульгінка – Городище – Криничне – Мілове – Тишківка – Новопсков – Осинове – Мілуватка. Тематичний маршрут «Місцями незвіданої Луганщіни», тривалістю 6 днів та 5 ночей розрахований на групу від 15 до 20 чоловік (дітей), 2 людини (дорослі: вчитель, керівник гуртка, батьки) у супроводженні. Розміщення у готелі «Мир» у номері по 4 людини в кімнаті є ванна кімната, холодильник, телевізор, харчування за системою HB (half board) — напівпансіон —сніданок і вечеря, безкоштовний чай, кава, вода надає ресторан готелю «Мир» (Додаток І) , обід за маршрутом надають заклади харчування «Наш дворик» смт. Новоайдар, «Козеріг» смт. Новопсков та зелені садиби: зелена садиба Главацьких «Домівка Майсрів» м. Старобільськ, зелена садиба «Добрі люди» с. Шульгінка, зелена садиба «Моя мрія» с. Городище – усі продукти харчування виготовлені та вирощені на територіях садиб з дотримань усіх санітарних норм і маркуються, як еко продукти.

Транспортне обслуговування за маршрутом відбувається автобусним перевізником «Трансмарін» м. Київ, вул. Автотранспортна, 1, transmarim.com.ua, +38(044) 5762255, +38(050) 3122210. Компанія «Трансмарин» була вибрана, як найкраща, бо має великій досвід в організації екскурсійного обслуговування дитячих шкільних груп.

Страхуванням на маршруті займається компанія «Провідна» м. Северодонецьк, пр-кт. Гвардійський 47/110, 0645700737.

На маршруті здійснюється туристичне обслуговування: гідом – екскурсоводом.

Туристичне обслуговування за маршрутом проходить з травня по жовтень. Під час літніх канікул (осінніх канікул) та шкільних практик, у період найменшої навчальної завантаженості.

Тематичний туристичний маршрут «Шляхами незвіданої Луганщини», проходить містами та селами, де колись жили запорізьки та донськи козаки, німецьки, сербські та лемківські переселенці. Столицею анархічної республіки Нестора Махна, про скарб якого у місті Старобільську доси ходять легенди. Почуємо легенди про скарби, людей і тварин краю, побачимо красу ландшафтів, скуштуємо цілющі води, відчуємо себе козаками – захисниками і все це «Шляхами незвіданої Луганщини».

**Програма туру**

День 1

м. Северодонецьк – с. Айдар – Миколаївка – с. Пурдовка – м. Северодонецьк

Зустріч групи у 9:00 біля готелю «Мир» вул. Лисичанська 1, заселення у готель, 10:00 відправлення групи за маршрутом. Прибуття у 11:00 до с. Айдар – Миколаївка, екскурсія «Баранячі лоби – Айдарська тераса». Обід 13:00 – 14:00 смт. Новоайдар, кафе «Наш дворик», вул. Банківська, 29. Трансфер до с. Пурдовка. 16:00 екскурсія по еко – базі «Лимон Банан» с. Пурдовка вул. Молодіжна, 5а. Трансфер до Северодонецька. Вечеря 19:00 у ресторані готелю «Мир». Вільний час.

День 2

м. Северодонецьк – м. Старобільськ – с. Шульгінка – м. Северодонецьк

Сніданок 8:00 у ресторані готелю «Мир». 9:00 трансфер до м. Старобільська. 10:30 пішохідна екскурсія Старобільськом. Обід 13:00 у зеленій садиби Главацьких «Будинок майстрів», вул. Бурляя, 55, участь у майстер – класах з лозоплетіння, різьби по дереву, писанкарства. Трансфер 15:00 до с. Шульгинка зелена садиба «Добрі люди» вул. Партизанська, 24, участь у народних гуляннях та обрядах. 18:00 вечеря у зеленій садибі «Добрі люди». 19:00 трансфер до м. Северодонецька. Прибуття до готелю «Мир» у 20:15.

День 3

м. Северодонецьк – с. Городище – с. Новодеркул – м. Северодонецьк

Сніданок 8:00 у ресторані готелю «Мир». 9:00 – 11:15 трансфер до ботанічного заказника «Юницький» між с. Городище та с. Першотравневе, екскурсія до заказника. Обід 13:00 с. Городище садиба «Моя Мрія» вул. Підгірна, 66. 14:00 – 14:15 трансфер до с. Новодеркул, екскурсія на Деркульський кінний завод. 16:30 трансфер до м. Северодонецьк. 19:00 вечеря у ресторані готелю «Мир».

День 4

м. Северодонецьк – с. Криничне – смт. Мілове – с.Тишківка – м. Северодонецьк

Сніданок 7:00 у ресторані готелю «Мир». 7:30 трансфер до с. Криничне, 10:00 екскурсія до заповідника «Стрільцівський степ». 12:00 трансфер до смт. Мілове, 12:30 відвідування вистави Козачого кінного театру «Лугарі» смт. Мілове, вул. Луначарського, 155. Обід проходить на території театру. 15:00 трансфер до с. Тишківка, 16:15 екскурсія до с. Тишківка. 17:00 трансфер до м. Северодонецьк. Вечеря 19:30 у ресторані готелю «Мир».

День 5

м. Северодонецьк – смт. Новопсков – с. Осинове – м. Северодонецьк

Сніданок 8:00 у ресторані готелю «Мир». 8:30 трансфер до смт. Новопсков, 10:15 екскурсія Новопсковом, «Слобожанське подвір’я – Краєзнавчий музей», гора Пристін і джерело Солонка. 13:00 обід у кафе «Козеріг» вул. Леніна, 74. Трансфер до с. Осинове 14:00, екскурсія селом Осиновим та геологічної пам’яткої природи «Осиновські піщаники». 16:00 трансфер до м. Северодонецьк. Вечеря 18:00 у ресторані готелю «Мир».

День 6

м. Северодонецьк – с. Мілуватка – м. Северодонецьк

Сніданок 8:00 у ресторані готелю «Мир». 8:30 трансфер до с. Мілуватка, 10:00 екскурсія с. Мілуватка, екскурсія до парку – пам’ятки садово – паркового мистецтва «Мілуватський водолій» с. Мілуватка. Трансфер до м. Северодонецьк у 13:00. Прибуття до готелю «Мир» 14:30, виїзд з готелю.

Розглянемо туристичні ресурси, які представлені у програмі туру (Додатки Й, Ї):

**Баранячі лоби – Айдарська тераса**

Баранячі лоби – геологічна пам’ятка природи місцевого значення,унікальні скельні відслонення мергелю кампанського ярусу верхньо крейди заввишки 50 м поблизу с. Айдар-Миколаївка Новоайдарського району. Відслонення мергелю знаходяться на високому правому березі річки Айдар. На території пам'ятки численні скелі. З висоти відкривається дивовижний вид на заплавні дубрави Айдарської тераси, пашні села Айдар-Миколаївки та ріку Айдар. Вночі Баранячі лоби перетворюються на природну обсерваторію, з яких відкривається дивовижний вид на зірки. У підніжжя скель у 1993 році був встановлений пам’ятник жертвам голодомору 1933 – 1934 років.

Новоайдарський район славиться своєю природою, район включає 7 об’єктів природно-заповідного фонду, серед яких пам’ятник природи державного значення «Айдарська тераса». Ліс заплавних вікових дібров, який має площу – 100,0 га, розкинувся у долині ріки Айдар. Тваринний світ представлений лисицею, зайцем-русаком, єнотом уссурійським, свинею дикою, а рослинний – дубом, кленом, осокою, ожиною, очеретом, конвалією травневою, рястою Буше, тюльпаном дібровним та лілеєю білою.

**Старобільськ.**

Місто було засновано у 1686 році. Старобільськ – це місто міфів, наприклад є міф, що у річці Айдар утоплена скульптура половецького золотого коня. По річним берегам раніше проходила сакми (шлях) через які татари робили набіги на південні рубежі Російської держави у ХІV – XVII століть. На Монастирські вулиці знаходиться архітектурний пам’ятник – жіночий монастир, заснований у другій половині ХІХ століття.

За одною із легенд у місті сховані скарби Нестора Махно, який підписав з Троцьким перемир’я, де одним з пунктів говорилось про відведення території для створення анархічної республіки. У 1920 році у Нестора Махно виникла ідея зробити Старобільськ своєю столицею.

Вважається, що саме Старобільськ став прототипом міста Старгорода у романі І.Ільфа та Є.Петрова «12 стульев». Тому в місті встановлені пам’ятники Остапу Бендеру попереду будівлі колишньої жіночої гімназії, нині Луганський державний університет ім. Тараса Шевченка та Кісі Воробьяненову у старобільському сквері біля арки двох поверхового будинку, на розі центральної площі міста, де до революції була двірницька у підвалі, та на балконі котрого обідали Ільф і Петров.

На місці колишнього воєнного аеродрому під телевежею знаходиться автозаправка, біля якої розгортаються дії роману «Ворошиловград» популярного українського письменника Сергія Жадана, а 2017 році у Старобільську проходили зйомки фільму «Ворошиловград».

А ще у Старобільську можна відпочити у курортній зоні соснових лісів, санаторіїв, дитячих таборів та цілющою води.

**Зелена садиба Главацьких «Домівка Майстрів»**

Садиба розташована у м. Старобільську, на вул. Бурляя, 55. Створена Валерієм та Лізою Главацьких з метою об’єднати через зелений туризм творчих людей: художників, майстрів народних художніх промислів, студентів мистецькознавських факультетів, усіх тих, кому не байдуже національне надбання народу. Запрошуються творчі люди, в том числі із-за кордону. "Домівка Майстрів" розташована на березі річки Айдар в зеленому гаю. Одночасно на садибі з усіма зручностями можуть розташовуватися 20 в будинку і 40 чоловік на спеціально пристосованому сіннику. Відпочинок в мальовничому місці, а головне, спілкування творчих споріднених душ надає унікальну можливість для народження новихідей та вирішення нових творчих задач. Мається майстерня для майстер класів, виставковий зал та торгівельний комплекс "Ярмарок", де можна купити і продати роботи майстрів.

**с. Шульгинка, Старобільський район**

На лівому березі річки Айдар, розкинулося велике село Шульгинка. Через усю Шульгинку між м'якими, зеленими ніби оксамитовими берегами зі сходу на захід тече Айдар, невеличка річенька Шульга, яка ділить село на дві майже рівні частини. Шульгинка утопає в зелені, а на околиці села знаходиться сосновий бір. Є в Шульгинці і свій оберіг - лелеки. На перехресті вулиць Веселої та Миру стоїть стара башта, ось на ній і збудували своє гніздо лелеки. Їх приліт, для селян, є запорукою вдалого року.

**Зелена садиба «На узліссі», с. Шульгинка, вул. Лесна, 42**

Гостьовий дім на 9 чоловік оформлений у етнографічному стилі знаходиться на березі Айдару. На території садиби знаходиться пасіка, де проводиться дегустація меду. Відвідувачам пропонують трьохразове харчування зі свіжих продуктів власного виробництва, парне молоко та свіжоспечений хліб.

**Зелена садиба «Добрі люди», с. Шульгинка, вул. Партизанська, 24**

Це справжній куточок української самобутньої культури у селі Шульгинка. Для проживання пропонуються два старинних будиночка в українському стилі з етнографічними експонатами та предметами народного промислу. Поряд з садибою росте сад фруктових дерев і вікова могуча липа. На території садиби проходять народні гуляння, які організовує народний ветеранський хор «Надвечір’я».

**Деркульський кінний завод, с. Данилівка, Біловодський район**

Творцем Деркульського кінного заводу є Катерина ІІ, яка 22 квітня 1765 року підписала відповідний наказ. Деркульський кінний завод – один із найстарших на території колишньої Російської імперії і точно перший на Україні. А окремі його елементи – єдині у своєму роді. Основною спорудою комплексу є велика будівля тренерських стаєнь з червоної цегли зі склепінчастими перекриттями та «Японський манеж». Сама споруда виконана у стилі класицизм - це данина поваги засновниці заводу Катерині II. Навіть сама форма будівель з висоти пташиного польоту виглядає у вигляді монограми Е II. Це і врятувало завод від бомбардування пілотів Люфтваффе під час Великої Вітчизняної Війни. Німецькі льотчики навідріз відмовилися бомбити Деркульський кінний завод, так як Катерина за походженням була німецькою принцесою, і фашисти вважали неможливим будь-яким чином занечищення її пам'яті. Сьогодні в Деркулі вирощують українську верхову породу.

**Ботанічний заказник «Юницького», поблизу с. Городище, Біловодський район**

Заповідний куток Луганщини площею 1065 га знаходиться на території Юницького лісництва Луганської науково – дослідної станції. Захисні лісові насадження, сільськогосподарські угіддя, цілінний степ, штучні водойми і болота – все це неповторний ландшафт південно – східної України.

Першим керівником був – К.І.Юницький, у честь якого і назвали заказник. Юницьким був закладений дендрарій, було розширено об'єм лісних насаджень, випробовувались різні кустарні породи.

У центрі ботанічного заказника розташована садиба, а на території заповідної зони створений музей степового лісорозведення. У заказнику проростає 12видіврослин, які занесені до Червоної книги України. Це сінокосці тонкі, рябчик малі, ятриш ник болотний, півонія тонколиста, громовик донський та ін. Степова фауна представлена: зайцем – русаком, лисицею звичайною, куницею лісною, тхорем степовим, борсуком, свинею дикою, косулею звичайною та ін.

На території заказника знаходиться маркірована екологічна тропа. Це чудове місце для навчально – пізнавальних експедицій.

**Стрілецький степ, с. Криничне, Міловський район**

Стрілецький степ знаходиться у Міловському районі біля села Криничне та являє собою вододіл між двома балками (Міловий та Глиняний яр) які впадають у долину ріки Криничної. Це перший заповідник у Луганській області занесений до списку природно охоронних об’єктів у Комітеті ЮНЕП при ООН за свої унікальні властивості. На території степу проростають рідкісні рослини. У квітні цвіте горицвіт, тюльпан Шренка, вогненний воронець, касатик. У травні - ковель, шалфей, митник, ветрениця лісна, каган чагарниковий. Тваринний світ представлений зайцем-русаком, їжаком, лисицями, вовками, тхорами, перепелицями, куропатками, степовими орлами. Полюбив і ці місця символ Луганської області – байбак. Байбак – це не тільки цінний міх, але і цілющій байбаковий жир. Він дуже цінний як загальнозміцнюючий засіб і чудові ліки при запаленні верхніх дихальних шляхів.

**Козачій кінний театр, с. Мілове**

Луганський обласний козачій кінний театр у селище Міловому було створено у 1999 році. Сьогодні у театрі виступають 17 породистих коней, на яких каскадери виконують складні та ризиковані трюки. Вистави складаються з сюжетних ліній з драматичними режисерськими прийомами, з козацьким колоритом – у шароварах, з шаблею та на верхи на конях. По закінченню виступу кожен бажаючий може покататися верхом на конях, а діти на маленькому лошаті. Після видовища усіх гостей пригощають традиційною козацькою стравою – кулішом.

Також на території театру працює невеликий зоопарк. Серед тварин, які живуть у зоопарку є: дикі кабани плямисті олені, декоративний козел, борсуки, білки, декоративні голуби, курочки, цесарки, фазани, павичі.

У майбутньому на базі театру планують створити козачий музей під відкритим небом, який буде відображати життя запорізьких та донських козаків XVI – XVII століть.

**Кирило – Мефодіївський храм, с. Тишківка, Марківський район**

У архівних документах вказано, що церков була побудована не в характерному для України стилі модерн з елементами романського та давньоруського зодчества. Хоча інші експерти відносять храм до руського класицизму кінця ХІХ століття, у то час доволі популярного. Архітектор Володимир Покровський – автор відомих споруд на території Слобідської України та Польщі. При цьому деякі мистецтвознавці запевняють, що церков святих Кирила та Мефодія нагадує храм Ордену тамплієрів. Раніше храм був яскраво і багато прикрашен розписами. Іконостас Кирило – Мефодіївського храму був виконаний художниками лаврської іконописької школи. Зв’язок храма з Києво – Печерською Лаврою вдалось встановити завдяки фрагменту іконостасу – царським вратам, на яких зображені ліки святих Кирила і Мефодія, які збереглись до наших днів. Збереглось і багато написів на стінах церкви, які відносяться до різних часів.

Нажаль, після закриття церкви у 30 – ті роки минулого століття довгий час у приміщенні храму зберігали зерно. Але 24 вересня 2008 Кирило – Мефодіївська церква була признана пам’ятником архітектури та градобудування, її внесли у Державний реєстр пам’ятників культурного надбання України.

Кирило – Мефодіївська церков пов’язана з багатьма легендами. Згідно з приданням десь в зруйнованих підвалах храму захований тайник з старовинними іконами. До речі, деякі ікони храму міроточать і вважають цілющими. Начебто позбавляють людину від пияцтва.

**с. Осинове, Новопсковський район**

Село Осинове, найстаріший і найбільший населений пункт Новопсковського району, засноване у 1637 році. Справжньою перлиною цих місць є Свято – Успенська церков (1802 року). Кам’яний храм об’єднує стилі бароко та класицизму. Храм вибудований з цегли, потинькований та розфарбуваний в два кольори. За планом — квадрат з заокругленими кутами. Над головним об'ємом церкви — єдина велика баня, увінчана куполом зі світовим ліхтариком. Церква видовжена в напрямку схід-захід двома квадратними прибудовами. Верхній ярус західної прибудови наскрізний і використовується як дзвіниця. Бічні фасади церкви підкреслені дорійськими портиками, нішами та пілястрами. Вікна облямовані ліпленими наличниками та фігурними ліпленими ж сандриками. Тридільність — давня особливість сакральної архітектури України з часів казацького бароко [XVII століття](https://uk.wikipedia.org/wiki/XVII_%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82%D1%82%D1%8F), детально розроблена ще і дерев'яних храмах. В середині собору стіни оздоблено фризом у вигляді стрічки та розписами, деякі з яких датуються [XIX століттям](https://uk.wikipedia.org/wiki/XIX_%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82%D1%82%D1%8F). Вважається, що таких унікальних храмових будівель залишилось усього три. За легендами, до храму приходили молитися Григорій Сковорода, Кіндрат Рилєєв. Свято – Успенська церква внесена до реєстру пам’ятників державного значення.

**Урочище «Луг», Новопсковський район**

Дивним куточком чистої і природної краси є заповідне урочище "Луг". Це лісовий масив на правому березі річки Айдар, площею 117 га. Основна порода - дуб звичайний (50-60 років), в'яз, ясен, клен польовий, татарський і ясенелистий, акація біла. На заболочених ділянках ростуть тополя чорна і верба біла. Завдяки різноманітності рослинного світу, зібраного на невеликій ділянці землі, урочище "Луг" чарівно в усі пори року. У заповіднику знаходиться артезіанська свердловина глибиною 353 м з мінеральною водою, що має бальнеологічне значення. За хімічним складом вода аналогічна "Миргородської", містить сірководень і кремнієву кислоту. Особливою популярністю серед місцевого населення і гостей краю користуються гора Пристін і джерело Солонка. За традицією сюди приїжджають, щоб вдихнути неповторний аромат, який створюють колонії степового тюльпана, чебрецю, материнки, ромашки, незабудки, молочаю і крейдяного льону.

З висоти крейдяний гори як на долоні лежать село Осинове, хутір Іково і навколишні красоти. З пагорба веде стежка на лівий берег річки Айдар, де розташовано сірководневе джерело, в народі називають його Солонка. На кілька метрів від землі б'є водяний фонтан. Температура води цілий рік однакова - + 18-20 градусів. Вода має особливий хімічний склад, що включає десятки елементів, а також специфічний запах, характерний для сірководневих джерел. За складом вона близька до мінеральних джерел Північного Кавказу. Ця вода успішно використовується для лікування зовнішніх захворювань - починаючи від радикуліту, остеохондрозу і закінчуючи шкірними недугами.

**Храм Різдва Іонна Предтечі, с. Мілуватка, Сватівський район**

Один зі найстаріших (100 років) і постійно діючих храмів в Сватівському районі - це храм Різдва Іоанна Предтечі в с. Мілуватка. Книга «Історико-статистичний опис Харківської єпархії» дає такі відомості: що Іоанна Предтечна церква бере свій початок від 1704 року. Засновниками молебного дому (як і самого села Мілуватка), вважаються козаки Полтавського полка Андрій Катрухін та Іван Бугаєв. У 1906 році почалося будівництво храму. З кожного жителя села за бажанням збиралася жертва в 5 копійок (ціна 1 цеглини) і в 1912 році стіни храму вже велично височіли в центрі села. У 1913 році храм був освячений.

Примітно, що цей храм не закривався навіть під час гонінь на релігію і війни. Після Великої Вітчизняної війни в церкві були вибиті шибки, протікав дах, обвалювалась штукатурка. Заклавши вікна з північної сторони очеретом, тут продовжувалась служба.

**Парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва «Мілуватський водолій», с. Мілуватка, Сватівський район**

Своєрідний куточок лісопаркових насаджень в закруті р. Красної. До Великої Жовтневої революції територія парку була поміщицьким садом. Від того періоду до наших днів на території парку збереглися вікові груші і яблуні. Протягом останніх десятиріч відбувалось природне заростання парку вільхою, дубом, липою, тополею, вербою, ясеном, кленом татарським, чагарниковими породами: бруслиною, свидиною, жимолостю, бирючиною, скумпією тощо.

Сьогодні проводиться велика робота щодо рекострукції та впорядкування парку. Побудований підвісний міст через річку, створені фонтани, які б’ють прямо з річки. Проектом реконструкції передбачене створення композиції з дерев’яних скульптур «Галявина казок», тематичних зон «Галявина мрій», «Ясенева стежка», дитячого і дорослого пляжів, спортмайданчиків.

Наступним кроком організації туру є пошук партнерів постачальників товарів та послуг.

Створення туристичного продукту повинно обов’язково мати інформаційне забезпечення, яке є спеціальною документацією, яка цілком описує сам тур, процеси його виробництва, та послуги надання під час туру. Це необхідно для чіткої роботи тур фірми і контролю за змістом туру та можливістю його подальшого вдосконалення.

**Визначення програмного забезпечення нового туру у відповідності до визначеної тематики**

Програмне забезпечення автобусно - пішохідного туру «Шляхами незвіданої Луганщини» забезпечує туристам відпочинок, ознайомлення з історичними подіями краю. Загальний ліміт часу програмного забезпечення становить близько 12,5 годин, з урахуванням нормативних витрат часу на поселення, харчування – сніданки по 60 хв., вечері по 60 хв., екскурсійне обслуговування від 1 до 4 годин.

Програма харчування згідно з програмою маршруту.

Вартість туристичної путівки включає:

вартість проїзду;

вартість харчування;

вартість проживання;

вартість екскурсійної програми

вартість страхового полісу.

Калькуляція або розрахунок вартості туру – вироблятися підсумовуванням собівартості кожної окремої послуги та нормативно закладеного відсотка прибутку (Додаток В).

**Пошук та відбір партнерів-постачальників товарів та послуг в**

**кожному пункті нового маршруту у відповідності до обраного класу обслуговування.**

Протягом усього туристичного маршруту трансфери здійснюватимуться завдяки компанії партнера-постачальника туристичної фірми «Навколо Луганщини», автотранспортних послуг «Трансмарин», автобус класу «люкс» (Додаток Е).

У місті група буде розміщена у готелі «Мир», набір основних послуг – напівпансіон (HB) (додатки Б).

Тур обслуговується гідами-екскурсоводами туристичної фірми «» (Додаток Є)

Страховою компанією партнером-постачальником є компанія "Провідна"(Додаток Ж).

**Підготовка інформаційно-методичного та рекламного забезпечення туру(складання програми перебування(програми туру),технологічної картки маршруту, графіку завантаження туристського підприємства, інформаційного листка до путівки туристської подорожі, проведення**

**розрахунку вартості туру, підготовка прикладів рекламного матеріалу).**

Програми перебування туристів- перелік послуг, визначенихоб’єктів і подій, щонадаються туристам в визначеній послідовності, часі, місці і умовах обслуговування.

Технологічна картка маршруту - технологічний документ, який визначає зміст програми та умови обслуговування туристів на конкретному маршруті (Додаток А).

Графік завантаження туристського підприємства - відображає реальнее завантаження туриських підприємств по маршруту і дозволяє контролювати і спостерігати реальну картину завантаження.

Інформаційний листок туристської подорожі- містить розділи обов’язкові та додаткові інформації по маршруту, призначений для туриста і є обов’язковим додатком до путівки чи ваучера. Інформаційний листок туристської подорожі - містить розділи обов'язкові та додаткові інформації по маршруту, призначений для туриста і є обов'язковим додатком до путівки чи ваучера.

Інформаційний листок до путівки туристичної подорожі містить дані:

1.Тематичний тур м. Северодонецьк – с. Айдар – Миколаївка – с. Пурдовка – м. Старобільськ – с. Шульгінка – с. Городище – с. Новодеркул – с. Криничне – с. Мілове – с. Тишківка – смт. Новопсков – с. Осинове – с. Мілуватка – м. Северодонецьк є подійовим, пізнавльним, груповим, за формою організації - організований, автобусно - пішохідний.

2.Умови розміщення - двомісні номери (по 4 людиниу номері) економ в готелі «Мир». Набір основних послуг - «НВ». Послуги гідів, автобусні переміщення.

3. Інтернет, телефон, кондиціонер, кіно, театр - додаткові послуги

4.Адреса туристичного підприємства, з якого починається туристська подорож: м. Северодонецьк, вул. Лисичанська буд.1.

6.Вікові обмеження: діти 6 – 7 років (1,2 навчальні класи).

**Підготовка ваучерів**

Туристський ваучер — документ, який встановлює право туриста на послуги, які входять до складу тура і підгверджу'є факт його передачі. На основі ваучера здійснюється врегулювання взаєморозрахунків між направляючою та приймаючою сторонами.

Ваучер заповнюється в трьохекз емплярах. Перший і другий видаються під розпис туристу перед початком подорожі. Третій екземпляр зберігається в бухгалтерії направляючої фірми й у разі необхідності використовується відповідними державними органами у здійсненні фінансово-фіскального контролю.

У першому пункті обслуговування за маршрутом турист подає перший і другий екземпляри ваучера представнику приймаючої фірми. У кінцевому пункті маршруту, після закінчення обслуговування, турист робить відповідний запис у пункті 11 обох екземплярів ваучера, який завіряється підписом керівника і печаткою приймаючої фірми. Перший екземпляр ваучера передається керівнику або представнику приймаючої фірми, а другий повертається направляючій фірмі.

Бланк ваучера друкується українською (для вітчизняних туристів) та англійською (зарубіжний туризм) мовами (Додаток З).

**Особливості реалізації розробленого туру за участю посередника:**

**підготовка агентських угод**

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

Сторонами агентського договору є комерційний агент і суб'єкт, інтереси якого він представляє (клієнт).

**Умови подання замовлень на тур від турагента**

Турагент здійснює замовлення турпродукту шляхом подання туроператору замовлення. Замовлення подається туроператору у письмовій формі чи по факсу за підписом уповноваженої особи турагента. Турагент зобов’язаний розбірливо заповнювати всі реквізити та поля замовлення. У випадку неповного або неточного заповнення замовлення туроператор має право не приступати до виконання замовлення, в тому числі не бронювати та не видавати турагенту авіаквитки, страхові поліси або інші документи.

Туроператор має право вимагати від Турагента внесення уточнень до замовлення.

Протягом визначеного в договорі строку з дня отримання замовлення туроператор направляє турагенту підтвердження замовлення. Протягом визначеного в договорі строку після оплати замовленого турпродукту туроператор зобов’язаний надати тур продукт турагенту шляхом оформлення та передачі представнику турагента документів, які необхідні для споживання тур продукту.

Туроператор має право в будь-який момент відмовити турагенту у видачі замовлених авіаквитків або інших замовлених документів у випадку відмови представника турагента від надання туроператору письмової розписки про отримання замовлених документів.

Лист бронювання є замовленням на надання туристичних послуг (Додаток Д).

Основним каналом збуту туру «Шляхами незвіданої Луганщини» є реклама. Реклама є компонентом маркетингової політики, спрямованої на інформування про продукцію турфірми. Саме відреклами залежить,чи скористається клієнт послугами туристичної фірми «Навколо Луганщини», чи обере самостійно цей запропонований тур. Характер реклами, що використовується для просування нового туристичного продукту,є інформативним, дана реклама є масовою, національною за масштабністю, засобипоширення: інтернет, преса, друкованілистівки, радіо – та телереклама.

Висновок до розділу 3

У розділі було проаналізовано стан туристичних ресурсів України. Та нами був запропанований алгоритм за допомогою якого можна підвисити привабливість туристичних ресурсів України.

Були запропоновані такі шляхи для підвищення привабливості туристичних ресурсів України, як брендинг та створення транскордонних туристичних маршрутів на кордоні з Польшою та Білорусією. Були проаналізовані найуспішніші туристичні бренди міст України – Львов та Кам’янець – Подільський. На основі опрацьованих брендів був створений туристичний бренд Луганщини.

Створений новий туристичний маршрут по Луганщини. Тематичний автобусно – пішохідний маршрут «Шляхами незвіданої Луганщини» проходить по рекреаційним зонам області, охоплює найцікавіші пам’ятки регіону та розповідає історію краю у різні історичні періоди. Тур був створенний для підвищення привабливості регіону та наявних у ньому туристичних ресурсів серед дітей шкільного віку та молоді (студенти).

ВИСНОВКИ

Туристична індустрія настільки різноманітна галузь економіки, що у своїй діяльності охоплює прямо чи опосередковано до 50 галузей господарства, у тому числі транспорт, будівництво, торгівлю, громадське харчування, сільське господарство, житлово-комунальне господарство, культуру, мистецтво, спорт тощо. Для успішного управління розвитком туризму, необхідно дослідити значну кількість чинників, які впливають на привабливість певної території для туристів та визначити показники, за якими можна оцінювати її компоненти. .

Формування туристичної привабливості території відбувається під впливом низки факторів, серед яких основу становлять природні туристичні ресурси та антропогенні туристичні ресурси, до яких відносять історико-культурні, археологічні та архітектурні пам'ятки тощо. Наступний за важливістю чинник формування туристичної привабливості - матеріально-технічна база туризму, що включає засоби розміщення туристів і туристичну інфраструктуру. Додатковими факторами, що впливають на туристичну привабливість території, є якісне довкілля та маркетингова політика, яку слід спрямовувати у регіональному напрямку, тобто доцільно використовувати для її реалізації маркетинг місць.

Методичні рекомендації щодо економічного оцінювання та регулювання туристичної привабливості регіону передбачають: оцінювання існуючої туристичної привабливості регіону з допомогою статистично-експертного методу; формування переліку можливих заходів щодо регулювання та підвищення туристичної привабливості регіону; маркетингові дослідження для прогнозування попиту на послуги туристичних підприємств регіону; оцінювання економічної ефективності функціонування туристичних підприємств регіону; оцінювання рекреаційної місткості та потенціалу туристичної галузі регіону; економічне оцінювання ефективності інвестування заходів щодо підвищення туристичної привабливості регіону та регулювання туристичної привабливості території шляхом коригування державних програм розвитку туризму у регіоні.

Оцінка рівня туристичної привабливості груп регіонів України складався з таких етапів: відбір показників туристичної привбливості регіонів за допомогою кореляційного аналізу; ієрархічний кластерний аналіз для визначення кількості кластерів (груп) областей; кластерний аналіз методом k – середніх; розрахунок вагових коефіцієнтів значимості показників туристичної привабливості регіону; розрахунок середньозважених критеріїв за підсистемами показників; розрахунок загального показника привабливості за всіма підсистемами показників по групам регіонів; аналіз результатів розрахунків. На основіх цих данних були виведені 4 туристичних кластери. Львівська область складала окремий кластер, Харківська і Дніпропетровська області увійшли у третій кластер, Миколаївська, Одеська та Херсонська області – у четвертий. Усі інші 18 областей увійшли в перший кластер.

Комплексна оцінка рекреаційного потенціалу Луганської області показала, що найвищий рівень рекреаційно – туристського ресурсозабезпечення мають Попаснянський, Станично – Луганський та Кремінський райони. Рекреаційно – ресурсодефіцитними районами є Міловський, Марківський, Новопсковський та Троїцький райони. Територіальна структура туристичної рекреаційної системи представлена 5 рекреаційними районами, 1 обласним вузлом, центрами, які сформовані переважно у великих містах області; пунктами, сформованими на основі сполучення історико-культурних пам’яток та природно-рекреаційних ресурсів і використанні бальнеологічних ресурсів.

Саме на основі оцінки туристичної привабливості регіонів країни державні органи можуть регулювати та визначати пріоритетні види туризму для селективного стимулювання розвитку регіонів, що сприятиме формуванню та просуванню туристичного продукту на національному та міжнародному ринках.

Маркетинговий аналіз проведений за допомогою SWOT – аналізу виявив плюси і недоліки, які у першу чергу впливають на привабливість туристичних ресурсів України. Аналіз туристичного бренду показав, що наявний туристичний бред України потребує удосконалення її візуальної частини та покращення його просування. Формувати туристичний бренд країни пропонуємо за таким алгоритмом: формування ідеї бренда; оцінювання туристичного потенціалу країни за такими факторами, як географічне розташування (природні і антропогенні ресурси), інфраструктура туризму (засоби розміщення, інвестиції), маркетингова політика (ціни, інформаційне забезпечення), якість довкілля, загальний імідж країни (політична ситуація, економічна стабільність, безпека); розроблення логотипу, гасла і brand book; аналізування цільової аудиторії, позиціонування бренда, розроблення стратегії просування бренда на національному та міжнародному рівнях.

На основі цього алгоритму був розроблений експериментальний бренд Луганщини. Який поєднав у своєму логотипі туристичні ресурси, якими володіє край та одну із стратегій розвитку регіонального туризму – зелений туризм. Слогоном бренду став вислів «Луганщина. Відпочинь душею». На нашу думку саме ця конскпція висвітлює усі принади туристичної Луганщини.

Розроблений туристичний маршрут має особливу тематику. «Шляхами незвіданої Луганщини» - проходить цей маршрут, він розповідає про легенди краю, особливу культуру і звичайно поо скарби, які давно поховані на території Луганщини. Маршрут розроблений для дітей шкільного віку та молоді (студентів), основною метою маршруту є популярізації туристичні ресурси Луганщини і зробити вже популярні ресурси більш привабливими.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України «Про туризм»//Відомості Верховної Ради. – 2015. - №14.

2. Закон України «Про курорти»//Відомості Верховної Ради – 2017 - №29.

3. Закон України «Про охорону та використання пам’яток історії та культури»//Відомості Верховної Ради – 2000 - №39.

4. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року.

5. Стратегія розвитку Старобільського району Луганської області на період до 2020 року «Нова Старобільщина – 2020».

6. Александрова А.Ю. Международный туризм / А.Ю. Александрова – М.: Аспект пресс. 2001. -463 с.

7. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: учебное пособие / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика. 2000.- 176 с.

8. Бейдик О.О. Рекреаційні ресурси України: Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2009. – 400 с.

9. Воеводина У.Н. Организационно-экономический механизм диверсификации туристского продукта на региональном уровне : автореф. дис. канд. экон. наук / У.Н. Воеводина. – М., 2012. – 25 с.

10. Державний комітет статистики України. Головне управління статистики у Луганській області. Частина II. Статистичний щорічник Луганської області за 2008 рік. Луганськ, 2009. – 382 с.

11. Державний реєстр об’єктів культурної спадщини станом на 01.10.2009 // Луганська обласна державна адміністрація. Управління культури і туризму. – Луганськ, 2009 р.

12. Зачиняев П.Н. География международного туризма / П.Н. Зачиняев, Н.С. Фалькович. - М.: Мысль, 1972.-263 с.

13. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 123 с.

14. Козырев В.М. Туристская рента: учебное пособие / В.М. Козырев. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 112 с.

15. Крыштановский А.О. Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS [Текст]: учеб. пособие для вузов / А.О. Крыштановский; - Высшая школа экономики. – М.: Изд.дом ГУ ВШЭ, 2006. – 281 с.

16. Любіцева О.О. Туристичні ресурси України / Любіцева О.О., Панкова Є.В., Стафійчук В.І. – К. : Альтерпрес, 2007. – 369 с.

17. Мацола В.І. Рекреаційно-турисгичний комплекс України В.І.Мацола. - Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 1997. - 259 c.

18. Менеджмент туризма. Туризм и отраслевые системы: учебник / И.В. Зорин, А.И. Зорин, Т.А. Ирисова и др. / Под ред. В.А. Квартальнова. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 272 с.

19. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: учебник / И.В. Зорин, Г.П. Каверина, В.А. Квартальнов и др. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 288 с.

20. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території. Монографія. / О.В. Музиченко-Козловська – Львів: Новий Світ – 2000, 2012. – 176 с.

21. Перелік місценароджень мінеральних вод Луганської області // Східне Державне Регіональне Геологічне Підприємство. – Луганськ, 2010. – 23 с.

22. Попович С.І. Туристично-екскурсійні ресурси України: вступ до проблеми / С.І. Попович // Збірник "Туристичні ресурси України". - К.: Тип. ФІГУ, 1996. - 352 с.

23. Туризм і охорона культурної спадщини: український досвід: монографія / В. Вакуленко, І.Валентюк, В.Грибан та ін. / За заг. ред. Ю. Лебединського, В. Вакуленко, М. Онисько – К.: Видавництво КІС, 2003. – 176 с.

24. Школа I.M. Менеджмент туристичної індустрії: навчальний посібник / За ред. проф. І.М.Школи. - Чернівці: ЧТЕІКНТЕУ, 2003. - 662 с.

25. Антонець О.О.Оцінка туристичної привабливості регіонів України / О.О. Антонець, А.О. Харченко // Проблеми і перспективи розвитку підприємства. – 2016 - №1. – с. 137 – 144.

26. Бакурова Г.В. Оцінка рекреаційної привабливості регіону / Г.В. Бакурова, Д.В. Очеретін // Вісник Дніпропетровського ДНУ : зб. наук. праць. – У 3-х т. – Т. 3. – Дніпропетровськ: Вид-во Дніпропетровського ДНУ. – 2002. – Вип. 183. – С. 617-622.

27. Басюк Д. Формування туристичного бренда як фактор регіональної політики / Д. Басюк // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2010. - №1. – с. 139 – 147.

28. Богун К.В. Алгоритм створення і реалізації програми маркетингу і брендингу міста / Богун К.В. / Экономика и управление. – 2013. - №2. – С. 40-45.

29. Болдирєв О. П. Проблеми розвитку туризму в Луганській області / О. П. Болдирев, К. Р. Габараєва // Вісник СНУ ім. В. Даля – 2012 - № 8 (179) – С. 17-20.

30. Бондаренко М.П. Туристичний сектор України: реалії та перспективи / М.П. Бондаренко // Економіка і прогнозування. – 2011. - №1. – с. 104 -119.

31. Бутко М.П. Методичні аспекти оцінки рекреаційного потенціалу регіону / М.П. Бутко, Ю.В. Шабардіна // Агросвіт.- 2011.-№1.- с. 10 – 17.

32. Габчак Н.Ф. Туристична привабливість як один із чинників рекреаційно-туристичної дестинації. Матеріали ювілейної X міжнародної наукової конференції /Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід/ Львів (7-9 жовтня 2016р.). - С.83-89.

33. Гадеудина Е.Д. Использование метода экспертной оценки для определения целесообразности развития инфраструктуры туристского региона в районах Сахалинской области / Е.Д. Гадеудина // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2009. – Вып. 1. – c. 60–63.

34. Ємельянцева Д.І. Брендинг міста як метод покращення інвестиційної привабливості територій та регіонального розвитку / Д.І. Ємельянцева, Д.Д. Пашкова // Водний транспорт. – 2014. – Вип. 2. – с. 133 – 138.

35. Заваріка Г.М. Розвиток рекреаційних можливостей Луганської області / Г.М. Заваріка // Географія та туризм. – 2012 – Вип.22. – с.167 – 173.

36. Залещик В.В. Комплексна оцінка рекреаційного потенціалу на прикладі Луганської області // Географія та туризм. – 2011. – №12. – С. 65–71.

37. Зеленко О.О. Стан та перспективи розвитку туризму в Луганській області / О.О. Зеленко // Часопис економічних реформ. – 2013. - №4. – с. 148 – 156.

38. Зеленко О.О. Перспективи розвитку туризму Луганщини в умовах воєнно – політичної нестабільності / О.О. Зеленко // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер.: Економіка. – 2015. – Вип. 2(2). – с.138 – 143.

39. Леонт’єва Ю.Ю. Прикладні аспекти міжнародної кластерізації в туризмі / Ю.Ю. Леонт’єва, Н.М. Влащенко // Бізнес Інформ. – 2012. –№9. – с. 177 – 183.

40. Любіцева О.О. Рекреаційно – туристичне районування Луганської області / О.О.Любіцева, В.В. Залещик // Географія та туризм. – 2012. – Вип. 22. – с. 161 – 167.

41. Мельник О.В.Інтегральний показник туристичної привабливості території: поняття та теоретичні аспекти / О.В. Мельник // Регіональна економіка**. –** 2004. – № 4. – C. 197 – 204.

42. Мельник О.В. Чинники формування туристичної привабливості території / О.В. Мельник // Вісник. Проблеми економіки та управління. – Львів, 2004. – с. 39 – 44.

43. Музиченко – Козловська О.В. Методика оцінки рівня туристичної привабливості регіону / О.В. Музиченко – Козловська // Регіональна економіка: матеріали збірника наукових праць.- 2006. - №1 – с. 218 – 227.

44. Руденко В.П. Сучасні проблеми еколого – економічної оцінки природно – ресурсного потенціалу України / В.П. Руденко // Геоінформатика. – 2009. - №4.- с. 38 – 42.

45. Савіцька О.П. Формування туристичної привабливості території / О.П. Савицька, І.Я. Кулиняк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22. 15. – с. 148 – 154.

46. Сорокіна Г.О. Луганська область як туристично привабливи регіон / Г.О. Сорокіна // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки. – 2010. - №22(9). – с. 177 – 187.

47. Сорокіна Г.О. Технології використання природних об’єктів Луганської області для розвитку регіонального туризму / Г.О. Сорокіна // Наукова скарбниця освіти Донеччини.- 2012.- №3.- с.26 – 29.

48. Омуш М.О. Методы оценки туристического потенциала региона / М.О. Омуш // Коммунальное хазяйство городов.- 2001.- Вып. 28. – с.259 – 261.

49. Артеменко О.І. Використання нечіткої логіки для визначення рекреаційного потенціалу території [Електронний ресурс] / О.І. Артеменко, Я.І. Виклюк // Національна бібліотека ім. І.В. Вернадського. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/ISM/2008\_ 631/06.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/ISM/2008_%20631/06.pdf).

50. Брендбук Запоріжжя [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

51. Брендбук Івано – Франківськ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://city-brand.if.ua/IF_Guideline.pdf>.

52. Брендбук Києв [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kyivcity.gov.ua/done_img/f/Kyiv%20Brand%20book.pdf>.

53. Брендбук Льцук: [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

54. Брендбук Львов: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www8.city-adm.lviv.ua/pdf>.

55. Брендбук Одеса: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://omr.gov.ua/images/File/CitySymbloics/Odessa-Guidelines-Screen.pdf>.

56. Брендбук Полтава: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.artlebedev.com/poltava/poltava-guides.pdf>.

57. Брендбук Рівне: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://city-brand.rv.ua/rivne-city-brand.pdf>.

58. Брендбук Ужгород: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uzhhorod.city/>.

59. Брендбук Чернігов: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gorod.cn.ua/news/gorod-i-region/25628-na-vseukrayinskii-konferenciyi-prezentuvali-doopracovanii-turistichnii-logotip-chernigova.html#ad-image-0>.

60. Брендбук туристичного бренда України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.tourism.gov.ua/files/brbook/ukraine\_tourist\_brand\_ brandbook\_ukr\_6.pdf](http://www.tourism.gov.ua/files/brbook/ukraine_tourist_brand_%20brandbook_ukr_6.pdf).

61. Головне управління статистики у Луганській області: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lg.ukrstat.gov.ua/>.

62. Готель «Мир»: [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://hotelmir.com.ua/>.

63. Державна служба статистики України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

64. Затвердження туристичного бренду: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=246753904>.

65. Зелений туризм. Банк даних зеленого туризму в Україні: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ruraltourism.com.ua/index2.php>.

66. Колендо Е.Т. Оценка туристической привлекательности малых городских поселений Республики Бералусь [Електронний ресурс] / Е.Т. Колендо // Электронная библиотека БГУ. – Режим доступу: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/2355>.

67. План розвитку туризму у Кам’янці – Подільському: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.dovidka.org/upload/lab_upl/tur_potential.pdf>.

68. Туристичний портал «Зручно тревел»: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zruchno.travel/?lang=ua>.

69. Туризм – новини України та світу: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism>.

70. BRANDville. Креативні індустрії в поміч сільським громадам: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://biggggidea.com/project/vidkriti-majsternimistetska-rezidentsiya-imnazariya-vojtovicha/blog/1949/>.

ДОДАТОК А

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Туристичний оператор «Навколо Луганщини» | Адреса фірми: \_Луганська обл., м. Северодонецьк, вул. Донецька, 41\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Address: \_Lugansk region, Severodonetsk, Donetskaya, 41\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Тел./факс: \_+38 (050) 876 90 45\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  e-mail: \_luganshina-tur@gmail.com\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  сайт: \_www.navkolo-luganshini.ua\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | |

ТЕХНОЛОГІЧНА КАРТА

за маршрутом Северодонецьк – Айдар – Миколаївка – Старобільськ – Шульгінка – Городище – Новодеркул – Криничне – Мілове – Тишківка – Новопсков – Осинове – Мілуватка – Северодонецьк

на 2018 рік

1. Основні показники маршруту

Вид маршруту – радіальний (ночівлі м. Северодонецьк), автобусний, тематичний тур;

Строк подорожі (дн./ночей) – 6 днів, 5 ночей;

Кількість туристів у групі – 20 чоловік;

Початок обслуговування на маршруті першої групи – 20.05.2018

Початок обслуговування на маршруті останньої групи – 20.10.2018

Закінчення обслуговування на маршруті останньої групи – 26.10.2018

Вартість путівки –

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Місяць року | Кількість туристів на місяць | Графік заїзду туристичних груп по датах місяця | Кількість груп на місяць |
| Травень | 20 | 20.05.2018 – 26.05.2018 | 1 |
| Червень | 80 | 1.06.2018 – 6.06.2018; 8.06.2018 – 13.06.2018; 15.06.2018 – 20.06.2018; 20.06.2018 – 26.06.2018 | 4 |
| Липень | 80 | 1.07.2018 – 6.07.2018; 8.07.2018 – 13.07.2018; 15.07.2018 – 20.07.2018; 20.07.2018 – 26.07.2018 | 4 |
| Серпень | 80 | 1.08.2018 – 6.08.2018; 8.08.2018 – 13.08.2018; 15.08.2018 – 20.08.2018; 20.08.2018 – 26.08.2018 | 4 |
| Вересень | 40 | 3.09.2018 – 8.09.2018; 10.09.2018 – 16.09.2018 | 2 |
| Жовтень | 20 | 20.10.2018 – 26.10.2018 | 1 |

Адреса туристського підприємства:Товариство з обмеженою відповідальністю «Навколо Луганщини», Луганська область, м. Северодонецьк, вул. Донецька, 41

Проїзд до початкового туристичного підприємства: самостійний.

2. Програма обслуговування на маршруті

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Населенні пункти, відстань між ними, способи пересування, час прибуття в пункт і виїзд з нього | Найменування туристських підприємств і умови розміщення | Заплановані туристські послуги | У середині маршруту перевезення |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| м. Северодонецьк – с. Айдар – Миколаївка  відстань автобус 43,3 км  виїзд 10:00, прибуття 11:00 | Готель «Мир» без категорії, заселення по 4 людини у номер | Екскурсія «Баранячі лоби – Айдарська тераса» | Автобус Mercedes-Benz Beluga |
| с. Айдар – Миколаївка – с. Пурдовка  відстань автобус 51 км  виїзд 14:00, прибуття 16:00 | Екскурсія еко – базою «Лимон – Банан», дегустація плодів, які вирощуються на фермі. |
| с. Пурдовка – м. Северодонецьк  відстань автобус 10 км  виїзд 17:30, прибуття 18:00 |  |
| м. Северодонецьк – м. Старобільськ  відстань автобус 58,7 км  виїзд 9:00, прибуття 10:30 | Пішохідна тематична екскурсія м. Старобільськом «Легенди Старгорода», відвідування зеленої садиби Главацьких «Будинок майстрів», участь у майстер – класах з лозоплетіння, різьби по дереву, писанкарства. | Екскурсія Старобільськом є пішохідною. |
| м. Старобільськ – с. Шульгінка  відстань автобус 18,8 км  виїзд 14:30, прибуття 15:00 | Екскурсія зеленою садибою «Добрі люди». Участь у народних гуляннях святкування Івана Купала, Медового спасу та ін. (за сезоном) | Автобус Mercedes-Benz Beluga |
| с. Шульгінка – м. Северодонецьк  відстань автобус 65,3 км виїзд 19:00, прибуття 20:15 |  |
| м. Северодонецьк – с. Городище  відстань автобус 128 км  виїзд 9:00, прибуття 11:15 | Екскурсія ботанічним заказником «Юницьким», відвідування музею заказника |
| с. Городище – с. Новодеркул  відстань автобус 10,1 км  виїзд 14:00, прибуття 14:15 | Екскурсія на Деркульський кінний завод, катання на конях |
| с. Новодеркул – м. Северодонецьк  відстань автобус 118 км  виїзд 16:30, прибуття 18:30 |  |
| м. Северодонецьк – с. Криничне  відстань автобус 157 км  виїзд 7:30, прибуття 10:00 | Екскурсія до Стрільцівського степу |
| с. Криничне – смт. Мілове  відстань автобусом 16 км  виїзд 12:00, прибуття 12:30 | Відвідування вистави кінного театру «Лугарі» |
| смт. Мілове – с. Тишківка  відстань автобус 65,1 км  виїзд 15:00, прибуття 16:15 | Екскурсія до с. Тишківка |
| с. Тишківка – м. Северодонецьк  відстань автобус 126 км  виїзд 17:00, прибуття 19:30 |  |
| м. Северодонецьк – смт. Новопсков  відстань автобус 92,1 км  виїзд 8:30, прибуття 10:15 | Екскурсія Новопсковом, «Слобожанське подвір’я – Краєзнавчий музей», гора Пристін і джерело Солонка |
| смт. Новопсков – с. Осинове  відстань автобус 7,1 км  виїзд 14:00, прибуття 14:15 | Екскурсія селом Осиновим та геологічної пам’яткої природи «Осиновські піщаники» |
| с. Осинове – м. Северодонецьк  відстань автобус 97,3 км  виїзд 16:00, прибуття 18:00 |  |
| м. Северодонецьк – с. Мілуватка  відстань автобус 67,6 км  виїзд 8:30, прибуття 10:00 | Екскурсія с. Мілуватка, екскурсія до парку – пам’ятки садово – паркового мистецтва «Мілуватський водолій» |
| с. Мілуватка – м. Северодонецьк  відстань автобус 67,6 км  виїзд 13:00, прибуття 14:30 |  |

3. Короткий опис подорожі

День 1

м. Северодонецьк – с. Айдар – Миколаївка – с. Пурдовка – м. Северодонецьк

Зустріч групи у 9:00 біля готелю «Мир» вул. Лисичанська 1, заселення у готель, 10:00 відправлення групи за маршрутом. Прибуття у 11:00 до с. Айдар – Миколаївка, екскурсія «Баранячі лоби – Айдарська тераса». Обід 13:00 – 14:00 смт. Новоайдар, кафе «Наш дворик», вул. Банківська, 29. Трансфер до с. Пурдовка. 16:00 екскурсія по еко – базі «Лимон Банан» с. Пурдовка вул. Молодіжна, 5а. Трансфер до Северодонецька. Вечеря 19:00 у ресторані готелю «Мир». Вільний час.

День 2

м. Северодонецьк – м. Старобільськ – с. Шульгінка – м. Северодонецьк

Сніданок 8:00 у ресторані готелю «Мир». 9:00 трансфер до м. Старобільська. 10:30 пішохідна екскурсія Старобільськом. Обід 13:00 у зеленій садиби Главацьких «Будинок майстрів», вул. Бурляя, 55, участь у майстер – класах з лозоплетіння, різьби по дереву, писанкарства. Трансфер 15:00 до с. Шульгинка зелена садиба «Добрі люди» вул. Партизанська, 24, участь у народних гуляннях та обрядах. 18:00 вечеря у зеленій садибі «Добрі люди». 19:00 трансфер до м. Северодонецька. Прибуття до готелю «Мир» у 20:15.

День 3

м. Северодонецьк – с. Городище – с. Новодеркул – м. Северодонецьк

Сніданок 8:00 у ресторані готелю «Мир». 9:00 – 11:15 трансфер до ботанічного заказника «Юницький» між с. Городище та с. Першотравневе, екскурсія до заказника. Обід 13:00 с. Городище садиба «Моя Мрія» вул. Підгірна, 66. 14:00 – 14:15 трансфер до с. Новодеркул, екскурсія на Деркульський кінний завод. 16:30 трансфер до м. Северодонецьк. 19:00 вечеря у ресторані готелю «Мир».

День 4

м. Северодонецьк – с. Криничне – смт. Мілове – с.Тишківка – м. Северодонецьк

Сніданок 7:00 у ресторані готелю «Мир». 7:30 трансфер до с. Криничне, 10:00 екскурсія до заповідника «Стрільцівський степ». 12:00 трансфер до смт. Мілове, 12:30 відвідування вистави Козачого кінного театру «Лугарі» смт. Мілове, вул. Луначарського, 155. Обід проходить на території театру. 15:00 трансфер до с. Тишківка, 16:15 екскурсія до с. Тишківка. 17:00 трансфер до м. Северодонецьк. Вечеря 19:30 у ресторані готелю «Мир».

День 5

м. Северодонецьк – смт. Новопсков – с. Осинове – м. Северодонецьк

Сніданок 8:00 у ресторані готелю «Мир». 8:30 трансфер до смт. Новопсков, 10:15 екскурсія Новопсковом, «Слобожанське подвір’я – Краєзнавчий музей», гора Пристін і джерело Солонка. 13:00 обід у кафе «Козеріг» вул. Леніна, 74. Трансфер до с. Осинове 14:00, екскурсія селом Осиновим та геологічної пам’яткої природи «Осиновські піщаники». 16:00 трансфер до м. Северодонецьк. Вечеря 18:00 у ресторані готелю «Мир».

День 6

м. Северодонецьк – с. Мілуватка – м. Северодонецьк

Сніданок 8:00 у ресторані готелю «Мир». 8:30 трансфер до с. Мілуватка, 10:00 екскурсія с. Мілуватка, екскурсія до парку – пам’ятки садово – паркового мистецтва «Мілуватський водолій» с. Мілуватка. Трансфер до м. Северодонецьк у 13:00. Прибуття до готелю «Мир» 14:30, виїзд з готелю.

Керівник туристського підприємства, що обслуговує маршрут:

**\_\_**Захарова Т.В.**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

П.І.Б. Підпис

ДОДАТОК Б

**ДОГОВІР № 31**

**про надання готельних послуг**

„8”,квітня 2018 р.

**Готель “Мир”,**  що діє на підставі свідоцтва про державну реєстрацію, іменоване надалі - "Виконавець", з однієї сторони, і **туристичний оператор “Навколо Луганщини”**, іменоване надалі "Замовник", в особі генерального директора ПІП,яка діє на підставі Статуту з іншої сторони, надалі „Сторони”, уклали даний Договір про наступне:

**1. Предмет договору**

1.1. За цим Договором Виконавець надає Замовнику готельні послуги, а саме послуги розміщення, тимчасового проживання, харчування проживаючого в Готелі у спеціально обладнаному жилому приміщенні (номері) відповідно до замовлення на бронювання, та інші послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням.

**2. Порядок бронювання послуг виконавця та їх надання**

2.1. Придбання (бронювання) послуг Виконавця здійснюється шляхом направлення Замовником письмового (по факсу або електронною поштою) замовлення на бронювання послуг Виконавця.

2.2. Після отримання замовлення на бронювання послуг, Виконавець підтверджує (бронює) дане замовлення, при наявності вільних місць, шляхом направлення по факсу або електронною поштою Замовнику рахунка із зазначенням вартості заброньованих послуг.

2.3. Замовник не менше ніж за 2 (дві) доби до дати заїзду Клієнтів, інформує Виконавця в письмовій формі (по факсу або електронною поштою) про графік заїзду Клієнтів із зазначенням строків проживання, дати і часу заїзду, кількості місць і номерів, категорію номерів, прізвища та ініціали Клієнтів, кількість дітей, та їх вік, додаткові ліжка.

2.4. Продовження проживання Клієнтів понад термінів, що вказані у замовленні, незалежно від його причин (в т.ч. у зв'язку з достроковим заїздом, більш пізнім виїздом, у зв'язку з відсутністю зворотних білетів), а також розміщення Клієнтів, що прибули без попереднього бронювання проводиться при наявності вільних місць і оплачується ними безпосередньо Виконавцю. Плата за послуги визначається на момент заїзду. Часом виїзду з готелю є 14 годин, часом заїзду – 12 годин.

2.5. Ціни на заброньовані Замовником послуги Виконавця не можуть бути змінені.

**3. Права та обв’язки сторін**

3.1. Замовник зобов'язаний:

3.1.1. Надсилати Виконавцю письмові замовлення на бронювання готельних послуг у відповідності з умовами даного Договору.

3.1.2. Доводити до відома Клієнтів необхідну і отриману від Виконавця інформацію щодо готельних послуг, які ним надаються та порядок їх надання.

3.1.3. Своєчасно здійснювати оплату заброньованих послуг в строки та в порядку, визначеними Сторонами.

3.1.4. Письмово повідомляти Виконавця про анулювання замовлення не менше ніж за 14 днів до дати заїзду Клієнтів (своєчасне анулювання).

3.2. Замовник має право:

3.2.1. Самостійно і на власний розсуд встановлювати умови власних розрахунків з Клієнтами (умови, строки, порядок бронювання, анулювання заброньованих послуг).

3.2.2. З власної ініціативи достроково здійснювати розрахунки з Виконавцем.

3.2.3. Відмовитися від готельних послуг Виконавця анулювавши відповідне замовлення у строки визначені п. 3.1.4 даного Договору.

3.3. Виконавець зобов'язаний:

3.3.1. Зобов'язаний надати необхідну і достовірну інформацію про послуги з готельного обслуговування, їх види і особливості, про порядок і терміни оплати послуг готелю та надати проживаючому на його прохання інші пов'язані із договором і відповідним готельним обслуговуванням відомості.

3.3.2. Своєчасно (не менш як за 14 днів) інформувати Замовника про зміни в умовах надання і вартості готельних послуг Виконавця, що вказані у Додатках до даного Договору.

3.3.3. Приймати, опрацьовувати і підтверджувати отримані замовлення на надання готельних послуг в термін не більше 24 годин з моменту їх отримання.

3.3.4. Нести відповідальність за якість наданих послуг відповідно до умов даного Договору та чинного законодавства України та Греції.

3.3.5. При наданні послуг Клієнтам дотримуватись умов (вимог), визначених в замовленні на бронювання послуг, поданій Замовником.

**4 . Взаєморозрахунки сторін**

4.1. Умови надання і вартості готельних послуг Виконавця вказані в Додатках, які є невід’ємною частиною даного Договору.

4.2. Ціни на послуги Виконавця, що є предметом даного Договору визначаються Сторонами у Додатках, що є невід'ємною частиною даного Договору. Дані ціни (вартість послуг) включають в себе усі витрати, які можуть бути понесені Виконавцем під час виконання даного Договору.

**5. Відповідальність сторін**

5.1. У випадку порушення своїх зобов’язань за цим Договором Сторони несуть відповідальність відповідно до чинного законодавства України. Порушенням зобов’язання є його невиконання або неналежне виконання, тобто виконання з порушенням умов, визначених змістом виконання.

5.2. У випадку ненадання заброньованих Замовником готельних послуг з вини Виконавця, Виконавець сплачує Замовнику штраф у розмірі повної вартості бронювання.

**6. Форс - мажор**

6.1. Сторони не несуть відповідальності за даним Договором, якщо неможливість виконання ними своїх зобов'язань виникла через обставини нездоланної сили (форс-мажорні обставини), що не залежать від волі Сторін і знаходяться поза їхньою компетенцією, що підлягає доведенню Стороною, яка посилається на такі обставини. До таких обставин відносяться, зокрема, військові події, природні катаклізми, страйки й інші подібні обставини. Документом, що підтверджує обставини нездоланної сили є довідка ТПП за місцем перебування відповідної Сторони.

**7. Інші умови**

7.1. Договір складений українською та грецькою мовою в 2-х примірниках, що мають рівну юридичну силу.

7.2. На відносини Сторін, не врегульовані даним Договором, поширюються норми діючою законодавства України.

7.3. Цей Договір може бути змінений, припинений або доповнений за згодою Сторін. Сторони зберігають за собою право достроково розірвати цей Договір в порядку, передбаченому умовами даного Договору. Сторона, що має намір розірвати Договір зобов'язана за місяць до бажаної дати розірвання Договору направити іншій Стороні письмове повідомлення із зазначенням причин, що викликали таке рішення. Не пізніше 30 (тридцяти) днів від дати направлення вищезазначеного повідомлення, Сторони повинні провести кінцевий розрахунок між собою по даному Договору.

7.4. Сторони визнають, що усі умови даного Договору є конфіденційними відомостями, і жодна із сторін зобов'язується не розголошувати умови даного Договору будь-яким 3-м особам, в т.ч. і Клієнтам.

7.5. Строк дії даного договору складає 1 (один) рік з моменту його укладення.

**8.ЮРИДИЧНІАДРЕСИІПІДПИСИСТОРІН**

|  |  |
| --- | --- |
| **ЗАМОВНИК**  Генеральний директор  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (підпис) | **ВИКОНАВЕЦЬ**  Генеральний директор  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (підпис) |

ДОДАТОК В

**РОЗРАХУНОК ВАРТОСТІ ТУРУ**

«Шляхами незвіданої Луганщини»

(назва туру)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № з/п | Назва статті | Вартість за одиницю (у.о./грн.) | | Кількість (од./ діб) | Загальна вартість (грн.) |
| 1. | Вартість проживання (за умовами розміщення) | 20 | 191,50 | 5 | 957,50 |
| 2. | Вартість харчування:  - *сніданок:*  *- обід:*  *- вечеря:* | 20  20  20 | 30  50  50 | 5  5  5 | 150  250  250 |
| 3. | Вартість проїзду:  *Автобус 1км/12грн (574 км)* | 20 | 350,50 |  | 350,50 |
| 4. | Екскурсійна програма: |  |  |  |  |
| 4.1 | *Кінний театр* | 20 | 60 |  | 60 |
| 4.2 | *Краєзнавчий музей смт.Новопсков* | 20 | 10 |  | 10 |
| 5.3 | *Еко-база «Лимон-Банан»* | 20 | 50 |  | 50 |
| 5.4 | *Деркульський кінний завод* | 20 | 15 |  | 15 |
| 6. | Страхування |  | 25 |  | 25 |
| 7. | Послуги гіда |  | 150 | 6 | 900 |
| Загальна вартість туру:  за умов різних варіантів розміщення | |  |  |  | 3018 |

ДОДАТОК Г

**Договір на туристичне обслуговування № \_\_\_\_15\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

м. Северодонецьк «5» \_квітня\_\_ \_2018\_ р.

*Туроператор:* **Товариство з обмеженою відповідальністю «Навколо Луганщини»**, платник єдиного податку за ставкою 5%, ліцензія Державного агентства України з туризму та курортів серія АГ № 580913 від 22.03.2012 р, місцезнаходження: вул. Донецька, буд 41, м. Северодонецьк, 01030, тел.: (050) 234-85-68, фінансове забезпечення відповідальності в розмірі 20 000 євро надано ПАТ «Банк« Контракт' », в особі Генерального директора Єрохіної Вікторії Олегівни, що діє на підставі Статуту, з одного боку, і Замовник: (П.І.Б.) \_Ракова Олена Володимірівна\_\_ (конт.тел) +38 (050) 675 43 23\_, який проживає (а) за адресою Донецька область, м. Славянськ, вул. Незалежності 3/18\_\_, що діє (а) на підставі особистого волевиявлення у власних інтересах та / або інтересах третіх осіб (туристів): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, з іншого боку, разом іменовані - Сторони, прийшли до угоди і уклали цей Договір про нижче викладене:

**1. Визначення понять**

1.1. Терміни, що використовуються в цьому Договорі, вживаються у значенні, наведеному в Законі України "Про туризм".

**2. Предмет Договору**

2.1. В порядку та на умовах, визначених цим Договором, Туроператор зобов'язується забезпечити за замовленням і за рахунок Замовника надання туристичного продукту (комплексу туристичних послуг), індивідуально-визначені характеристики, якого наведені в Заявці на бронювання туристичного обслуговування, підписаної Сторонами.

2.2. Заявка на бронювання туристичного обслуговування є невід'ємною частиною цього договору.

**3. Зобов'язання сторін**

3.1. Туроператор зобов'язується:

3.1.1. До початку надання туристичних послуг на вимогу Замовника надати йому таку інформацію:

- Загальні умови типового (публічного) договору на надання туристичних послуг (за його наявності);

- Програма туристичного обслуговування;

- Характеристика транспортних засобів, що здійснюють перевезення, у тому числі їх вид і категорія, терміни стикувань (сполучення) рейсів, а також іншу обов'язкову інформацію, передбачену кодексами і правилами перевезень (якщо перевезення входить до складу туристичного обслуговування);

- Характеристику готелів, інших місць розміщення туристів, у тому числі їх місце розташування, класифікація за законодавством країни (місцевості) тимчасового перебування, відомості про підтвердження відповідності послуг готелю встановленим вимогам, відомості про правила тимчасового проживання, строки і порядок оплати готельного обслуговування, а також інша обов'язкова інформація, передбачена Законом України «Про туризм», іншими нормативно-правовими актами (якщо готельне обслуговування входить до складу туристичного обслуговування);

- Звичаї місцевого населення, пам'ятки природи, історії, культури та інші об'єкти туристичного показу, що знаходяться під особливою охороною, стан навколишнього природного середовища, санітарна і епідеміологічна обстановка;

- Правила в'їзду в країну (місцевість) тимчасового перебування та перебування там;

- Види і способи забезпечення харчування під час туристичної поїздки;

- Види і тематика екскурсійного обслуговування, порядок зустрічей і проводів, супроводу туристів;

- Дата і час початку та закінчення туристичного обслуговування, його тривалість;

- Мінімальна кількість туристів у групі, терміни інформування туриста про те, що туристична поїздка не відбудеться через недобір групи (якщо туристичний продукт замовлений на умовах групового обслуговування);

- Страхова організація, що здійснює страхування ризиків, пов'язаних з наданням туристичного обслуговування, розмір страхових відшкодувань, порядок і умови їх виплати, можливість добровільного страхування збитків при ануляції турпродукту, втраті багажу і т.п.;

- Ціна туристичного обслуговування і порядок здійснення оплати;

- Місце перебування організації (організацій), уповноваженої туроператором на прийняття претензій туристів, а також адреси і телефони українських дипломатичних установ у країні тимчасового перебування або місцевих служб, до яких можна звернутися у разі виникнення труднощів під час туристичної поїздки.

3.1.2. За умови повної оплати Замовником вартості Туристичного продукту в визначені цим договором терміни видати йому проїзні документи (квитки), документ про підтвердження бронювання турпродукту, страхові поліси, та інші документи, необхідні для надання туристам туристичного продукту, зазначеного в Заявці на бронювання.

3.1.3. Забезпечити надання повністю і належним чином туристичного продукту, зазначеного в Заявці на бронювання.

3.1.4. На основі угоди зі страховиком, забезпечити обов'язкове страхування туристів (медичне та від нещасного випадку). У разі настання страхового випадку відповідальність перед туристами несе страховик згідно з умовами страхування, зазначеними в договорі страхування (страховому полісі). Туристи вправі самостійно укласти договір страхування (медичне та від нещасного випадку). У цьому випадку Замовник зобов'язаний надати копію договору страхування (страхового поліса) Туроператору не пізніше моменту підписання Заявки на бронювання туристичного обслуговування.

3.1.5. За запитом Замовника, 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 Замовник 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. Сума консульського збору поверненню не підлягає, незалежно від результатів розгляду заяви про видачу візи. Туроператор невідкладно, як тільки йому стало відомо про це, вживає заходів до інформування Замовника про прийняте дипломатичною установою (імміграційною службою) рішення про надання віз або про відмову у їх видачі.

3.1.6. Надавати Замовнику, за його запитом, інформацію про хід виконання замовлення.

3.2. Замовник зобов'язується:

3.2.1. Уважно ознайомитися з умовами цього договору, дотримуватись і виконувати їх у повному обсязі.

3.2.2. Надати Туроператору всі необхідні для бронювання Туристичного продукту відомості та документи (їх копії) в необхідній кількості примірників, а також перевірити правильність оформлення документів, виданих Туроператором.

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

3.2.4. За запитом Туроператора і в зазначені ним терміни, надати достовірні документи та інші персональні дані туристів, необхідні для підготовки та подання пакету документів на отримання візи.

3.2.4. Забезпечити дотримання туристами під час подорожі правил особистої безпеки.

3.2.5. 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 Замовнику.

3.2.6. При поїздках в країни з підвищеним рівнем епідеміологічного ризику забезпечити наявність необхідних щеплень та вакцинації у туристів. За запитом Туроператора, надати документи, що підтверджують проведення таких щеплень і вакцинацій.

3.2.7. Сплатити в повному обсязі вартість туристичного продукту в строк, встановлений цим Договором.

3.2.8. У випадках здійснення поїздки на умовах групового обслуговування, точно і неухильно виконувати програму поїздки, виконувати рішення керівника групи (гіда) з усіх питань організації поїздки (туру) і переміщень групи.

**4. Права сторін**

4.1. Туроператор має право на:

4.1.1. Отримання від Замовника 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.

4.1.2. Відшкодування Замовником шкоди, заподіяної Туроператору неправомірними діями Замовника та / або туристів.

4.2. Замовник має право на:

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

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

4.2.3. Належне надання Замовнику та / або Туристам туристичного продукту, замовленого та оплаченого у відповідності з цим договором.

4.2.4. Відшкодування матеріальної та моральної шкоди у разі невиконання або неналежного виконання умов цього договору Туроператором.

**5. Вартість Туристичного продукту і порядок розрахунків**

5.1. Вартість туристичного продукту вказана в Заявці на бронювання туристичного облуговування № \_\_\_\_\_15\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ от\_05.05.2018 р.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

5.2. Замовник зобов'язаний оплатити повну вартість туристичного продукту в термін, зазначений у Заявці на бронювання туристичного облуговування № \_15\_\_\_\_\_\_ от\_05.05.2018 р.\_\_\_\_\_\_\_\_, шляхом внесення грошових коштів на поточний рахунок Туроператора.

5.3. Оплата Замовником вважається здійсненою в момент зарахування всієї суми коштів на поточний рахунок Туроператора.

5.4. У разі невиконання або неналежного виконання Замовником зобов'язань по оплаті Туристичного продукту Туроператор має право відмовитися від договору і стягнути з Замовника фактично понесені, їм у зв'язку з здійсненим виконанням замовлення, витрати.

**6. Відмова від договору**

6.1. Туроператор має право відмовитися від виконання цього договору лише за умови повного відшкодування Замовнику реального збитку, понесеного у зв'язку з відмовою Туроператора від Договору, в документально підтвердженому розмірі, крім випадків, коли відмова Туроператора від Договору обумовлений неправомірними діями Замовника (Туристів).

6.2. Замовник має право відмовитися від виконання цього договору, відшкодувавши Туроператору понесені ним до моменту одержання відмови Замовника витрати в повному розмірі.

**7. Форс-мажорні обставини**

7.1. Сторони звільняються від відповідальності за невиконання обов'язків по даному Договору, якщо це невиконання є наслідком обставин непереборної сили (форс-мажор). Під обставинами непереборної сили слід розуміти надзвичайні і непередбачувані обставини, що знаходяться поза контролем туроператора та Замовника / туристів, впливу яких не можна було уникнути, а саме: стихійне лихо, страйк, оголошена та неоголошена війни, військовий конфлікт, терористичний акт, блокада, революція, заколоти, повстання, масові заворушення, громадські демонстрації, саботаж, акти вандалізму, блискавка, пожежа, буря, повінь, землетрус, снігові замети, ожеледь, вибухи, а також зміна чинного законодавства України або країни тимчасового перебування туриста, внаслідок яких цей Договір не можна було виконати на прийнятих Сторонами умовах.

**8. Відповідальність Сторін**

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

8.2. У разі ненадання або неналежного надання туристам належним чином оплачених туристичних послуг, Туроператор зобов'язується відшкодувати Замовнику вартість не наданих послуг або відповідну частину вартості неналежних наданих послуг;

8.3. Туроператор не несе відповідальності за збереження особистого багажу, цінностей і документів та іншого майна Замовника та / або туристів протягом всієї подорожі, а також не відшкодовує додаткові витрати Замовника (туристів), пов'язані з несвоєчасним прибуттям туристів в аеропорти по маршруту подорожі, місця виїзду, реєстрації туристів тощо.

8.4. Туроператор не несе відповідальності за витрати Замовника та / або туристів, пов'язані з настанням страхового випадку. З усіх питань, пов'язаних з настанням страхового випадку, Замовнику / туристам необхідно звертатися до страховика, зазначеному в страховому полісі за наведеними там контактними телефонами (адресами).

8.5. Туроператор не несе відповідальності і не відшкодовує вартість оплачених Замовником послуг, якими Замовник та / або Туристи не скористалися в період подорожі з причин, не пов'язаних з неправомірними діями Туроператора. Туроператор не несе відповідальності у випадку не надання Замовнику / Туристам послуг і / або несвоєчасного повернення Замовника / Туристів в Україну, якщо це обумовлено недотриманням ними умов цього Договору та / або іншими неправомірними діями.

8.6. Туроператор не несе відповідальності за невідповідність будь-яких туристичних послуг, які входять до складу Туристичного Продукту, невиправданими / завищеними очікуваннями Замовника та / або Туристів, а також за суб'єктивну негативну оцінку ними якості туристичних послуг.

8.7. Розмір майнової відповідальності Туроператора перед Замовником / туристами не може перевищувати обсягу фактично заподіяної шкоди.

**9. Інші умови**

9.1. Претензії Замовника та / або Туристів з питань відмови у видачі візи та / або недотримання термінів видачі, пошкодження або втрати документів туристів дипломатичною установою (імміграційною службою) держави тимчасового перебування не підлягають розгляду Туроператором і не можуть бути передані Туроператором на розгляд зазначених установ у зв'язку з наявністю у них дипломатичного імунітету.

Претензії Замовника та /або Туристів з питань здійснення страхування не підлягають розгляду Туроператором і можуть бути спрямовані туристами, на ім'я яких було оформлено страховий поліс, безпосередньо в страховою компанію в порядку і на умовах, визначених договором страхування (страховим полісом).

Претензії Замовника та / або Туристів з питань виконання регулярних повітряних перевезень не підлягають розгляду Туроператором по суті і передаються їм на розгляд Авіакомпанії перевізника, за умови подання Замовником всіх необхідних документів, для підтвердження вимог, викладених претензії.

Претензії Замовника та / або Туристів з питань виконання чартерних повітряних перевезень розглядаються Туроператором по суті згідно з чинними Правилами повітряних перевезень пасажирів і багажу, при цьому до відповідальності Туроператора застосовуються всі умови і обмеження, які встановлені для авіакомпаній перевізників законодавства та / або міжнародними договорами України.

9.2. У разі, якщо після прибуття Туристів до країни тимчасового перебування, Туроператору стало відомо про неможливість надання всіх або частини замовлених послуг у зв'язку з виниклими порушеннями в роботі готелю, іншого засобу розміщення (технічна несправність обладнання, поломки комунальних мереж і т.п.) або іншими обставинами, що знаходяться поза контролем Туроператора і виникнення яких Туроператор не міг передбачити, Туроператор має право вести зміни до програми обслуговування (туру) та забезпечити надання Туристам аналогічних за обсягом та якістю послуг дорівнює або вищої вартості, без стягнення доплати з Замовника / Туристів, і такі дії Туроператора не будуть порушенням умов цього Договору.

9.3. Замовник підтверджує, що до моменту укладення цього Договору йому була надана в повному обсязі вся необхідна, достовірна і доступна інформація, надання якої вимагається чинним законодавством України, а також інша інформація, визначена Туроператором.

9.3.1.Заказчік підтверджує отримання інформації про необхідність оплати споживачами готельних послуг, туристичного збору при поселенні в готелі / аналогічні засоби розміщення на території України і гарантує виконання Туристами зазначених вимог (у разі якщо в туристичний продукт входять послуги з тимчасового розміщення, що надаються на території Україна). У разі несплати туристами туристичного збору, Туроператор не несе відповідальності за надання передбачених Заявкою на бронювання послуг і не здійснює повернення їх вартості.

9.4. Недійсність однієї або кількох умов цього договору не тягне за собою недійсність договору в цілому.

**10. Підписи сторін**

**Туроператор Замовник**

**ТОВ «Навколо Луганщини»**

Юр. адреса: м. Северодонецьк, вул. Донецька,41

Факт. адрес: м. Северодонецьк, вул. Донецька,41

Тел./факс (050)234-85-68

e-mail: luganshina-tur@gmail.com

п/р: 26004601356946 в АТ «ОТП Банк», м Києва, МФО 300528

ЄДРПОУ 38078272

**Генеральный директор О.О.Петрова** Ракова Олена Володимирівна**\_**

Підпис Підпис

ДОДАТОК Д

**ЗАЯВКА НА БРОНЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ**

Замовник (П.І.Б.) Ракова Ольга Володимирівна\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

проживає за адресою: Донецька область, м. Слов’янськ, вул. Незалежності 3/18\_\_\_\_\_\_\_

контактний телефон: +38 (095) 419 94 91\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

чинний (ая) на підставі особистого волевиявлення у власних інтересах та / або інтересах третіх осіб (туристів):

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Прізвище** | **Ім’я** | **Дата народження** | **№ паспорта/свідоцтво про народження** |
| 1. | Козлова | Олена | 11.10.2002 | 1 ЕД №786545 |
| 2. | Соколова | Альона | 03.09.2002 | 1 ЕД №876756 |
| 3. | **Васільєв** | **Василій** | 23.08.2001 | **1 ЕД №908765** |
| 4. | **Дергачев** | **Леонід** | 07.05.2001 | 1 ЕД №254698 |
| 5. | **Шишкіна** | **Тетяна** | 10.10.2001 | 1 ЕД №215698 |
| 6. | **Павлова** | **Ганна** | 05.02.2002 | 1 ЕД №324578 |
| 7. | **Грачьова** | **Ганна** | 20.06.2002 | 1 ЕД №259863 |
| 8. | **Сомова** | **Дарина** | 24.01.2002 | 1 ЕД №256698 |
| 9. | **Петров** | **Іван** | 07.06.2001 | 1 ЕД №236598 |
| 10. | **Кіслова** | **Тетяна** | 25.02.2001 | 1 ЕД №335647 |
| 11. | **Сєров** | **Павел** | 03.03.2001 | 1 ЕД №214587 |
| 12. | **Сініцина** | **Валентина** | 12.05.2002 | 1 ЕД №258974 |
| 13. | **Зайцева** | **Олена** | 03.05.2002 | 1 ЕД №321456 |
| 14. | **Ворошилова** | **Марина** | 10.10.2001 | 1 ЕД №875496 |
| 15. | **Кротов** | **Віталій** | 14.12.2001 | 1 ЕД №254986 |
| 16. | **Собко** | **Максим** | 01.01.2011 | 1 ЕД №326547 |
| 17. | **Лісіцина** | **Ганна** | 27.11.2001 | 1 ЕД №124589 |
| 18. | **Зорін** | **Денис** | 12.05.2002 | 1 ЕД №547812 |
| 19. | **Зоріна** | **Богдана** | 06.03.1973 | **ЕК 873645** |
| 20. | **Ракова** | **Олена** | 12.07.1975 | **ЕН 459087** |

замовляє Туроператору Товариству з обмеженою відповідальністю «Навколо Луганщини», платник єдиного податку за ставкою 5%, ліцензія Державного агентства України з туризму та курортів серія АГ№ 580913 від 22.03.2012 р, місцезнаходження:. вул. Донецька, буд 41, м. Северодонецьк, 01030, тел.: (050) 234-85-68, фінансове забезпечення відповідальності в розмірі 20 000 євро надано ПАТ «Банк« Контракт», діє в особі Генерального директора Єрохіної Вікторії Олегівни, що діє на підставі Статуту, бронювання нижчеподаного турпродукту (комплексу туристичних послуг) - далі «Замовлення»:

Строки подорожі з **\_**20.05.2018**\_\_\_\_\_\_\_\_\_**28 April 2002 г. по **\_**26.05.2018**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Маршрут: «Шляхами незвіданої Луганщини»**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Країна - \_**Україна**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_; Місто - \_**Северодонецьк**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.**

Транспортне обслуговування: **\_\_**автобус Mersedes Benz Beluga**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.**

Готель/інший засіб розміщення та його категорія: готель «Мир», без категорії\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (категорія готелю зазначена за класифікацією туристичної компанії-партнера)

Категорія номеру з зазначенням зручностей\*:

**Тип номеру: \_**економ**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Розміщення: \_**4 людини у номері**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Страховка: **\_\_**є**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Екскурсії: «Баранячі лоби – Айдарська тераса», ботанічний заказник «Юницький», краєзнавчий музей заказника, екскурсія містом Старобільськом, Стрілецький степ, краєзнавчий музей смт. Новопскова, Деркульський кінний завод.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(зазначити, які екскурсії входять до вартості подорожі)

Додаткові послуги: \_екскурсія містом Северодонецьком\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Загальна вартість замовлення (з урахуванням вартості послуг Туроператора) становить: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ гривень.

При підписанні цієї Заявки,Замовник оплачує передоплату в сумі \_\_1000\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_грн. на день підписання заявки.

**Умови бронювання туристичних послуг за даною заявкою:**

1. Після підписання цієї заявки Туроператор протягом \_\_\_\_ робочих днів повідомляє Замовника про зроблений бронюванні туристичних послуг, або про неможливість твори бронювання. Повідомлення здійснюється усно, за допомогою телефону або при візиті Замовника в офіс Туроператора. Бронювання здійснюється в електронній формі.

1. У випадках якщо, після підписання цієї Заявки, Замовником подається письмова заява про відмову від послуг Туроператора, або якщо в день здійснення бронювання Замовником не оплачена повна вартість Замовлення та / або не підписано Договір на туристичне обслуговування, пропонований Туроператором, Заявка розривається Туроператором без окремого повідомлення , з утриманням понесених Туроператором витрат, включаючи вартість послуг з обробки Замовлення.

3. Внесення змін до Замовлення після підписання цієї Заявки проводиться тільки шляхом розірвання цієї Заявки в порядку, зазначеному в п.2., І підписання нової.

4. При творі остаточних розрахунків вартість послуг з обробки Замовлення зараховується в загальну вартість Замовлення.

5. У разі неможливості здійснити замовлення відповідно до цієї Заявкою, Туроператор зобов'язується негайно, як тільки йому про це стане відомо повідомити Замовника про це для прийняття ним рішення про оформлення нової Заявки зі зміненими кількісними та / або якісними характеристиками Замовлення або про повернення Туроператором раніше внесеної вартості послуг з обробки Замовлення.

6. Замовником отримана вся необхідна, доступна і достовірна інформація про умови організації Туроператором туристичного обслуговування по даній Заявці, в тому числі:

6.1. інформація щодо умов надання послуг розміщення:

- Час заселення та звільнення номеру встановлюється адміністрацією готелю або аналогічного засобу розміщення;

- Розселення відбувається в наявних звільнилися номерах підтвердженої категорії на розсуд адміністрації готелю або аналогічного засобу розміщення. Якщо в цінових пропозиціях готелю або аналогічного засобу розміщення не передбачена різниця в ціні на номери з видом на море, а так само за поверх, віддаленість від галасливих місць і пляжу і т.п. додаткових характеристик, при бронюванні побажання щодо розселення можуть бути враховані, але не можуть бути гарантовані Туроператором і внесені в документ про підтвердження бронювання туристичних послуг (турпродукту). Побажання Замовника за вищевказаними додатковим характеристикам доводяться Туроператором до відома приймаючої сторони, при цьому Туроператор не бере на себе жодних зобов'язань з надання туристу бажаних вимог з саме такими додатковими характеристиками, не внесеними документ про підтвердження бронювання туристичних послуг (турпродукту), незалежно від того, чи були вони зазначені при оформленні цієї Заявки або висловлені усно.

- Кондиціонери в готелях або аналогічних засобах розміщення, як правило, працюють за певним графіком, установленим адміністрацією;

- Перелік платних і безкоштовних послуг, що надаються готелем або аналогічним засобом розміщення, може змінюватися за рішенням адміністрації без попереднього повідомлення;

- Режим роботи відкритих (критих) басейнів, водних атракціонів і занять водними видами спорту, а також лижних підйомників та інших подібних послуг встановлюється на розсуд адміністрації і залежить від погодних умов;

- У випадку не виконання Замовником / туристом встановлених адміністрацією відповідного закладу, а саме: готель або аналогічний засіб розміщення, підйомник і т.п., правил поведінки, умов надання окремих послуг, та інших вимог, Замовнику / туристу може бути відмовлено в розміщенні і перебуванні на території готелю, а також у наданні інших оплачених послуг із Замовлення без відшкодування матеріального і морального збитку.

- Система харчування, відповідно до зазначеної в Заявці, діє з різними обмеженнями за часом роботи, меню продуктів і напоїв, які встановлюються на розсуд адміністрації готелю або аналогічного засобу розміщення.

6.2. Детальна інформація щодо розміру та порядку відшкодування витрат Туроператора при розірванні Договору на туристичне обслуговування вказується на офіційному сайті Туроператора www.navkolo-luganshini.com.ua:

У випадках розірвання Договору на туристичне обслуговування витрати Туроператора, що підлягають відшкодуванню Замовником, орієнтовно складають:

а) при ануляції послуг розміщення:

- 25% вартості послуг розміщення при ануляції - у термін не менше 15 діб до дня початку поїздки

- 50% вартості послуг розміщення при ануляції - в строк не менше 8 діб до дня початку поїздки

- 75% вартості послуг розміщення при ануляції - у термін не менше 3 діб до дня початку поїздки

- 100% вартості послуг розміщення при ануляції - в термін менше 3 діб до дня початку поїздки.

У періоди підвищеного попиту на послуги розміщення, а саме:

- Новорічні та Різдвяні свята (20 грудня-15 січня відповідного року);

- Травневі свята (26 квітня - 10 травня відповідного року)

- Святкування інших свят, проведення різного роду заходів, як-то конференції, концерти, спортивні змагання тощо), країни перебування туристичної подорожі, які характеризуються підвищеним попитом на туристичні послуги на такий напрямок, і в інших випадках, на вимогу партнера , може стягуватися до 100% вартості послуг розміщення, незалежно від терміну анулювання.

б) при ануляції повітряного перевезення:

- 100% вартості квитків, незалежно від дати ануляції, включаючи авіаквитки на чартерні рейси, а також, авіаквитки на регулярні рейси продані за тарифами перевізника, які не передбачають можливість повернення сум («Не повернення»).

в) при ануляції послуг трансферу, екскурсій, супровід гіда і інших подібних послуг, включених до замовлення:

- 100% вартості, незалежно від дати ануляції.

г) при ануляції турпродукту, що передбачає відвідування країни з візовим режимом:

- 100% сум, переданих Туроператору для оплати в посольство (консульство) за розгляд питання про видачу візи.

6.2.1. Остаточна сума витрат визначається при підтвердженні ануляції, і доводитися Туроператором до відома Замовника з подальшим її утриманням з раніше отриманої оплати.

6.2.2. Відшкодування витрат Туроператора здійснюється шляхом утримання ним коштів з раніше отриманої від Замовника оплати Замовлення з подальшим поверненням залишку, при його наявності з одночасним повідомленням Замовника про розміри і підстави виникнення витрат.

7. Інформація про туристичні послуги надається Замовнику шляхом ознайомлення з каталогами, інший рекламною продукцією Туроператора, матеріалами сайту Туроператора, цим Договором, Заявкою на бронювання, а також у формі усних пояснень менеджерів Туроператора. Інформація, що міститься в каталогах і інших рекламних матеріалах Туроператора, подана за станом на момент складання каталогу і згодом може не відповідати зміненим фактичним даним. Туроператор не несе відповідальності за зміни, що відбулися після укладення Заявки та Договору, про які йому не було відомо на момент їх укладення.

8. При наданні інформації про категорії (зірковості) готелів або аналогічних засобів розміщення, в т.ч. при оформленні документів про підтвердження бронювання туристичних послуг (турпродукту), Туроператор керується виключно класифікацією готелів, виробленої туристичними компаніями-партнерами, що забезпечують обслуговування туристів на території країни тимчасового перебування. Класифікація готелів проводиться кожною такою компанією-партнером виходячи із стандартів її ділової практики, і може не співпадати з категорією (зірковістю), яка визначена офіційними органами або адміністрацією готелю. У зв'язку із значними відмінностями практики нормативного регулювання стандартизації та сертифікації послуг в готелях або засобах тимчасового розміщення в іноземних державах, офіційні документи, що підтверджують сертифікацію послуг, можуть бути надані Замовнику / туристам тільки при їх наявності у компанії-партнера.

9. У разі якщо, після прибуття Замовника / туристів в країну (місцевість) тимчасового перебування, Туроператору стало відомо про неможливість поселення туристів в готель або номер, передбачені Замовленням, в слідстві яких порушень в роботі готелю або аналогічного засобу розміщення або інших причин, що знаходяться поза контролем Туроператора, Туроператор має право на свій розсуд поселити туристів в інший готель / номер рівною або більш високої категорії / вартості, розташований в межах місцевості тимчасового перебування, передбаченої програмою туру, не стягуючи при цьому додаткову оплату, і такі дії Туроператора не можуть бути кваліфіковані як порушення зобов'язань за цим Договором.

10. Туроператор не несе відповідальності за дії прикордонних, митних, імміграційних та інших державних органів країн, які відвідують або перетинають Замовник / туристи, а також за відсутність у Замовника / туристів в момент проходження прикордонного / митного / імміграційного контролю документів, що дають право на перетин державного кордону , в тому числі у випадках виїзду закордон дітей або виїзду з тваринами. Зобов'язання Туроператора по оформленню документів обмежуються переліком, передбаченим в п. 3.1.2. Договору на туристичне обслуговування. Туристи самостійно проходять процедури митного та паспортного контролю, контролю на безпеку, а також всі процедури, пов'язані з транзитним перельотом. При виїзді дітей у супроводі тільки одного з батьків (опікунів), або без супроводу батьків (опікунів) необхідно пред'явлення оригіналу проїзного документа дитини, а також оригіналу нотаріально завіреного дозволу другого з батьків (опікуна) або обох батьків (опікунів) на виїзд дитини за кордон. Фотографії дітей старше 5 років повинні бути вклеєні в паспорти батьків. Здійснення поїздки з тваринами можливо, тільки якщо це передбачено умовами Замовлення, при цьому необхідно виконання правил перетину кордону з тваринами, а також правил перевезення і розміщення тварин. При недотриманні зазначених у цьому пункті умов, Туроператор не несе відповідальності за не надання туристичних послуг, а сплачена Замовником вартість Замовлення не повертається.

11. Туроператор не несе відповідальності і не здійснює повернення оплати у випадках:

- Відмови Замовника / туристів, по приїзду в країну тимчасового перебування від надання заброньованих Туроператором послуг;

- Не надання Замовнику / туристам у наданні туристичних послуг та / або несвоєчасного повернення їх в Україну, якщо це було обумовлено неправомірними діями туристів, або недотриманням термінів, зазначених у програмі туристичного обслуговування, авіаквитках і т.п.

- Не надання / надання не в повному обсязі Замовнику / туристам туристичних послуг, якщо це було зумовлено діями прикордонної служби, органів митного контролю, імміграційної служби, та інших державних органів країн, які відвідують або перетинають туристи.

- Не надання / надання не в повному обсязі Замовнику / туристам туристичних послуг, якщо це було зумовлено рішенням Замовника / туристів про дострокове повернення в Україну (при цьому витрати, пов'язані з достроковим припиненням поїздки, включаючи плату за зміну дати вильоту в авіаквитках, Замовник / туристи несуть самостійно).

12. Туроператор не несе відповідальності за належну якість та безпеку послуг, не включених до замовлення, які були додатково замовлені Замовником / туристами в період поїздки в країні прямування та / або тимчасового перебування.

13. Туроператор не несе відповідальність за суб'єктивне сприйняття туристами умов проживання.

14. Ця Заявка оформлена в 2-х примірниках, один з яких отримано Замовником.

Замовник підтверджує, що до моменту оформлення цієї Заявки Туроператором була надана вся необхідна інформація з наступних питань:

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

- Медичні застереження до здійснення туристичної поїздки, у тому числі протипоказання у зв'язку з певними захворюваннями, особливостями фізичного стану і віком осіб, які бажають брати участь в поїздці;

- Ризик захворювання малярією та / або курячим грипом, запобіжні заходи і профілактики, існуючі препарати і щеплення, необхідність повідомити дільничного лікаря про що відбулася поїздці до країни, ендемічних з малярії;

- Рекомендації Державної служби туризму і курортів Міністерства культури і туризму України, що стосуються необхідності максимального обмеження поїздок з метою недопущення поширення епідемії грипу;

- Туроператор, його місцезнаходження і поштові реквізити, наявність ліцензії на здійснення туристичної діяльності, наявність сертифікатів відповідності послуг та інша інформація, згідно з ЗУ «Про захист прав споживачів»;

- Розмір фінансового забезпечення туроператора на випадок його неплатоспроможності (банкрутства) та кредитну установу, яка надала таке забезпечення;

- Умови договору на туристичне обслуговування;

- Програма туристичного обслуговування;

- Характеристика транспортних засобів, що здійснюють перевезення, у тому числі їх вид і категорія, терміни стикувань (з'єднання) рейсів, а також інша обов'язкова інформація, передбачена кодексами і правилами перевезень (якщо перевезення входить до складу туристичного обслуговування);

- Характеристика готелів або аналогічних засобів розміщення туристів, у тому числі їх місце розташування, класифікація за законодавством країни (місця) тимчасового перебування, відомості про категорію готелю або аналогічного засобу розміщення, відомості про правила тимчасового проживання, строки і порядок оплати готельного обслуговування, умови бронювання по системі «бінго» і системи раннього бронювання, а також інша обов'язкова інформація, передбачена цим Законом, іншими нормативно-правовими актами (якщо готельне обслуговування входить до складу Замовлення);

- Звичаї 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;

- Правила в'їзду в країну (місце) тимчасового перебування і правила перебування там;

- Види і способи забезпечення харчування під час туристичної поїздки;

- Види і тематика екскурсійного обслуговування, порядок зустрічей і супроводу туристів;

- Дата і час початку та закінчення туристичного обслуговування, його тривалість;

- Відомості про мінімальну кількість туристів у групі, терміни інформування туриста про те, що туристична поїздка не відбудеться через недобір групи;

- Відомості про страхову організацію, яка здійснює обов'язкове (медичне і від нещасного випадку) страхування ризиків, пов'язаних з наданням туристичного обслуговування, розмір страхових відшкодувань, порядок і умови їх виплати, можливості додаткового страхування інших ризиків, пов'язаних з туристичною поїздкою;

- Туроператор надає інформацію про тариф, яким застрахований турист, що включає даний тариф страхування, туроператор попереджає про бездіяльність тарифу і знімає з себе всю відповідальність при самостійному замовленні Замовником / туристом на території країни перебування екскурсій з активним і небезпечним для життя видом розваг (рафтинг, джип-сафарі, квадроцикли, поїздка в аквапарк, дайвінг, парасейлінг, катання на парашутах і т.п.)

- Ціна туристичного обслуговування і порядок здійснення оплати;

- Порядок прийняття претензій туристів (в т.ч. адреса, місцезнаходження організацій, уповноважених приймати претензії), адреси і телефони українських дипломатичних установ у країні тимчасового перебування або місцевих служб, до яких можна звернутися у разі виникнення труднощів під час туристичної поїздки.

**Замовник** Ракова Олена Володимирівна\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_\_\_

(ПІБ) (підпис)

**Заявка прийнята Туроператором до виконання \_**11.05.2018**\_\_**

(дата замовлення)

**Генеральный директор ТОВ «Навколо Луганщини» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_О.О. Петрова**

(підпис)

ДОДАТОК Е

ДОГОВІР

на транспортне обслуговування

м.Київ “\_6\_\_” квітня\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2018 р.

ТОВ «Трансмарин», що діє на підставі Свідоцтва про державну реєстрацію В02 №646335 та ліцензії на право надання послуг з міжнародних та внутрішніх перевезень пасажирів та являється платником єдиного податку, названий у подальшому «Виконавець», з однієї сторони, і \_ТОВ «Навколо Луганщини»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ що діє на підставі АГ № 580913 від 22.03.2012 р. в особі директора Петрової О.О.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, названий у подальшому «Замовник», з другої сторони, разом названі у подальшому «Сторони», уклали цей Договір про наступне:

**1.Предмет договору**

1.1. За даним договором «Виконавець» приймає на себе зобов’язання по оформленню, організації та здійсненню пасажирського перевезення пасажирів за маршрутом Северодонецьк – Айдар – Миколаївка – Пурдовка – Старобільськ -0 Шульгінка – Городище – Новодеркул – Криничне – Мілове – Тишківка – Новопсков – Осинове – Мілуватка - Северодонецьк\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

на погоджених «Виконавцем» та «Замовником» умовах.

1.2.Довжина маршруту становить \_\_\_\_\_584\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ км.

1.3.Вартість транспортного обслуговування становить \_\_7008\_\_\_\_\_\_\_\_\_ грн..

**2. Права та обов’язки Сторін**

2.1. Виконавець зобов язується:

2.1.1. Ознайомити «Замовника» з умовами надання транспортних послуг;

2.1.2. Інформувати «Замовника» про умови, термін та вартість транспортних послуг, про можливі додаткові послуги;

2.1.3. Своєчасно подати автобус в обумовлені час та місце у належному технічному та санітарному стані;

2.1.4. Забезпечити культурне обслуговування та коректну поведінку водіїв підчас надання транспортних послуг;

2.1.5. Оформити відповідним чином необхідні документи для здійснення поїздки за кордон відповідно до вимог діючого законодавства;

2.1.6. Кількість водіїв (екіпаж автобуса) повинна відповідати нормам правил міжнародних та внутрішніх автобусних перевезень;

2.1.7. Контролювати роботу водіїв, оперативно вирішувати всі питання щодо руху автобуса за маршрутом;

2.1.8. У разі несправності автобуса провести заміну на справний автобус;

2.1.9. Забезпечити страхування водіїв та автобуса;

2.1.10.Ознайомити «Замовника» з порядком здійснення прикордонного контролю в пунктах пропуску через державний кордон України;

2.1.11.Забезпечити автобус паливно-мастильними матеріалами.

2.1.12.Перевезення проводити автобусом марки \_Mersedes Benz Beluga\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.2. «Замовник» зобов’язується :

2.2.1. Своєчасно з’явитися на посадку в автобус в обумовлений з «Виконавцем» час і місце.

2.2.2. Проводити інструктаж з пасажирами щодо забезпечення збереження майна та обладнання, яке знаходиться в автобусі та нести за нього матеріальну відповідальність;

2.2.3. Забезпечити проживання водіїв у готелях та двохразове харчування;

2.2.4. Забезпечити страхування пасажирів;

2.2.5. Своєчасно оплатити та здійснити поїздку згідно затвердженого маршруту та графіку повернення автобуса;

2.2.6. Здійснювати оплату паркування автобусу по маршруту;

2.2.7. Використовувати автобус тільки за призначенням;

2.2.8. Проводити оплату доріг згідно маршруту;

2.2.9. Здійснювати оплату стоянок автобуса на протязі усього маршруту.

**3.Порядок проведення розрахунків**

3.1.Оплата за транспортні послуги здійснюється за день до початку виконання рейсу, за договірною ціною.

3.2. Доплата за понаднормовий кілометраж проводиться після закінчення виконання рейсу.

4. Відповідальність Сторін i вирішення спорів

4.1. Усі спори, пов’язані з цим договором, або спори, що виникають у процесі виконання умов цього договору, вирішуються шляхом переговорів між представниками Сторін. Якщо спір неможливо вирішити шляхом переговорів, він вирішується в судовому порядку за встановленою підвідомчістю i підсудністю такого спору в порядку, визначеному відповідним чинним в Україні законодавством.

5. Форс-мажорнi застереження

5.1 Сторони погодилися, що в разі виникнення форс-мажорних обставин (дії нездоланної сили, яка не залежить від волі Сторін), а саме: війни, воєнних дій, блокади, ембарго, інших міжнародних санкцій, валютних обмежень, інших дій держав, якi унеможливлюють виконання Сторонами своїх зобов’язань, пожеж, повеней, іншого стихійного лиха чи сезонних природних явищ, зокрема таких як замерзання моря, проток, портів тощо, закриття шляхів, проток, каналів, перевалів, Сторони звільняються від виконання своїх зобов’язань на час дій зазначених обставин. У разі коли дія зазначених обставин триває більш як 3 дні кожна із Сторін має право на розірвання цього договору i не несе відповідальність за таке розірвання за умови, що вона повідомить про це іншу Сторону не пізніш як за 3 дні до розірвання. достатнім доказом дії форс-мажорних обставин є документ, виданий Торгово — промисловою палатою або іншою уповноваженою організацією відповідної країни.

6.Строк дії договору та інші умови

6.1.Цей договір набуває чинності з моменту його підписання та діє до \_\_27.10.2018\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ р.

6.2.Змiни i доповнення, додаткові угоди i додатки до цього договору є його невід’ємною частиною і мають юридичну силу у разі, якщо вони викладені в письмовій формі i підписані уповноваженими на те представниками Сторін.

6.3.Усi правовідносини, що виникають у зв’язку з виконанням умов цього договору i не врегульовані ним, регламентуються нормами чинного в Україні законодавства.

7. Місцезнаходження, банківські реквізити і підписи Сторін.

ВИКОНАВЕЦЬ ЗАМОВНИК

\_ТОВ «Трансмарин» Вовк П.П.\_ ТОВ «Навколо Луганщини» Петрова О.О.\_

ДОДАТОК Є

**ДОГОВІР  № \_78\_\_\_\_\_\_\_  
НА  ТУРИСТИЧНО - ЕКСКУРСИЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

м. Київ                                                                                      «\_10\_» квітня\_ 20\_18\_ р.

**ТУРОПЕРАТОР – Товариство з обмеженою відповідальністю «Етноленд»,**  (ліцензія Державної служби туризму і курортів серія АВ №566786 від 24.06.2011 р., розмір фінансового забезпечення 20 000 Євро, гарантія видана КБ Контракт, код ЄДРПОУ 35644938, надалі Виконавець, **в особі директора Cтрішної Тетяни Миколаївни,**  яка діє на підставі Статуту, з одного боку, та ТОВ «Навколо Луганщини»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, надалі АГЕНТ**, надалі** разом -Сторони, а кожна окремо – Сторона, уклали цей Договір, надалі Договір, про наступне.

**1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ**

1.1. ВИКОНАВЕЦЬ за встановлену винагороду доручає, а АГЕНТ зобов’язується за дорученням, від імені та під контролем ВІКОНАВЦЯ, здійснювати діяльність з реалізації сформованого ВИКОНАВЦЕМ туристичного продукту і укладенню Договорів на туристичне обслуговування з третіми особами (туристами). ВИКОНАВЕЦЬ приймає на себе зобов’язання надавати АГЕНТУ туристично-екскурсійні послуги відповідно до Підтвердження бронювання туру, а АГЕНТ - на умовах Договору прийняти та вчасно та в повному обсязі оплатити вартість туристично-екскурсійних послуг (Туру).

1.2. Туристично - екскурсійні послуги відповідно до умов Договору включають в себе:

* організацію Туру у відповідності до Заявки АГЕНА;
* бронювання готелів, передбачених програмою Туру;
* екскурсійне обслуговування;
* продаж путівок у санаторії, пансіонати і турбази в Україні, якщо це передбачено програмою Туру;
* оформлення страхових полісів;
* бронювання, продаж та доставка авіа/залізничних квитків.

- додаткові послуги, передбачені Договором.

1.3. АГЕНТ гарантує, що до укладення цього Договору він та Туристи детально ознайомились з умовами Договору та наданою ВИКОНАВЦЕМ обов’язковою інформацією відповідно до Додатку №2 до Договору.

**2. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН**

2.1. Крім інших обов’язків, передбачених Договором, ВИКОНАВЕЦЬ зобов’язується:

2.1.1. Забезпечити АГЕНТА довідковими, рекламними, та іншими матеріалами, необхідними для підготовки та укладення АГЕНТОМ договорів на туристичне обслуговування з туристами.

2.1.2. надати АГЕНТУ послуги з туристично-екскурсійного обслуговування згідно Договору та Заявки;

2.1.3. інформувати АГЕНТА про всі зміни цін та умов надання послуг з туристично- екскурсійного обслуговування факсом,  e-mail або іншими засобами зв’язку, не пізніше, ніж за 5 (п’ять) днів до дати настання таких змін. Якщо АГЕНТ протягом 3 (трьох) календарних днів з дня отримання зазначеного повідомлення не повідомить ВИКОНАВЦЯ про неприйняття таких змін, в такому випадку прийняті до отримання АГЕНТОМ такого повідомлення Заявки виконуються Виконавцем за новою ціною та/або з новими умовами надання послуг з туристично - екскурсійного обслуговування;

2.1.4. забезпечувати оформлення страхових полісів, бронювання готелів і надання інших послуг відповідно до програми Туру, вимог і правил перевізників, постачальників АГЕНТУ наступні документи:

2.2. Крім інших обов’язків, передбачених цим Договором, АГЕНТ зобов’язується:

2.2.1. замовляти і самостійно проводити реалізацію туристичних послуг, що належать ВИКОНАВЦЮ, за агентську винагороду, яка встановлюється за згодою обох сторін.

2.2.2.уважно ознайомитись з характеристиками туристично-екскурсійних послуг, що надаватимуться ВИКОНАВЦЕМ згідно умов цього Договору;

1. вчасно та в повному обсязі здійснити оплату послуг, що надаються ВИКОНАВЦЕМ за Договором;
2. одночасно з укладенням Договору надати Виконавцю необхідні документи та персональну інформацію про Туристів в обсязі, необхідному для реалізації Туру, зокрема:

- повний перелік Туристів, складений за формою, наведеною в Додатку №1 до Договору, завірений підписом уповноваженої особи Замовника та скріплений печаткою АГЕНТА

- медичні довідки щодо фізичного стану Туристів;

1. забезпечити дотримання Туристами:

- вимог чинного законодавства та умов, передбачених цим Договором;

- вчасного прибуття до місця початку Туру;

- поводження з повагою до устрою, традицій, звичаїв, релігійних вірувань регіону відвідування;

- зберігання довкілля, дбайливого ставлення до об'єктів природи та культурної спадщини в регіоні відвідування;

- правил особистої безпеки, протипожежної безпеки, процедури, поведінки, й т.п., в місцях розміщення та перебування;

2.2.5. забезпечити своєчасне надання заявок на бронювання і оформлення квитків на  
внутрішні рейси, організацію чартерних і замовлених авіарейсів, туристичних пакетів  
(повного обсягу документів, необхідних для здійснення подорожі), оформлення полісів страхування тощо;

2.2.6. у випадку завдання Туристами збитків, а також у випадку порушень, пов’язаних з неналежним оформленням документів, відшкодувати ВИКОНАВЦЮ збитки, спричинені такими діями, а також моральну шкоду, що виникла у нього в зв’язку із шкодою, завданою його діловій репутації, на умовах та в порядку, встановленому чинним законодавством України.

2.2.7. виконувати інші обов’язки, передбачені законодавством України для ЗАМОВНИКА таких послуг.

2.3. Крім інших прав, передбачених цим Договором, Виконавець має право:

2.3.1. здійснювати заміну готелю, виду транспортного обслуговування, екскурсії без зниження оплаченої АГЕНТОМ категорії;

2.3.2. вимагати відшкодування збитків, завданих АГЕНТОМ та/або Туристами;

2.3.3. відмовити в наданні екскурсійно-туристичних послуг в разі неповного або несвоєчасного проведення оплати за послуги згідно Договору та/або неподання, невчасного подання АГЕНТОМ належним чином оформлених документів, визначених п.2.2.3 цього Договору;

2.3.4.при істотній зміні обставин розірвати Договір або змінити ціну туристично-екскурсійних послуг, не пізніш, ніж за 10 (десять) календарних днів до початку Туру при тривалості Туру більш, ніж 10 (десять) календарних днів; за 5 (п’ять) календарних днів – при тривалості Туру від 2 (двох) до 10 (десяти) календарних днів; за 48 (сорок вісім) годин – при тривалості Туру 1 (один) день і менше. При цьому, збільшення вартості туристично-екскурсійних послуг не може перевищувати 5 (п’ять) відсотків їх первісної вартості.

Під істотною зміною обставин розуміється: погіршення умов Туру, зміна термінів Туру, непередбачене збільшення транспортних тарифів, вартості послуг по розміщенню туристів, введення нових або підвищення існуючих зборів або інших обов’язкових платежів, різкої зміни курсу національних валют;

2.3.5. за власною ініціативою, за відсутності істотних змін обставин, відмовитись від виконання Договору за умов відшкодування підтверджених письмово збитків, що виникли у АГЕНТА в зв’язку з такою відмовою, крім випадку, коли це відбулось з вини АГЕНТА або Туристів;

2.3.6. відмовитись від виконання Договору без відшкодування АГЕНТУ збитків, які виникли у нього в зв’язку з розірванням Договору за наявності винної поведінки АГЕНТА та/або Туристів. Під винною поведінкою розуміється порушення такими особами законодавства України, надання ними заздалегідь невірних або неправдивих відомостей про себе для отримання туристично-екскурсійних послуг, скоєння адміністративних правопорушень або злочинів в процесі споживання туристично - екскурсійних послуг тощо.

**3. ВАРТІСТЬ ПОСЛУГ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ**

3.1. Загальна вартість туристично-екскурсійних послуг, що надаються ВИКОНАВЦЕМ АГЕНТУ зазначається в заявці. Від Агента, підтверджується ВІКОНАВЦЕМ підтвердженням бронювання туру, та на підставі підтвердження виписується Рахунок-фактура.

3.1.1. Агентська винагорода АНЕТУ за реалізацію турпродукту, що належіть ВИКОНАВЦЮ визначається за згодою двох сторін

3.1.2. За виконання зобов’язань за Угодою АГЕНТ одержує агентську винагороду від вартості Турпродукту, яка обумовлюється в додатку до даної Угоди, за згодою двох сторін. АГЕНТ утримує свою винагороду з оплати, отриманої від реалізації Турпродукту туристам, з обов’язковим наступним перерахуванням Виконавцю суми вартості Турпродукту не нижче, вказаної у виставленому останнім рахунку на оплату. В цьому випадку, якщо клієнт виставляє претензії, ВИКОНАВЕЦЬ несе відповідальність лише в розмірі від вартості оплаченої Виконавцю, а за агентську винагороду несе відповідальність АГЕНТ.

3.1.3. Оплата реалізованих турпродуктів здійснюється АГЕНТОМ протягом трьох банківських днів на підставі отримання підтвердження бронювання та рахунку. Оплата видаткив по банківських операціях здійснюється за рахунок ЗАМОВНИКА

3.2. Надання послуг з туристично - екскурсійного обслуговування ВИКОНАВЦЕМ здійснюється тільки за наявності документа, що підтверджує факт повної та своєчасної сплати АГЕНТОМ послуг ВИКОНАВЦЯ, за винятком випадку, передбаченого п.3.6. Договору.

3.3. Оплата ЗАМОВНИКОМ туристично-екскурсійних послуг ВИКОНАВЦЯ за цим Договором здійснюється в національній валюті України

3.4. Видача АГЕНТУ оформлених за його замовленням документів здійснюється після повної оплати такого замовлення.

У випадку необхідності у видачі оформлених документів до їхньої оплати в повному обсязі, АГЕНТ повинен надати гарантійний лист за підписом керівника і головного бухгалтера АГЕНТА.

3.5. Зміна ціни Туру, погодженої сторонами, можлива лише у випадках, передбачених Договором, і тільки при істотній зміні обставин, передбачених п. 2.3.4. У разі перевищення ціни Туру більш, ніж 5% первісної ціни АГЕНТ має право відмовитися від виконання Договору, а ВИКОНАВЕЦЬ зобов'язаний повернути йому всі раніше сплачені кошти.

3.6. Несвоєчасна або неповна оплата АГЕНТОМ вартості Туру знімає з Виконавця всю відповідальність, пов’язану з виконанням зобов’язань за Договором. В цьому випадку Виконавець залишає за собою право анулювати замовлення з відшкодуванням фактично понесених витрат за рахунок АГЕНТА

3.7. У випадку неприбуття/невчасного будь-кого з Екскурсантів (Туристів) до місця надання послуг в належний строк, відшкодування сплаченої ЗАМОВНИКОМ вартості туристично-екскурсійних послуг не здійснюється

**4. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН**

4.1. За невиконання або неналежне виконання зобов'язань за цим Договором Сторони несуть відповідальність, визначену Договором відповідно до діючого законодавства України.

4.2. Якість туристично-екскурсійних послуг повинна відповідати умовам Договору, порядок і способи захисту порушених прав аГЕНТА визначаються законодавством про захист прав споживачів.

4.3. У випадку надання туристично-екскурсійних послуг, які не відповідають якісним або кількісним показникам, передбаченим цим Договором та невід’ємними додатками до нього, ВИКОНАВЕЦЬ відшкодовує АГЕНТУ відповідну різницю вартості послуг.

4.4. Відповідальність ВИКОНАВЦЯ за шкоду, заподіяну життю та здоров'ю Туристів визначається відповідно до законодавства України.

4.5. Виконавець не несе відповідальності за:

- можливі порушення та дії, які не належать до його компетенції, а саме не відшкодовує витрати при настанні страхових випадків, що передбачені договором страхування. При настанні страхового випадку ТУРИСТ зобов’язаний діяти у відповідності до інструкції, викладеної у страховому полісі;

- за збереження особистого багажу, цінностей і документів та іншого майна Туристів протягом всього періоду туристично- екскурсійного обслуговування. При цьому, він несе відповідальність за зберігання офіційних документів Туристів, які надаються йому для надання послуг з туристично- екскурсійного обслуговування.

- за збитки, заподіяні ЗАМОВНИКУ або третім особам, в тому числі авіакомпаніям, іншим перевізником, готелям, у результаті дій або бездіяльності Туристів. У цьому випадку відповідальність у повному обсязі покладається на ТУРИСТА, а у передбачених законодавством випадках - безпосередньо на винних осіб.

- за затримки, перенесення термінів, скасування виїздів, вильотів, які виникли з вини перевізників та інших виробників послуг. В таких випадках відповідальність за невиконання зобов’язання, які випливають та пов’язані з транспортними перевезеннями, несуть відповідні транспортні перевізники у відповідності з правилами перевезень. У зв’язку з цим, всі заяви, претензії, позови по недолікам, зв’язаним з транспортними перевезеннями, в тому числі із затриманням відправлення і запізненням прибуття рейсів і таке інше, висуваються безпосередньо до транспортного перевізника.

- за збитки, завдані Туристам третіми особами.

- якщо АГЕНТ та/або Туристи, зазнали шкоди, діючи всупереч умовам цього Договору та рекомендаціям ВИКОНАВЦЯ.

4.6. Розмір майнової відповідальності ВИКОНАВЦЯ не може перевищувати розмір фактичних збитків ЗАМОВНИКА, при цьому максимальний розмір відшкодування не може перевищувати подвійної вартості туристично-екскурсійних послуг, при наданні яких виникли збитки.

4.7. За невиконання або неналежне виконання ЗАМОВНИКОМ зобов’язань по оплаті послуг ВИКОНАВЦЯ, АГЕНТ зобов’язаний сплатити ВИКОНАВЦЮ пеню в розмірі 0,5% (нуль цілих п’ять десятих відсотка) від невиконаного або неналежно виконаного грошового зобов’язання за кожний день прострочення платежу, включаючи день такого невиконання/ неналежного виконання.

4.8. АГЕНТ несе відповідальність за збитки, завдані своїми неправомірними діями або неправомірними діями Екскурсантів (Туристів), ВИКОНАВЦЮ, третім особам, або їх майну, у розмірі фактично завданих збитків.

4.9. Відповідальність за наслідки, які викликані несвоєчасним прибуттям Туристів в місце початку туристично-екскурсійного обслуговування, порушення Туристами правил проїзду, перевезення та зберігання багажу, а також законодавства України, завданням Туристами шкоди перевізнику або приймаючий стороні, покладається на АГЕНТА а у передбачених законодавством випадках – на Туристів.

4.10. АГЕНТ несе відповідальність за достовірність наданих про Туристів відомостей, за дійсність наданих документів.

4.11. У відмови АГЕНТА від виконання Договору та прийняття послуг ВИКОНАВЦЯ, в залежності від терміну, що залишився до початку Туру, розмір штрафу, який належить до сплати АГЕНТОМ на користь ВИКОНАВЦЮ, розраховується у відсотковому відношенні від загальної суми вартості Туру:

10% (десять відсотків) при відмові ЗАМОВНИКА від туристично-екскурсійних послуг в терміни більш, ніж за \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ календарних днів до початку Туру;

15% (п'ятнадцять відсотків) – при відмові ЗАМОВНИКА від туристично-екскурсійних послуг не пізніше, ніж за \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ календарних днів до початку Туру;

25% (двадцять п'ять відсотків) – при відмові ЗАМОВНИКА від туристично-екскурсійних послуг не пізніше, ніж за \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ календарних днів до початку Туру;

35% (тридцять п’ять відсотків) – при відмові ЗАМОВНИКА від туристично-екскурсійних послуг не пізніше, ніж за \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ календарних днів до початку Туру;

50% (п'ятдесят відсотків) – при відмові ЗАМОВНИКА від туристично-екскурсійних послуг пізніше, ніж за \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_календарних днів до початку Туру.

100% (сто відсотків) – при відмові ЗАМОВНИКА від туристично-екскурсійних послуг пізніше, ніж за \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_календарних днів до початку Туру.

До зазначеного розміру штрафу не включається сума фактичних витрат Виконавця, яка сплачується АГЕНТОМ окремо в розмірі, що підтверджений документально.

Якщо АГЕНТ відмовився від туристично-екскурсійних послуг частково, розмір штрафу розраховується в відсотковому відношенні від вартості тієї частини туристично-екскурсійних послуг, від якої він відмовився.

АГЕНТ звільняється від сплати штрафу в разі ануляції Туру ЗамовникОм з причини збільшення ціни Туру, ніж на 5% від його первісної ціни, настання форс-мажорних обставин або внаслідок нещасного випадку, що трапився з кимось з осіб, вказаних в п.1.2. Договору, що підтверджено відповідними документами.

**5. Порядок пред’явлення претензій. ВРЕГУЛЮВАННЯ СПОРІВ**

5.1. У випадку виявлення невідповідності якості туристично – екскурсійних послуг умовам Договору, АГЕНТ зобов’язаний негайно повідомити про це представника ВИКОНАВЦЯ та сторони, що приймає споживачів туристичного продукту за цим Договором. В цьому випадку ВИКОНАВЕЦЬ має можливість та зобов’язаний вжити необхідних заходів для виправлення недоліків негайно й на місці. При цьому АГЕНТ та/або Екскурсанти (Туристи) зобов’язані утримуватись від дій, які можуть нанести матеріальну та моральну шкоду ВИКОНАВЦЮ, збільшити їх розмір або спричинити витрати, яких можна було уникнути.

5.2. Якщо недоліки не бути усунені на місці та в розумні терміни, АГЕНТ має право звернутися до ВИКОНАВЦЯ з офіційною претензією протягом 10 (десяти) календарних днів з моменту закінчення надання туристично-екскурсійних послуг. До претензії, складеній в письмовій формі, обов’язково додається копія Договору, документ про сплату та акт про невідповідність якості послуг умовам Договору.

5.3. Акт про невідповідність якості послуг умовам Договору має бути складений на місці виникнення такої невідповідності, підписаний повноважною особою сторони, що приймає споживачів туристичного продукту за Договором, та засвідчений відповідною печаткою сторони, що приймає.

5.4. Претензії та зазначені документи приймаються за адресою:м. Києв, вул. Набережна, 12/23\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

5.5. Якщо зазначені вище документи складені мовою іншою, ніж українська або російська, вони мають супроводжуватися перекладом, завіреним печаткою бюро перекладів та підписом його уповноваженої особи.

5.6. При відсутності акту, а також претензії, що не відповідають вказаним вище вимогам або надані після сплину встановленого терміну вважаються неподаними та до розгляду не приймаються.

В цьому випадку Замовник несе самостійну відповідальність без права пред’явлення вимог до ВИКОНАВЦЯ.

5.7. У випадку виникнення розбіжностей, пов’язаних з виконанням Договору, Сторони зобов’язуються застосувати всі можливі заходи для врегулювання таких розбіжностей в ході двосторонніх переговорів. Якщо такі розбіжності не вдалося врегулювати в ході двосторонніх переговорів, спір підлягає вирішенню в суді (господарському суді) відповідно до законодавства України.

**6.ФОРС- МАЖОР**

6.1. При виникненні обставин непереборної сили, які виникли під час виконання Сторонами зобов’язань за цим Договором, строк виконання Сторонами зобов’язань переноситься на час, протягом якого будуть діяти такі обставини, але не більше чим на 30 (тридцять) днів. Якщо такі обставини будуть мати місце по закінченні встановленого строку, то кожна зі Сторін має право виступити з ініціативою про розірвання даного Договору. При цьому жодна із сторін не має право на відшкодування іншою Стороною можливого збитку, заподіяного таким розірванням Договору.

6.2. Непереборною силою (форс-мажором) є наступні обставини:

* війна,громадянська війна,воєнні дії (незалежно від факту проголошення війни);
* вторгнення іноземних військ, військове правління або узурпація влади;
* повстання, революція, путч, переворот, громадські заворушення;
* стихійні лиха (пожежа, повінь, землетрус та ін,);

- законодавчі акти державної влади, які спрямовані на обмеження виконання Стороною своїх зобов’язань за цим Договором;

- інші обставини, які виникли під час виконання Сторонами зобов'язань за цим Договором і які Сторони не могли передбачити і запобігти розумними методами.

6.3. Сторона, для якої стане неможливим виконання своїх зобов'язань за цим Договором у силу форс-мажору, повинна негайно сповістити іншу Сторону про виникнення й припинення цих обставин.

6.4. Належним доказом наявності форс-мажору і строку його дії є довідки,  
видані Торгово-промисловою палатою України.

**7. ЗАКЛЮЧНІ ПОЛОЖЕННЯ**

7.1. Даний Договір набуває чинності з моменту його підписання Сторонами і діє до закінчення туристично - екскурсійного обслуговування, але не раніше повного виконання СТОРОНАМИ своїх зобов’язань за Договором.

7.2. Дія даного Договору може бути продовжена за спільною згодою Сторін, що оформлюється шляхом підписання Сторонами додаткової угоди до цього Договору.

7.3. Договір може бути розірваний за спільною згодою Сторін за умови проведення між Сторонами повних розрахунків в порядку, передбаченому Договором. Для цього Сторона, що ініціює розірвання Договору, зобов'язана за один місяць до передбачуваної дати розірвання Договору направити іншій Стороні письмове повідомлення в порядку, передбаченому ст.7 Договору.

7.4. Всі зміни, доповнення і додатки до даного Договору мають силу тільки у випадку, якщо вони оформлені в письмовому вигляді і підписані обома Сторонами. Всі зміни, доповнення і додатки до даного Договору є його невід'ємною частиною.

7.5. Сторони зобов'язуються не розголошувати інформацію, пов’язану з цим Договором.

7.6. Даний Договір складений у двох оригінальних примірниках, що мають однакову  
юридичну чинність, по одному примірнику для кожної Сторони.

**9.АДРЕСИ, РЕКВІЗИТИ І ПІДПИСИ СТОРІН**

|  |  |
| --- | --- |
| ВИКОНАВЕЦЬ  ТОВ "Етноленд"  03039 м. Київ,ул.Голосїївска 7,  корп.1, оф 200  тел.044 251 46 81  ЄДРПОУ 35644938  Св-во рег. А01 № 365985  Р/р 2600700390326  ПАТКБ «ПРАВЕКС-БАНК»  м. Київ МФО 321983  Ліц. ДСТКУ АВ №566786 від 24.06.2011г.  Платник єдиного податку  Cвідоцтво про сплату єдиного податку  № 2650020916  Директор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Стрішна Т.М. | **ЗАМОВНИК (АГЕНТ):**  ТОВ «Навколо Луганщини»  м. Северодонецьк, вул. Донецька, 41  тел. 050 786 54 32  ЄДРПОУ 35644938  Св-во рег. А01 № 365985  Р/р 2600700390326  ПАТКБ «ПРАВЕКС-БАНК»  м. Київ МФО 321983  Ліц. ДСТКУ АВ №566786 від 24.06.2011г.  Платник єдиного податку  Cвідоцтво про сплату єдиного податку  № 2650020916  Директор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Петрова О.В. |
|  |  |

ДОДАТОК Ж

**ДОГОВІР ДОРУЧЕННЯ№ \_\_\_34\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

м. Северодонецьк\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ”\_20\_\_” квітня\_\_\_\_ 2018 р.

**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО “СТРАХОВА ГРУПА „ПРОВІДНА”** (резидент України), яке є платникомподатку на прибуток за ставкою, встановленою п.7.2.1 ст. 7 Закону України „Про оподаткуванняприбуткупідприємств” (надалі - Довіритель**),** в особі директора Журавльова Дмитра Івановича\_\_\_\_\_\_\_, щознаходиться за адресою: м. Северодонецьк, пр.-кт. Гвардійський 12/123**\_\_\_\_\_\_\_**, який діє на підставі Положення та Довіреності № \_\_34\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, **та ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО «ТУРИСТИЧНЕ АГЕНТСТВО Навколо Луганщини\_\_\_** (резидент України) (надалі - Повірений) та знаходиться за адресою: м. Северодонецьк, вул. Донецька, 41**\_\_\_\_,** в особі директора \_Петрової О.В\_, яка діє на підставі Статуту, з іншого боку, ( надалі - Сторони), уклалицейДоговірдоручення (надалі - Договір) , про щосвідчатьсвоїмипідписами, про наступне:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

**1.1. Повірений,якийєстраховимагентомзгідност.15ЗаконуУкраїни«Прострахування»,зобов’язуєтьсявідімені  
та за дорученнямДовірителявиконуватинаступнідії:**

1. Рекламувати,пропонуватистраховіпослугиДовірителя;
2. Проводитиконсультаційнутароз’яснювальнуроботусередпотенційнихспоживачівстраховихпослуг(надалі – Страхувальник);
3. Проводитироботу,пов’язанузукладаннямдоговорівстрахування(полісів) **згідновимог ЗаконаУкраїни «Про туризм», та ЗаконуУкраїни«Прострахування»;**
4. Підписуватидоговористрахування(поліси)вмежахповноважень,наданихДовіреністютавидаватиїхстрахувальникам;
5. Одержуватистраховіплатежізадоговорамистрахування(полісами),укладенимизасприяннямПовіреного;
6. Виконуватироботупопідготовціпакетудокументів,пов’язануізздійсненнямстраховихвиплаттастраховихвідшкодувань,аДовірительзобов’язуєтьсясплачуватиПовіреномувинагороду за вчинення ним вказанихвищедій на умовахцього Договору.
7. ПовіренийвиконуєдорученняДовірителянатериторіїУкраїни.
8. ПовіренийдієвідіменіДовірителянапідставіцьогоДоговору.
9. ДовірительневідшкодовуєПовіреномубудь-яківитрати,пов’язанізвиконаннямдорученнязацимДоговором,утому числі не забезпечуєйого будь-якимизасобами, необхідними для виконаннядоручення, окрімпередбаченихцим Договором.

2. ПРАВА І ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

* 1. Повірений зобов’язується:
     1. Здійснювати пошук потенційних страхувальників Довірителя;
     2. Поширювати достовірну інформацію про діяльність Довірителя щодо видів страхування, зазначених у Додатку № 1 до цього Договору;
     3. Виконувати доручення у відповідності з вимогами Довірителя на найбільш вигідних для останнього умовах;
     4. Вести облік потенційних та залучених Повіреним страхувальників Довірителя;
     5. Вести облік договорів страхування (полісів), укладених за сприянням Повіреного;
     6. Роз’яснювати потенційним страхувальникам Довірителя умови страхування, порядок укладання та виконання договорів страхування (полісів);
     7. Ознайомлювати страхувальників з умовами та Правилами страхування Довірителя;
     8. Сприяти організації ділових зустрічей і переговорів між потенційними страхувальниками та Довірителем із метою укладення договорів страхування (полісів), якщо їх укладення не віднесено до компетенції Повіреного в межах цього Договору. У разі подальшого укладення договору страхування (полісу) за результатами організованих Повіреним ділових зустрічей та переговорів, розмір винагороди обумовлюється Сторонами окремо в кожному конкретному випадку;
     9. Забезпечити схоронність документів, отриманих від Довірителя для виконання цього Договору, у тому числі бланки договорів страхування, полісів, заяв, списків, квитанцій тощо;
     10. Укладати договори страхування (поліси) за формою, встановленою в Додатку № 7 та лише за видами страхування та у межах страхових сум (ліміт відповідальності), що визначені у Додатку № 1 до цього Договору, з дотриманням установлених уповноваженим представником Довірителя для Повіреного страхових ризиків, страхових тарифів, франшиз тощо, встановлених та переданих Повіреному згідно Додатку № 3 до цього Договору. Зміна умов цього Договору оформлюється шляхом підписання Сторонами додаткового договору;
     11. Для своєчасного отримання Повіреним бланків договорів страхування, полісів, заяв, списків, квитанцій тощо від Довірителя, надавати Довірителю згідно форми, наведеної в Додатку № 2 до цього Договору, заявку із зазначенням виду та кількості необхідних для належного виконання доручення бланків договорів страхування, полісів, заяв, списків, квитанцій тощо;
     12. Належним чином заповнювати всі реквізити бланків договорів страхування, полісів, заяв, списків, квитанцій тощо;
     13. Готувати документи, необхідні для укладання договорів страхування (полісів), надавати страхувальникам допомогу в заповненні заяв на страхування та/або договорів страхування (полісів); заповнювати бланки договорів страхування (полісів) та видавати їх на руки страхувальникам (застрахованим особам) із врахуванням положень пп. 2.1.14 цього Договору;
     14. Отримувати страхові платежі по договорам страхування (полісам), укладеним за сприянням Повіреного, від страхувальників згідно обраних ними видів та умов страхування. Перерахувати отримані від страхувальників страхові платежі Довірителю не пізніше наступного робочого дня після отримання відповідних страхових платежів, а також оформити договір страхування (поліс) та видати його не пізніше одного робочого дня з моменту отримання страхового платежу. При цьому Повірений несе відповідальність за схоронність (збереження) страхового платежу та його своєчасне перерахування Довірителю;
     15. Щодекадно у двох примірниках подавати Довірителю у письмовій формі зведений звіт про укладені договори страхування (поліси) та розміри отриманих страхових платежів з додаванням примірників укладених договорів страхування (полісів), заяв, списків, квитанцій тощо: 10-го, 20-го, 30-го (у лютому, відповідно, 28-го або 29-го) числа кожного місяця. Форма щодекадного звіту погоджується Сторонами у Додатку № 4 до цього Договору;
     16. Передавати Довірителю зіпсовані (пошкоджені) бланки договорів страхування, полісів, заяв, списків, квитанцій тощо одночасно з найближчим щодекадним зведеним звітом;
     17. У разі втрати (викраденні, знищенні, викраденні, пошкодженні, псуванні) бланку договору страхування, полісу, іншого документа суворої звітності, заяви, списку, квитанції тощо не пізніше ніж на наступний робочий день, повідомити про це Довірителя із зазначенням виду, кількості, номеру втраченого документу та причини втрати;
     18. Своєчасно повідомляти Довірителя про всі обставини, що можуть вплинути на хід виконання доручення та на збереження матеріальних цінностей, отриманих від Довірителя, або таких, що повинні передаватися Повіреним Довірителю;
     19. Повідомляти Довірителя, за його вимогою, усі відомості про хід виконання доручення не пізніше, ніж у дводенний строк із дня надходження такої вимоги від Довірителя;
     20. Не відступати від змісту доручення Довірителя без попереднього письмового дозволу Довірителя на такий відступ;
     21. В періоддіїцьогоДоговору неукладатицивільно-правові договори з іншими Страховиками, предметом яких є наданнястраховихпослуг;
     22. ПовернутиДовірителюоригіналдовіреності в день закінчення (розірвання) дії Договору;
     23. Договори страхування (поліси), якщо такі будуть укладені Повіреним після розірвання або призупинення дії цього Договору, Сторони вважатимуть такими, що укладені Повіреним без повноважень та не будуть створювати обов’язків для Довірителя;

2.1.24. Здійснювати в інтересах Довірителя інші юридичні та фактичні дії в межах цього Договору.

2.2. Довірительзобов'язується:

* + 1. Забезпечити Повіреного інформацією про види та умови страхування Довірителя;
    2. Надати Повіреному необхідні копії Правил страхування та ліцензій Довірителя;
    3. Надавати Повіреному необхідну консультативну та роз’яснювальну допомогу, пов'язану з виконанням доручення Довірителя;
    4. Забезпечити за необхідності участь свого представника у виконанні дій, що пов’язані з предметом цього Договору;
    5. Надавати Повіреному бланки договорів страхування, полісів, заяв, списків, квитанцій тощо у кількості, необхідній для належного виконання Повіреним своїх обов’язків за цим Договором. Передача бланків договорів страхування, полісів, заяв, списків, квитанцій тощо Повіреному здійснюється Довірителем та оформляється Актом приймання-передачі з зазначенням дати передачі, кількості та порядкових номерів договорів страхування, полісів, заяв, списків, квитанцій тощо за формою, визначеною у Додатку № 5 до цього Договору;
    6. Приймати від Повіреного щодекадні звіти, страхові платежі, примірники укладених договорів страхування (полісів), заяв, списків, квитанцій тощо та зіпсовані бланки договорів страхування, полісів, заяв, списків, квитанцій тощо на умовах пп. 2.1.15 - 2.1.17 цього Договору;
    7. У дводенний строк дати відповідь на письмовий запит Повіреного про потребу відступити в інтересах Довірителя від змісту доручення, обумовленого цим Договором;
    8. При наявності зауважень, заперечень тощо щодо щодекадних звітів Повіреного у п’ятиденний строк з дня одержання звіту повідомити про це Повіреного;
    9. Сплачувати Повіреному винагороду у розмірах, визначених у Додатку № 1 до цього Договору;
    10. Окремо погоджувати та сплачувати Повіреному винагороду у випадку, передбаченому пп. 2.1.8 цього Договору;
    11. Здійснювати інші юридичні та фактичні дії в межах цього Договору.
  1. Повірений має право:

2.3.1. Отримати винагороду за виконання доручення;

2.3.2. Отримати достовірну інформацію про Правила страхування, змін та доповнень до них;

2.3.3. Отримати необхідну консультативну та роз’яснювальну допомогу, пов'язану з виконанням доручення Довірителя.

2.4. Довіритель має право:

2.4.1. Перевіряти стан виконання Повіреним доручень Довірителя;

2.4.2. Отримати відшкодування збитків, заподіяних діями Повіреного, за рахунок його винагороди;

2.4.3. Повідомляти інших страховиків про факти неналежного виконання Повіреним своїх обов’язків за цим Договором.

3. УМОВИ ВЗАЄМОРОЗРАХУНКІВ СТОРІН

* 1. Розрахунки між Сторонами здійснюються у національній валюті України.
  2. Повірений перераховує отримані страхові платежі за укладеними договорами страхування (полісами) на рахунок Довірителя відповідно до пп. 2.1.14 цього Договору.
  3. До 1-го числа місяця, наступного за звітним, Повірений передає Довірителю два примірники Акту виконаних робіт за звітний місяць за формою, визначеною у Додатку № 6 по цього Договору. Підписаний Довірителем Акт виконаних робіт є підставою для сплати винагороди Повіреному. У будь-якому разі сплаті винагороди передує передача Повіреним належно складених щодекадних зведених звітів та підписання сторонами Акту виконаних робіт.
  4. З розміру винагороди Довіритель вираховує штрафні санкції (штраф, пеня тощо) за невиконання та/або неналежне виконання умов цього Договору. Сума штрафних санкцій та інших вирахувань, що перевищує суму винагороди відшкодовується в судовому порядку.
  5. Сплата винагороди здійснюється у 10 денний строк з дня підписання Довірителем Акту виконаних робіт.

4. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

* 1. Повірений несе повну матеріальну відповідальність за збереження отриманих від страхувальників страхових платежів, за збереження бланків договорів страхування, полісів та інших типових документів, заяв, списків тощо.
  2. У разі порушення строків перерахування страхових платежів Довірителю Повіреним, останній сплачує Довірителю штраф в розмірі 100 (сто) грн. за кожен випадок порушення строків перерахування страхових платежів.
  3. У випадку втрати, знищення, псування Повіреним бланку договору страхування (полісу) обов’язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів, договору обов'язкового страхування цивільної відповідальності власника (користувача) транспортного засобу перед третіми особами (полісу обов'язкового страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів) на умовах міжнародної системи автострахування “Зелена картка”, сертифікату міжнародного автомобільного страхування «Зелена картка», іншого бланку документу суворої звітності, Повірений зобов’язаний відшкодувати Довірителю збитки в розмірі п’ятидесяти кратної вартості придбання (виготовлення) бланків ( Постанова КМУ № 116 від 22 січня 1996 р.).
  4. У випадку втрати, знищення, викрадення бланку договору страхування договору страхування (полісу) обов’язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів, договору обов'язкового страхування цивільної відповідальності власника (користувача) транспортного засобу перед третіми особами (полісу обов'язкового страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів) на умовах міжнародної системи автострахування “Зелена картка”, сертифікату міжнародного автомобільного страхування «Зелена картка», іншого бланку документу суворої звітності Повірений сплачує Довірителю штраф в розмірі 100 (сто) грн. за кожен бланк.

4.5. У разівиплатиДовірителем страхового відшкодуванняза договоромстрахування (полісом), якийбуввтрачений, викрадений, знищений, ПовіренийсплачуєДовірителю штраф в сумісплаченогоДовірителем страхового відшкодування за таким договором страхування (полісом).

4.6. У разі порушення Повіреним п.2.1.10. цього Договору він сплачує Довірителю штраф в розмірі 300 (триста) грн. за кожен випадок порушення зобов’язань.

4.7. Інші види та умови відповідальності Сторін за цим Договором регламентуються чинним законодавством України.

5. ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ

* 1. У разі, якщо під час чинності Договору, Сторони під впливом форс-мажорних обставин (стихійне лихо, військові дії, рішення органів державної влади та місцевого самоврядування, страйк, протиправні дії третіх осіб) не в змозі повністю або частково виконати покладені на себе обов'язки, дата виконання останніх відкладається на час дії таких обставин. Сторона щодо якої діють форс-мажорні обставини повинна у триденний строк письмово повідомити іншу Сторону про факт існування форс-мажорних обставин. Факт існування форс-мажорних обставин повинен засвідчуватися належними документами.
  2. Сторона не несе відповідальності за зобов’язаннями іншої Сторони крім випадків, передбачених цім Договором.

6. ОСОБЛИВІ УМОВИ

* 1. В день укладення цього договору Повірений передає Довірителю копію свого свідоцтва про державну реєстрацію, документів, що дозволяють встановити обраний Повіреним спосіб оподаткування доходів від здійснюваної господарської діяльності, повноваження представника Повіреного на підписання цього Договору.

**6.2.** У договорах страхування (полісах), заявах, списках тощо Повірений при підписанні повинен зазначити: “Від іменіАТ “Страхова Група “ТАС”(приватне) відповідно до Договору доручення № **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**від “\_\_\_\_” \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2014 р.”** та скріпити підпис печаткою.

* 1. Вчинення Повіреним дій та/або укладення договорів страхування (полісів) з перевищенням наданих цим Договором повноважень (зміна типової форми договору та/або заяви, списку; застосування не погоджених страхових ризиків, страхових тарифів, франшиз тощо) не створює для Довірителя відповідних прав та обов’язків без окремого схвалення допущеного Повіреним відхилення від Доручення Довірителя.

7. ЧИННІСТЬ ДОГОВОРУ, ВНЕСЕННЯ ЗМІН ДО ДОГОВОРУ ТА ПРИПИНЕННЯ ЙОГО ДІЇ

* 1. Договір набирає чинності з моменту його підписання Сторонами та укладається на невизначений строк.
  2. З моменту укладення цього Договору втрачають юридичну силу всі попередні переговори, протоколи про наміри, листування тощо між Сторонами з предмету цього Договору.
  3. Договір припиняється у разі:
* відмови Довірителя або Повіреного від договору;

Дострокове припинення Договору за ініціативою Повіреного можливе за умови попереднього письмового повідомлення про це Довірителя не пізніше ніж за один місяць.

Дострокове припинення Договору за ініціативою Довірителя можливе за умови попереднього письмового повідомлення про це Повіреного не пізніше ніж за п’ять банківських днів.

* ліквідації Повіреного;
* ліквідації Довірителя;
* одноразового порушення Повіреним п. 2.1.10 цього Договору;
* втрати більш ніж 10 бланків полісів або інших бланків суворої звітності;
* на інших підставах, передбачених чинним законодавством України.
  1. У разі несвоєчасного перерахування Повіреним страхових платежів або порушення ним терміну оформлення договорів страхування (полісів) та їх видачі згідно з підпунктом 2.1.14 цього Договору без поважних причин, Довіритель в односторонньому порядку може призупинити дію цього Договору не менше ніж на три місяці, про що письмово повідомляє Повіреного. З моменту отримання повідомлення Повірений не має права виконувати доручення, надане йому Довірителем по цьому Договору. На період призупинення дії цього Договору Повірений зобов’язаний повернути Довірителю довіреність.
  2. У разі припинення дії цього Договору Повірений зобов’язаний у день його припинення повернути Довірителю все одержане та все виконане за цим Договором, а Довіритель зобов’язаний прийняти все від Повіреного та у триденний термін з дня розірвання Договору провести з ним остаточний розрахунок щодо сплати винагороди з дотриманням вимог п. 3 цього договору.
  3. Зміни та доповнення до цього Договору вносяться шляхом укладення Сторонами додаткових договорів, які стають невід’ємною частиною цього Договору. Зміна умов договору в односторонньому порядку не допускається.

8. ІНШІ УМОВИ

* 1. Перелік документів, переданих Довірителем Повіреному для виконання умов цього Договору, визначений у Додатку № 3 до цього Договору.
  2. У разі зміни хоча б одного з реквізитів, вказаних у розділі 9 цього Договору, Сторона, у якої відбулася така зміна, зобов’язана у триденний строк письмово повідомити іншу Сторону про зміну реквізитів (реквізиту).
  3. В усьому іншому, що не передбачене умовами цього Договору, Сторони керуються вимогами чинного законодавства України.
  4. Спори, що виникають із приводу виконання Сторонами цього Договору, вирішуються шляхом переговорів та консультацій. У разі неможливості досягнення згоди спір передається на вирішення до суду.
  5. Цей Договір укладено у двох примірниках, що мають однакову юридичну силу, по одному для кожної зі Сторін.

9. РЕКВІЗИТИ ТА ПІДПИСИ СТОРІН

|  |  |
| --- | --- |
| **Довіритель:** | **Повірений:** |
| **АТ «СГ «Провідна» (приватне)** 01000, м. Київ, пр-т Перемоги, 65 ПАТ «Приват Банк» м. Київ  р\р 26502056200117, МФО 380269,  ЗКПО 30115243  тел (0372) 584-45  Директор філії  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /  м.п. | **ПП «Туристичнеагенство Навколо Луганщини\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Директор  \_\_Петрова О.В.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/  м.п. |

ДОДАТОК З

**ВАУЧЕР / VOUCHER №**

**Найменування компанії / CompanyName**: «Навколо Луганщини»

**Тел. / Tel.**:+38 (050) 786 09 78

**E-mail**: luganshina-tur@gmail.com

**www**: www.navkolo-luganshini.com.ua

**Ліцензія / License** –

**Адреса / Adress** – Луганська обл., Северодонецьк, вул. Донецька, 41

|  |  |
| --- | --- |
| ***П.І.Б. / Family name*** | ***Ракова Олена Володимирівна/Rakova Olena Volodimirovna*** |
| ***Назвапрограми / Programename*** | ***Тематичний тур «Шляхами незвіданої Луганщини»*** |
| ***Дата заїзду / Check-in*** | ***20.05.2018*** |
| ***Дата виїзду / Check-out*** | ***26.05.2018*** |
| ***Назваготелю(ів) / Hotel(s)*** | ***«Мир», Северодонецьк*** |
| ***Категорія номеру / Room Type*** | ***2-місний*** |
| ***Харчування /Meal*** | ***Снiданок, вечеря у готелі та кафе*** |
| ***Приймаюча сторона / Incomingrepresentative*** | ***Макаров Олег Олегович, +38 (066) 765 45 32*** |
| ***Додатковіпослуги / Additional services*** | ***Згідно з програмою тура*** |
| ***Додатковаінформація / Additional information*** | ------------------------------------------ |

Оплата – вартість туру сплачена повністю «1» травня 2018 року

Director / Директор Петрова О.В.

ДОДАТОК И



Туристичні бренди обласних центрів України

ДОДАТОК І



Номер готелю «Мир»



Ресторан готелю «Мир»

ДОДАТОК Ї



Стрільцівський степ, с. Криничне, Міловський район



Баранячі лоби джерело «Солонка»

с. Айдар-Миколаївка смт. Новопсков



Деркульський кінний завод (конюшня) с. Новодеркул

ДОДАТОК Й

церква с. Осинове церква с. Тишківка



Храм Іоанна Предтечі с. Мілуватка

Зелена садиба «Домівка Майстрів» Зелена садиба «Добрі люди»

ДОДАТОК К

Туристичний бренд Луганської області



Зовнішне застосування логотипу



