**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ**

**ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ**

**Магістерська робота**

**На тему: «****Туристична галузь в умовах пандемії, проблеми та шляхи їх вирішення»**

**Київ 2022**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ**

**ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ**

Допущено до захисту

Зав. кафедрою міжнародної

економіки і туризму

д.е.н., проф. Ю. Ю. Д’яченко

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

"\_\_\_\_\_" \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА**

**Туристична галузь в умовах пандемії, проблеми та шляхи їх вирішення**

Студент-виконавець: Фоменко Варвара Сергіївна

(П.І.Б., підпис)

5 курс, Ту-21зм

(курс, група)

Науковий керівник Зеленко О. О.

(П.І.Б., підпис)

д.е.н., проф.

**Київ 2022**

**Міністерство освіти і науки України**

**Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля**

**Факультет міжнародних відносин**

**Кафедра міжнародної економіки і туризму**

**Затверджую**

Зав. кафедрою міжнародної

економіки і туризму

д.е.н., проф. Ю. Ю. Д’яченко

"15" жовтня 2021 р.

**ЗАВДАННЯ**

**НА МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТОВІ**

Фоменко Варвара Сергіївна

(прізвище, ім′я, по батькові)

Група ТУ-21зм

1. Тема курсової роботи

Туристична галузь в умовах пандемії, проблеми та шляхи їх вирішення

Затверджена наказом по університету № 59/14.02 від 20.05.2022

2. Термін подання студентом завершеної роботи: 25.11.2022

3. Консультант по роботі із зазначенням розділів:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | Консультант (прізвище, ініціали) | Підпис. Дата | |
|  | Завдання прийняв |
| Розділ І  Розділ ІІ  Розділ ІІІ | Зеленко О. О.  Зеленко О. О.  Зеленко О. О. |  |  |

4. Зміст магістерської роботи, перелік питань, що їх належить розробляти:

Теоретичні аспекти функціонування туристичної галузі в умовах епідеміологічної кризи.

Аналіз тенденцій розвитку туристичної галузі в умовах пандемії.

Перспективи відновлення туристичної галузі після пандемічної кризи.

5. Календарний план виконання роботи:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Назва етапів курсової  роботи | Термін виконання етапів роботи | | |
| За планом | Фактично | |
| 1 | Пошук джерел | 24.12.2021 | 24.12.2021 |
| 2 | Робота над першим розділом | 24.03.2022 | 24.03.2022 |
| 3 | Робота над другим розділом | 24.06.2022 | 24.06.2022 |
| 4 | Робота над третім розділом | 24.09.2022 | 24.09.2022 |
| 5. | Оформлення магістерської роботи | 24.11.2022 | 24.11.2022 |
| 6. | Захист | 28.11.2022 | 28.11.2022 |

6. Дата видачі завдання: 15 жовтня 2021р.

Керівник роботи: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Зеленко О. О.

Завдання прийняв до виконання

студент: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Фоменко В. С.

**РЕФЕРАТ**

Дипломна робота на тему: «Туристична галузь в умовах пандемії, проблеми та шляхи їх вирішення» містить 152 сторінки, 14 таблиць, 10 рисунків. Перелік посилань нараховує 44 найменувань.

Ключові слова: криза, туристична галузь, Covid-19, епідемія, туризм, проблеми, тенденції, аналіз, туристичні прибуття, розвиток туристичної сфери.

Результати дослідження: У магістерській роботі визначені та проаналізовані наслідки кризи туристичної індустрії, що спостерігаються останні два роки через розповсюдження коронавірусу, можуть проявлятися діяльності будь-якого туристичного підприємства. За результатами аналізу запропоновані інструменти відновлення туристичної галузі метою нівелювання кризових наслідків, підвищення рівня та якості туристичних послуг та повернення довіри клієнтів, які постраждали під час пандемії у 2020-2021 роках. У роботі також запропоновано новий інноваційний тур українськими Карпатами, що дозволить туристам боротися із наслідками короновірусної хвороби та подарує незабутні враження від відпочинку із дотриманням всіх вимог безпеки, що висуваються до провайдерів туристичних послуг.

**Анотація**

Фоменко В. С. Туристична галузь в умовах пандемії, проблеми та шляхи їх вирішення. – Рукопис.

Магістерська робота на здобуття кваліфікаційно-освітнього рівня магістра за спеціальністю 242 Туризм. - Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля Міністерства освіти і науки України, Київ, 2022 р.

У магістерській роботі досліджено визначено поняття кризи у туристичній галузі; досліджено історичну ретроспективу епідеміологічних явищ, та їх вплив на розвиток туризму; ідентифіковано інструменти врегулювання кризових явищ у туризмі, що виникнули в результаті епідемії; надано специфічну характеристику світовій туристичній індустрії під час пандемії; досліджено стан туристичної галузі в Україні на тлі пандемічних явищ; розглянуто проблеми розвитку туристичної галузі в умовах корона кризи; проведено аналіз шляхів вирішення розвитку туристичної галузі в Україні та у світі; виявлено особливості позиціонування та просування нового туру; розроблено інноваційний туристичний продукт.

**Summery**

Fomenko V. S. Tourism industry in the conditions of the pandemic, problems and ways to solve them. - Manuscript.

Master's thesis for obtaining the qualification and educational level of a master's degree in the specialty 242 Tourism. - Eastern Ukrainian National University named after Volodymyr Dahl of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv, 2022

In the master's thesis, the concept of crisis in the tourism industry is defined; the historical retrospective of epidemiological phenomena and their influence on the development of tourism was investigated; tools for resolving crisis phenomena in tourism that arose as a result of the epidemic were identified; a specific characterization of the global tourism industry during the pandemic is given; the state of the tourism industry in Ukraine against the background of pandemic phenomena was investigated; problems of the development of the tourism industry in the conditions of the corona crisis are considered; an analysis of ways to solve the development of the tourism industry in Ukraine and in the world was carried out; the peculiarities of the positioning and promotion of the new tour were revealed; an innovative tourist product was developed.

**ЗМІСТ**

ВСТУП 8

Розділ I. Теоретичні аспекти функціонування туристичної галузі в умовах епідеміологічної кризи

* 1. Визначення поняття кризи у туристичній галузі 11
  2. Історична ретроспектива епідеміологічних явищ, та їх вплив на розвиток туризму 19
  3. Інструменти врегулювання кризових явищ у туризмі, що виникнули в результаті епідемії 28

ВИСНОВКИ ЗА РОЗДІЛОМ І 35

Розділ II. Аналіз тенденцій розвитку туристичної галузі в умовах пандемії

* 1. Характеристика світової туристичної індустрії під час пандемії 38
  2. Стан туристичної галузі в Україні на тлі пандемічних явищ 44
  3. Проблеми розвитку туристичної галузі в умовах коронакризи 52

ВИСНОВКИ ЗА РОЗДІЛОМ ІІ 56

Розділ III. Перспективи відновлення туристичної галузі після пандемічної кризи

* 1. Шляхи вирішення проблем розвитку туристичної галузі в Україні та у світі 58
  2. Концепція позиціонування та просування національного туристичного продукту 63
  3. Розробка інноваційного туристичного продукту 70

ВИСНОВКИ ЗА РОЗДІЛОМ ІІІ 76

ВИСНОВКИ 87

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ 82

ДОДАТКИ 87

**ВСТУП**

**Актуальність теми.** Туризм – для України та світу це галузь, яка може розвивати економіку країни. У наш час туристична галуз є сферою економічної діяльності, яка розвивається динамічно. Основою цього розвитку є попит платоспроможних людей на відпочинок. Кожного року туристи відвідають країни з метою відпочинку. Але останні роки з'явилася проблема яка вплинула не тільки на туризм в Україні, а і в усьому світі. У світі почалась пандемія під назвою коронавірусна інфекція (COVID-19).

Через цю пандемию у країнах почалися дуже великі зміні, кризові явища спостерігаються у багатьох сферах, але більше за всіх постраждала саме сфера туризму.

Більшість країн, щоб захистити власне населення, для запобігання передачі інфекції затвердила низку обов’язкових для дотримання заходів: необхідно було дотримуватись правил особистої гігієни, часто мити руки, не торкатися брудними руками очей, носа та рота, при кашлі та чханні використовувати одноразову хустку і негайно викидати її після застосування. Тих, хто, можливо, вже інфікований, зобов’язали носити хірургічні маски у громадських місцях (у деяких країнах без хірургічних масок перебування у громадських місцях тимчасово заборонено). Але після того як пандемія почала поширюватися кожна країна закрила кордони та заборонила залишати свої домівки без необхідності.

Введені заходи запобігання розповсюдженню хвороби негативно вплинули на туристичні потоки по всьому світу і призвели до кризи у сфері туризмі у багатьох країнах, туроператори та турагенти, які не змогли вижити у такий тяжкий час, стали банкрутами.

**Мета дослідження** проаналізувати теоретико-методичні аспекти функціонування туристичної індустрії в умовах кризових явищ та визначити практичні інструменти її відновлення в умовах пандемії.

Для досягнення поставленої мети було виконано наступні **завдання**:

* визначено поняття кризи у туристичній галузі;
* досліджено історичну ретроспективу епідеміологічних явищ, та їх вплив на розвиток туризму;
* ідентифіковано інструменти врегулювання кризових явищ у туризмі, що виникнули в результаті епідемії;
* надано специфічну характеристику світовій туристичній індустрії під час пандемії;
* досліджено стан туристичної галузі в Україні на тлі пандемічних явищ;
* розглянуто проблеми розвитку туристичної галузі в умовах корона кризи;
* проведено аналіз шляхів вирішення розвитку туристичної галузі в Україні та у світі;
* розроблено інноваційний туристичний продукт;
* виявлено особливості позиціонування та просування нового туру та запропоновано концепцію позиціонування та просування національного туристичного продукту.

**Об’єкт дослідження** туристична індустрія в умовах пандемії.

**Предмет дослідження** механізми функціонування та відновлення туристичній сфери підчас та після пандемії.

**Методи дослідження.** У магістерській роботі були використані наступні методи наукового пізнання: аналіз літературних джерел, статистичний, графічний, історичний та порівняльний аналіз,

**Практичні цінність результатів дослідження.** Результати магістерської роботи мають практичну цінність та можуть бути використані, як основа для подальших наукових досліджень, так і поточній діяльності окремих туристичних підприємств для відновлення і розвитку своєї діяльності після пережитої кризи

**Апробація результатів досліджень:** результати, отримані в процесі підготовки магістерської роботи презентовано підчас участі у V Міжнародній науково-практичній конференції «Перспективи розвитку наукових досліджень у контексті глобалізаційних змін: освіта, політика, економіка, міжкультурна комунікація». За результатами конференції опубліковано тези (додаток А).

**Структура, зміст та обсяг магістерської роботи.** Дипломна робота складеться з вступу, трьох розділі, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи – 152 стор. друкованого тексту, включаючи 14 таблиць, 10 рисунків та 12 додатків. Список використаних джерел містить 44 найменувань.

**Розділ І. Теоретичні аспекти функціонування туристичної галузі в умовах епідеміологічної кризи**

**1.1. Визначення поняття кризи у туристичній галузі**

Термін «криза» має грецьке походження та означає поворотний пункт або рішення, також може значить розлад, загострення, занепад.

На сьогоднішній день в економічній літературі існує багато підходів до визначення терміну "криза", також є багато вчених які вивчали, розробляли та дотримуються одного підходу, але мають своє визначення даного терміну. Цю тему розглядали такі вчені як Гіппократ, Ю. Розенталь, Б. Піджненбург, І. Дацюк, А. Ткаченко, О. Єлець, Л. Бартон, О. Василик та інші, всі вони пов'язані з економікою, кожен з них вніс своє визначення терміну "криза" (табл. 1.1).

Таблиця 1.1.

Визначення поняття "криза"

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Автор | Визначення |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Гіппократ | Криза — це хвороба, яка посилюється або переходить в іншу хворобу, чи взагалі закінчується смертю. |
| 2 | Словник Вебстера | Трактує кризу як «поворотну крапку до кращого або до гіршого», як «момент, що вимагає ухвалення рішення» або «критичний період» . |
| 3 | Економічний словник | Порушення рівноваги між попитом і пропозицією на товари та послуги. Проявляється різким переломом кон’юнктури, що моментально викликає спад виробництва, ріст безробіття, збільшення кількості банкрутств, а також тенденцію до поглиблення кризи. |
| 4 | І.В. Дацюк | Об’єктивний процес, що призводить до оптимізації системи або до її знищення у разі неспроможності адаптуватися до нових умов, адже це ставлення ґрунтується на діалектичній єдності тенденцій в існуванні системи: сталого функціонування та розвитку, що поступово змінюють одна одну. |
| 5 | Ю. Розенталь,  Б. Піджненбург | Ситуація, позначена високою небезпекою, станом невпевненості, відчуттям невідкладності тощо. |
| 6 | А.М. Ткаченко,  О.П. Єлець | Широкомасштабна, непередбачена, переломна подія, яка призводить як до негативних (що зумовлюють розбалансування системи підприємства), так і позитивних наслідків у господарській діяльності, які підвищують ефективність діяльності суб’єкта господарювання, приводячи в дію трансформаційні сили, сприяючі його еволюції. |

Продовження табл. 1.1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
| 7 | Л. Бартон | Криза – широкомасштабна, непередбачена подія, яка веде до потенційно негативних результатів. Ця подія та її наслідки можуть завдавати серйозної шкоди всій організації (працівникам, продукції,  зв’язкам, фінансам та репутації). |
| 8 | О.Д. Василик | Криза — глибокий розлад фінансової системи, зумовлений економічними й політичними чинниками. Показник її наявності — дефіцит державного бюджету. |

Джерело: [1].

Щодо визначення терміну криза, як свідчать наведені вище тлумачення, серед економістів немає тому що різні науковці асоціюють його з такими категоріями, як загроза, тимчасова фаза, хвороба, втрата, негативне явище, небезпека, протиріччя, критичний період, завершення або перелом під часу будь-якого процесу тощо. Отже, у згаданого терміну має дуже багато змістовних відтінків, інтерпретацій та різні характеристики [2].

Аналіз визначення слова «криза» різних вчених дозволяє запропонувати власний варіант трактування даного терміну – це стан системи, при якому змінюються всі умови функціонування, що призводить до ускладнення прийняття рішень від яких залежить подальший її розвиток.

Криза порушує стійкість системи і радикальним чином її оновлює. Стабільний стан і криза виступають постійними антагонізмами у розвитку будь-якої системи, у своїй очисній сила кризи потрібна системі щонайменше для стабільного існування. Ці дві сторони (криза та стабільність) не можуть існувати одна без одної, це свого роду закон єдності та боротьби протилежностей (оскільки без боротьби немає і розвитку). Криза буває політичною, економічною та соціальною. Також буває переломний момент через хворобу, це коли стан хворих погіршується чи поліпшується [3].

Політична криза - це в першу чергу ситуація в державі, яка може скластися через неможливість узгоджених дій між політичними силами. Наслідок цієї кризи це припинення всіх законотворчих процесів та ослаблення державного контролю.

Економічна криза - це порушення рівноваги, між пропозицією та попитом на послуги та товари. Це спричиняє депресивній процес в економічній кон'юнктурі країни, чи регіональній економіці або світовій економіці.

Соціальна криза - це форма прояву суперечностей у наслідок порушення нормальної взаємодії між соціальними групами чи суспільства [4].

Німецький вчений У. Крістек [5] у своїй книзі виділяє 4 стадії кризового процесу:

1. Стадія Ⅰ: Потенційна криза.

Криза підприємства це процес який свій початок знаходить у фазі потенційного, тобто можливого, але не реальної кризи підприємства. I через відсутність правдивих симптомів кризи, даний стан підприємства характеризується практичним стан у якому постійно може перебуває підприємство, і воно дає час або ставить крапку відліку виникнення кризи на підприємстві.

1. Стадія Ⅱ: Схована (латентний) криза.

Цей кризовий процес характеризується на схованим, наявним або з великою ймовірністю незабаром, що розпочнеться кризою та вплине на не обумовлені наявним у наявності в підприємстві стандартним інструментарієм. Але застосування спеціальних методик, які можна розпізнати раніше. на цій стаді дозволяє зробити активний вплив на латентну кризу за допомогою попереджуючих заходів.

У загалом на даній стадії на підприємстві потенціал подолання кризи, не використається в повному обсязі як правило. Головний упор тут лежить у застосуванні систем раннього оповіщення або розпізнавання кризи на підприємстві.

1. Стадія Ⅲ: Гостра переборна криза

Цей етап починається безпосередньо з виходу кризи на підприємстві.

На цьому етапі для подолання кризи потрібна мобілізація всіх складових підприємства, які вичерпують повністю свої резерви для подолання кризи.

На даній стадії, ще є можливість подолати (приборкати) гостру кризу.

1. Стадія Ⅳ: Гостра непереборна криза

Якщо не вдається приборкати гостру кризу, то підприємству необхідно вступити в останню стадію розвитку кризового процесу, що може закінчитись ліквідацією підприємства. Цей етап вимагає подолання кризи значно вищого потенціалу ніж є в наявності. Подолання кризового процесу може бути не можливим, якщо є відсутність або були невдалі заходи дій захисту від кризи, також подолання може бути не можливим через екстремальний сильний тиск часу та через інтенсивність, що може підсилювати деструктивні впливи на підприємство [5].

Причини криз, що виникають на підприємствах туристичної індустрії, можуть бути різними (рис.1.1). Вони поділяються на об'єктивні, зовнішніми, внутрішніми, суб’єктивні, можуть носити також природний характер та техногенний відбиток. Загальна криза охоплює всю соціально-економічну систему, тобто ціле підприємство. Локальна криза охоплює тільки частину підприємства, тобто деякі його підрозділи. До локальних криз належать: криза збуту; криза діяльності; фінансова криза; криза менеджменту; криза організаційної структури підприємства; криза платоспроможності[6].

Зовнішні фактори кризи бувають (рис.1.1):

* Криза окремої галузі;
* Спад кон'юнктури в економіці в цілому;
* Значний рівень інфляції;
* Сезонні коливання;
* Посилення конкуренції в галузі;
* Дискримінація підприємства органами влади та управління;
* Конфлікти між засновниками (власниками).

Внутрішні фактори кризи:

* недоліки у виробничій сфері;
* брак інновацій та раціоналізаторства;
* дефіцит у фінансуванні;
* низький рівень кваліфікації персоналу;
* низька якість менеджменту;
* прорахунки в галузі постачання.

Природні фактори кризи бувають:

* Повень;
* Землетрусу:
* Та інші природні катаклізми.

Рис. 1.1 "Причини кризи" в туризмі

Джерела: [6, 7].

На сьогоднішній день причини економічної кризи є суперечливі. I для цього є чимало об’єктивних передумов. Вплив на циклічність тих самих факторів, у різні періоди буває різним. Економісти тривалість циклу пов’язують із науково-технічним прогресом (НТП).

У К. Маркса [5] був свій погляд не тільки на причини, що визначають тривалість циклів, а ще і на саму природу циклічності. З точки зору К. Маркса проблема в тому що причини циклічності капіталістичного відтворення він бачив у самій природі капіталізму, безпосередньо в протиріччі між суспільним характером виробництва й часткою характером присвоєння його результатів.

К. Маркс виділяв чотири фази циклу, ці фази послідовно змінюють одина одну: криза, депресія, пожвавлення, підйом.

Туризм - економічний вид діяльності є досить уразливою сферою економіки, особливо це можна побачити під час різноманітних криз. Це можуть бути і соціальні кризи і економічні кризи і кризи які виникли через тероризм. Туризм може реагувати на невеликі зміни швидше, ніж інші економічні сфери діяльності. Але у туризмі період відновлення швидше ніж у інших сферах. Також попит у туризмі підчас кризи стає менш стабільній, але він ніколи на згасне[7].

З початку XXI ст. міжнародний туризм зазнав складнощі в економіці, це пов'язано з кризами які трапляються частіше і стають більш затяжними.

Після кризи, на важливо буде економічна криза чи соціальна результат має спільну характеристику, а саме криза зачіпає економіку усіх країн, і ні одна країна не зможе уникнути наслідків кризи.

Економіка туристичної сфери сприйнятлива до криз різного роду. Найчастіше реакція потенційних кленів та туристів дуже неадекватна і непередбачувана на ризик, з яким вони зіткнулися. У ХХІ ст. кризи туристський попит зробили менш стійким та менш стабільним [8]. З іншого боку, туризм дуже швидко відновлюється після кризи, прикладом є криза 2009 року. У той час кризові явища вплинули в першу чергу на приватний бізнес, потім на туризм, а незабаром на всі екскурсійні та рекреаційні види туризму. У таки час, місцевий туризм став стабілізатором кризової ситуації у країнах. Країни які розвивається у економіці, кризу переносять набагато легше, ніж розвинені країни, це показала криза у 2009 р. Після кризового спаду, зафіксованого у 2009 році, у міжнародному туризмі дуже швидко відновися попит. За допомогою країн, що розвиваються, а саме їх динамічних ринків (сюди також входить і місцевий туризм), вирівнялось кризове становище в розвинутих державах і, завдяки цьому, незабаром, ринок повернувся до докризового стану [9]. Ця криза привчила і постачальників туристських послуг і туристів до високого рівня гнучкості. Згодом, з кожною новою кризою почали з'являються нові туристські напрями та вирішення проблем, що виникають.

У третьому десятилітті XXI ст. криза через пандемію COVID-19 стала масштабнішою ніж криза у 2009 році. Підчас пандемії У посланні з нагоди Міжнародного дня туризму Генеральний секретар ООН наголосив, що галузь дуже постраждала під час пандемії COVID-19. Під загрозою опинилося близько 120 мільйонів робочих місць. Без роботи залишилися і залишаться переважно жінки та молодь, які становлять значну частку працівників сектору.

Глава ООН зауважив, що побоюється, що нинішня криза у туристичній сфері може призвести до втрати від 1,5 до 2,8 відсотка світового ВВП. Найбільшою мірою від таких потрясінь постраждають малі острівні держави, що розвиваються, найменш розвинені країни і багато африканських країн, де на цю галузь припадає в деяких випадках від 30 до 80 відсотків експортної виручки[10].

За останні 20 років – це сильний удар по галузі туризму і втрати туристичних компаній можуть бути колосальними.

Наслідки вірусу COVID-19 є одним із найскладніших випробувань для глобальної туристичної галузі за останні десятиліття і відрізняються своєю непередбачуваністю, торкнувшись майже всіх видів туристичної галузі. Сьогодні кількість туристів знижується не лише через «коронавірус». Ціни на нафту, коливання валют, психологічний страх перед поїздками – все це так чи інакше серйозно вплине на туристичну галузь.

У цій кризі найбільше постраждає сегмент потенційних туристів.

Загалом ситуація зараз виглядає таким чином: понад 3 мільярди людей у всьому світі сидять вдома і бояться інфекцій, кордони закриті, безвізові режими скасовані, літаки не літають, готелі порожні, а співробітники залишилися без роботи. Експерти впевнені, що туристичний сектор цього року буде втрачено. Багато компаній зникнуть так само, як і звички туристів.

Так, наприклад, днями в Угорщині оголосив банкрутство туроператор RobinsonTours, який працював на ринку 25 років. Туроператор займався як виїзним (Туреччина, Болгарія, Чорногорія, Албанія та ін.), так і в'їзним туризмом. Компанія розорилася після того, як їй довелося повернути туристам оплату за тури, що не відбулися. Втім, не всі клієнти компанії отримали свої гроші. Після припинення діяльності підприємства її борги має покрити страховка [11].

Туристичні потоки «просто впали», у цій ситуації їх не можна перерозподілити на інші напрями.

Досвід минулих криз показує, що кількість туристів у світі після пандемії зростатиме дуже швидко, але фінансові показники галузі – ні. Рентабельність туристичної галузі знизиться. На думку аналітиків, виживуть лише ті туристичні компанії та туроператори, які могли б нагромадити достатню «подушку безпеки» у попередній період.

Очевидно, що пандемія «коронавірусу» повністю змінить туристичний сектор: у середньостроковій перспективі люди з меншою ймовірністю вирушать за кордон і віддадуть перевагу внутрішньому туризму і це говорять усі експерти, що після довгого та виснажливого висиджування в квартирах туристи негайно захочуть вирушити в подорожі, як тільки у них з'явиться така можливість. До моменту відкриття кордонів у галузі накопичиться величезний відкладений попит.

Купівельна спроможність туристів знизиться через кризу. Можливо, міжнародний туризм стане долею багатих, на добробут якого пандемія вплинути не зможе.

Через економічні проблеми може зрости попит на найдешевші тури – люди економитимуть, обиратимуть найдоступніші напрямки, а також скоротиться час поїздки. Паралельно через страх перед великими скупченнями, у людей зросте популярність екологічних маршрутів, лісових походів, вилазок на природу тощо подібних видів відпочинку [12].

Основна проблема індустрії туризму в тому, що через недосконалість законодавства про туристичну діяльність, навіть незважаючи на об'єктивні форс-мажорні обставини, туристичні компанії зобов'язують відповідно до закону повертати 100% вартості оплачених послуг. У той же час, самі туристичні компанії зазнають збитків і не отримують повернення вкладених коштів.

Також слід враховувати, що більшість банків у кризовий період відмовляють у кредитуванні тим сферам економіки, які є низько прибутковими та ризиковими. З цієї причини деякі гравці, можливо, залишать туристичний ринок, але у бізнесі такі ризики є завжди, закриття компаній було, є і буде. Банкрутства можуть бути спровоковані різними причинами, для вирішення проблем необхідні програми з субсидування в'їзного та внутрішнього туризму, такі як субсидування внутрішніх казахстанських чартерних рейсів, впровадження електронної візи [13].

У лінійці туристичних продуктів, очевидно, відбудуться зміни, пов'язані з кризою закордонного туризму, яка може тривати від кількох місяців до 2-3 років. Тому прогнозується зростання внутрішнього туризму, причому в таких формах як: індивідуальний туризм, активні форми туризму (байдарки, сплави, та ін.), автобусні тури.

Саме сьогоднішня криза виявила багато системних проблем туристичного бізнесу, які до цього були приховані. Тому, незалежно від термінів ізоляції та паніки, туристичний ринок зміниться, і виживуть на ньому лише ті компанії та туроператори, хто готовий до таких змін [14].

**1.2 Історична ретроспективна епідеміологічних явищ, та їх вплив на розвиток туризму**

Пандемія з грецької «пан» - увесь, «демос» - народ. Пандемія це висока інтенсивність розвитку епідемічного процесу (тип хвороби, яка є новою для імунітету людини), та характеризується прогресуючим поширенням інфекційного захворіння на значних материках або всієї Землі[15].

Діапазон поняття "подорож" великий, від короткої поїздки кудись до багаторічного проживання в іншій країні. У середні віки це була непроста справа, на відміну від нашого часу. У стародавні часи і у Середньовіччя транспорт був погано розвинений і тому подорожі відбувалися протягом тривалого часу. Подорож могли дозволити собі далеко не всі, а тільки заможні[16].

Кріпаки, наприклад, були прив'язані до землі, вони належали землевласнику – барону, графу, лорду. Щоб вирушити кудись в іншу місцевість їм потрібна була дозвіл господаря[17]. Тому всі відомості, які ми отримали про ті часи, стосуються лише багатих та знатних людей. Обмежені у своїх подорожах були люди середнього класу, незважаючи на те, що вони були вільні. На тривалі поїздки потрібно багато часу, грошей та зусиль. У стародавні часи для людей подорож це пошук кращого життя та рятунок від війни. А у Середньовіччі люди подорожували з метою паломництва, хрестових походів, військових походів, пересування торговців, навчання підмайстрів. Також подорожі відбувалися і з місіонерською метою. Священики розповсюджували християнство по всій Європі та за її межами. Зазвичай така діяльність здійснювалася членами релігійних орденів. Такі мандри підтримували монастирі. Місіонери, пересуваючись світом, зміцнювали значення християнства. Ці подорожі були до Північної Африки та Малої Азії і відбувалися, здебільшого, на кораблях[18]. Були випадки, коли така подорож закінчувалася для місіонерів мученицькою смертю, прийнятою від язичників, через смертельне захворюванням або через нещасний випадок, корабельну трощу, тощо.

Ще один з популярних видів туризму у Середньовіччі це паломництво. То була особлива форма переміщень. Люди відвідували святі місця та святині. На той час люди були зацікавлені у такому виді подорожей. Священики та прості християни таким чином хотіли отримати відпущення своїх гріхів та отримати захист від негараздів у майбутньому житті. Найчастіше паломництва відбувалися до Риму, Єрусалиму та Сантьяго-де-Компостела. Зазвичай, паломництва організовували монастирі, вони ж забезпечували дахом і їжею мандрівників. Транспорт та допомога також забезпечувалися монастирями. Паломників супроводжували спеціальні путівники (гіди), які розповідали людям, що на них чекає під час подорожі. Паломництва здійснювали представники всіх верств суспільства: лицарі, куховарки, лікарі, вчені тощо. Єдині, хто міг здійснити паломництво, це кріпаки. Зазвичай група паломників складалася з друзів та родичів. Це було важливо, бо в дорозі на них могли напасти злодії та грабіжники, а зі знайомими людьми легше було відбити або запобігти нападу[19].

Хрестові походи теж були одним із видів подорожей у середні віки в Європі. Це була дуже специфічна подорож. Вони відбувалися з XI до XIV століття. Їх організовували з метою захоплення Єрусалиму та Святої Землі у мусульман. Вони брали участь представники різних класів середньовічного суспільства. Людьми рухало бажання здобути славу, багатство, відпущення гріхів, здійснення захисту християнських місіонерів та паломників. Хрестоносці хотіли відновити християнство в Єрусалимі. Ці походи тривали дуже довго через велику кількість учасників. Вони використовували різний транспорт та методи того часу. Хрестоносці принесли до Європи різноманітні культури[20].

Багато подорожували у середні віки різні торговці. Вони везли на продаж свої товари та привозили товари з інших місць. Вони здійснювали свої поїздки морем і суходолом, доставили в Європейські країни багато речей з Африки та Азії. Це були цукор, золото, слонова кістка з Африки. А з Азії привозили шовк, хутра, килими прянощі (перець та корицю). Зі Святої Землі до Європи потрапили рис, бавовна, парфуми, дзеркала, дині та лимони. З регіону до регіону торговці перевозили вино та рибу, сіль та мідь, деревину та шерсть для продажу. Вони пересувалися на кораблях, на возах, запряжених кіньми, у верблюжих караванах і таке інше. Це були дуже ризиковані мандрівки. Торговцям у мандрах перешкоджали пірати і розбійники всіх мастей, які могли забрати собі весь товар і вбити купця. Також подорож заважала і погана погода [21].

З міста до міста здійснювали пересування підмайстри. Вони йшли вчитися будь-якої майстерності у певного майстра. Наприклад, у Німеччині було багато таких майстрів, які навчали підмайстрів. Потім, після оволодіння майстерністю, молоді люди вирушали до інших міст, пропонуючи громадянам свої послуги, або ще більше вдосконалювати своє вміння. Мандрівникам під час поїздки потрібно було тимчасове житло. Іноді їх пускали переночувати чи пожити на деякий час місцеві жителі за невелику плату. Почесним мандрівникам пропонувалося в будинку краще місце. А простолюдинам і євреям надавали місце у дворі чи сараї, оскільки вони вважалися нечистими. А вигнанцям, взагалі, притулок та їжа не надавалися, оскільки прояв жалості до них був кримінальним злочином і суворо карався[22].

У деяких містах були спеціальні заїжджі двори та готелі для людей, які перебували в дорозі. Там для мандрівників готувалася проста їжа та ліжко, іноді вона ділилася на двох чи трьох людей. У готелях умови були кращими, ніж у монастирях, але за перебування там треба було платити. Іноді мандрівники проводили ніч просто неба, оскільки поблизу не було населеного пункту. Але це було дуже небезпечно – на них могли напасти розбійники. Також у середньовіччі багато хто вірив у існування демонів. Їх боялися ще більше, ніж розбійників та злодіїв. Люди не могли виділити їм місце у своєму житті[23].

Головною проблемою у Середньовіччя були дороги, добрих доріг не було, крім деяких, побудованих за часів Римської імперії. Дороги були брудними та кам'янистими. У дощову погоду вони дуже розкисали, і пересуватися ними було дуже складно. Ці подорожі вимагали багато часу та зусиль. Пішки пересувалися люди і на невеликі відстані, бо кінь у ті часи не кожен міг собі дозволити. На коні можна було долати відстань 56-60 кілометрів на день. Коней запрягали у вози та карети. Але таким чином могли мандрувати лише багаті та знатні люди. Карети мали дахи, тому всі, хто там був, були захищені від негоди. За такими каретами зазвичай слідували підводи із сіном. Слуги, що супроводжували знатну особу, зазвичай їхали на таких возах. Але то були невеликі відстані. У далекі країни мандрівники з Європи вирушали кораблями. Часто це були торговці чи військові. У середні віки будь-які види подорожей були дуже ризикованим заняттям[24, 25].

Це все могло вплинути на початок розвитку комерційного туризму, у позитивному ключі. Але, нажаль, у цей час були дуже погані умови для життя людини, що негативно відбивалося на можливостях подорожувати.

У той час люди жили в перенаселених будинках які не можливо було провітрювати та в які майже не потрапляло світло. У селах люди ділили один дах з худобою. А у містах вулиці були засмічені нечистотами. Через потрапляння крові забитих тварин у стічні канави починався жахливий сморід, який далі був джерелом для захворювання людей. Іноді королі та феодали своїх підданих змушували прибирати місто, але через кілька днів відновлювалася попередня ситуація і тому у той час було багато хвороб.

Людство пережило не одну пандемію за останні два тисячоліття: різні види чуми, іспанка, холера, різні види пневмонії, ВІЛ/СНІД, малярія, тиф, туберкульоз, ебола та інші. Вони призводили до великих демографічних трагедій та втрат (табл. 2.1), що неминуче впливало на кількість подорожуючих у світі.

Таблиця 1.2

Великі пандемії в історії людства

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Період, початок | Хвороба/збудник | Регіон | Кількість тих, хто заразився | Кількість померлих |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 430 р. до н. е. | Афінська моровиця | Стародавні Афіни | Невідомо | ≈ від 75 000 до 100 000 |
| 165 н.е. | Чума Антоніна | Стародавній Рим | Невідомо | ≈ 5 млн |
| 249 н.е. | Чума Кипріяна | Римська імперія, Греція, Єгипет, Сирія, Межиріччя, Галлія, Парфія. | Невідомо | ≈ з 500 000 до 190 000 |

Продовження табл. 1.2

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 543 н.е. | Чума Юстиніана | Візантійська імперія, Єгипет | Невідомо | ≈ 25 000 000 |
| 1347 р. | Чорна смерть | майже вся Євразія | Невідомо | ≈ від 75 до 200 млн |
| 1510 р. | Пандемія грипу 1510 року (інфлюенца) | Європі, Північної Африки, Європі | Невідомо | Невідомо |
| 1557 р. | Пандемія грипу 1557 року | Азія, Європа, Африка, Америка. | Невідомо | Невідомо |
| 1817 р. | Перша холерна пандемія | Південно-Східна Азія Близький Схід, Східна Африка, середземноморське узбережжя Європи | Невідомо | ≈ 1 млн. |
| 1826 р. | Друга холерна пандемія | Південно-Східна Азія, Індія, Європа, Північна Америка, Японія, Китай | Невідомо | ≈ 2 млн. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1846 р. | Третя холерна пандемія | Азія, Європа, Північна і Південна Америка, Африка | Невідомо | 10 млн |
| 1863 р. | Четверта холерна пандемія | Азія, Європа, Північна і Південна Америка, Африка | Невідомо | ≈ 2 млн. |
| 1881 р. | П'ята холерна пандемія | Весь Світ | Невідомо | ≈ 1 млн. |
| 1894 р. | Третя пандемія чуми (Портова смерть) | Африка, Азія, Південна Америка | Невідомо | ≈ від 20 млн 22 млн |
| 1899 р. | Шоста холерна пандемія | Весь Світ | Невідомо | ≈ 1 млн. |
| 1961 р. | Сьома холерна пандемія | Азія, Африка | Невідомо | ≈ 2 млн. |
| 1918 р. | Іспанка | Весь Світ | Невідомо | ≈ 50-80 млн. |
| 1956 р. | Азійський грип | Весь Світ | Невідомо | ≈ 1-4 млн. |
| 1968 р. | Гонконзький грип | Весь Світ | Невідомо | ≈ 1 млн. |
| 1978 р. | «Радянський грип» | початок в СРСР і Китаї, потім поширення по світу | Невідомо | ≈ 700 тисяч |
| 1980 р. | ВІЛ-інфекція / СНІД, ВІЛ | Весь світ | ≈ 79,3 млн. | ≈ 36 млн |
| 2009 р. | Пандемія «свинячого» грипу | Весь світ | ≈ 18 500 | ≈ від 151 700 до 575 400 |
| 2012 р. | Близькосхідний коронавірусний респіраторний синдром, MERS-CoV | Аравійський півострів, загалом у 26 країнах світу | ≈2 578 | ≈888 |

Продовження табл. 1.2

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| З 2013 | Чікунгунья, вірус чікунгунья | Центральна і Південна Африка | ≈870 000 | Невідомо |
| З 2016 | Холера | Ємен | ≈1,7 млн. | ≈ 400 |
| З 2017 | Гарячка денге | Шрі-Ланка | ≈130 000 | ≈300 |
| З 2018 | Кір | Мадагаскар, Самоа, ДР Конго | Невідомо | Невідомо |
| З 2019 | Коронавірусна хвороба 2019, SARS-CoV-2 | Спочатку в КНР, далі весь світ | ≈205 млн. | ≈ 4,4 млн. |

Джерело[24].

Згідно даним таблиці 1.2 можна побачити що не тільки у стародавні часи та Середньовіччя, а і у нашому сучасному світі існували пандемії які забирали не одне життя, незважаючи на те, що медицина зараз на високому рівні ніж у давнину.

Афінська моровиця (430 р. до н. е.) це перша хвороба яка була зафіксована в історії людства. Протягом чотирьох років невідома хвороба вбила чверть афінського війська і чверть населення міста. Ця хвороба послабила домінування Афін. Підчас цієї хвороби мандрівники уникали заражене місто, а з самого міста люди намагались не виїжджати[26].

У 165 році людство зіткнулося з Чумою під назвою Антоніна (на честь імператора Марка Аврелія Антоніна). Є вірогідність що це була натуральна віспа, яку привезли італійські солдати з країн Близького Сходу. Підчас хвороби люди нікуди не подорожували, бо через симптоми не могли жити своїм нормальним життям і у цей період для людей головна мета була вижити.

У Середньовіччя основні хвороби були чума та холера. Для Європи пандемія чуми не була новою хворобою, бо у VI-VIII століттях була чума під назвою "Юстиніанова чума" (551—580), яка на континенті забрала мільйони життів. З того часу минуло багато часу, про цю хворобу всі встигли забули.

Але людство зустрілось з новою пандемією, масштаб пандемії підчас чуми під назвою "Чорна смерть", був дуже великим, тоді від хвороби померло близько 20% населення Європи і не тільки. Після появи цієї чуми європейці були шоковані. Бо життя людей дуже сильно змінилося починаючи від простого життя до моменту розуміння що виживуть одиниці [27].

Ще одна з найвідоміших пандемій це холера. У XIX сторіччі все ще були спалахи епідемії чуми, але у той час на перше місце вийшов новий ворог - холера. Збудником для цієї хвороби є холерний вібріон. Після виникнення холери у організмі, вірус приводить до ураження кишківника, діареї, нудоти та зневоднення організму. Причиною виникнення та поширення холери була відсутність каналізації та очищення питної води у великих містах, а також низький рівень гігієни у той час.

Холера, яка була ендемічною для забрудненої долини Гангу в Індії, у 1817 року та наступні роки почала інтенсивно поширюватися по всій Азії. За сторіччя відбулося п'ять холерних пандемій, чотири з яких завдали удару Європі, зокрема, й призвели до тисяч смертей в Україні.

За оцінками дослідників, у світі щорічно відбувається від 1,3 до 4,0 млн випадків захворювання на холеру та 21 000–143 000 випадків смерті від холери [28].

Підчас спалаху чуми та холери наслідки були дуже жахливі для подорожей. У цей час пандемії людей вмирало дуже багато, деякі міста закривалися але через щурів які переносили збудників захворювання, люди все одно хворіли та вмирали.

Під час таких пандемії про подорожі дуже складно казати, бо від хвороб дуже складно було знайти ліки для одужання. У містах, де були харчівні та будинки відпочинку для подорожуючих, через пандемію такі заклади закривалися та не приносили прибуток. І у такі часи подорожувати немає сенсу бо у кожній країні було одне і теж, хворі, дефіцит ліків, велика кількість смертей.

Спалахи чуми та холери ще були у історії, але з’явилися ще не менш серйозні хвороби, а саме захворювання які є і у сучасному житті це різні види «грипу» та хвороба ВІЛ / СНІД які теж змінили людські життя.

У 1918-1920 роках пандемія "іспанського грипу" часто називають найбільш смертельною пандемією в історії людства.

Науковці вважають, що у той час перехворіли понад 500 млн. людей, а у 2005 року Всесвітня організація охорони здоров'я оцінила кількість жертв тієї пандемії у 40-50 млн. Для порівняння, на фронтах Першої світової війни загинули - 10 млн. військових, зникли - 7 млн. [29].

Ще одна пандемія яка з'являється навіть у наш час це пандемія ВІЛ / СНІДу. Перша поява цього вірусу була приблизно 40 років тому, Вірус імунодефіциту людини (ВІЛ) вражає імунну систему та послаблює захист від багатьох інфекцій та деяких типів онкологічних захворювань, з якими здатен впоратися імунітет здорової людини. Вірус руйнує та послаблює функцію імунних клітин, тому в інфікованих осіб поступово розвивається імунодефіцит. Останньою стадією ВІЛ-інфекції є синдром набутого імунодефіциту (СНІД).

Досі не існує методу, що дозволяє повністю вилікувати ВІЛ, проте завдяки розширенню доступу до діагностики та антиретровірусної терапії, інфіковані пацієнти можуть прожити довге життя. За даними на кінець 2020 р., антиретровірусну терапію отримували 27,5 млн осіб, з них 25,5 млн проживають у країнах з низьким та середнім рівнем доходів.

За даними Центру громадського здоров’я України, в нашій країні понад 250 тис. осіб живуть з ВІЛ, при цьому третина з них не знає про свій статус. Відповідно, вони не розпочинають лікування (а отже вірус продовжує руйнувати їхню імунну систему) та можуть несвідомо інфікувати інших [30].

Історія пам’ятає багато епізодів, коли через хвороби рух мандрівників майже припинявся навіть на світовому рівні, паралельно закривалися цілі міста та регіони як на в’їзд так і на виїзд люде, аби запобігти розповсюдженню смертельних вірусів. Це негативно відбивалося на економічному становищі закладів гостинності, які в такі періоди втрачали своїх клієнтів та можливість заробляти. Але, історія також засвідчує, що після подолання кризи, викликаної пандемією, подорожі та робота закладів причетних к обслуговуванню туристів, швидко відновлювалась.

**1.3. Інструменти врегулювання кризових явищ у туризмі, що виникнули в результаті епідемії**

Пандемія COVID-19 занурила весь світ у затяжну економічну кризу, завдавши нищівного удару по всіх галузях людської діяльності. Деякі сфери зазнали особливо серйозних збитків. Серед них – культура і туризм.

На початку пандемії COVID-19 підчас подорожі туристу необхідно було дотримуватись правил при в’їзді до країн. Кожна країна визначала власний перелік вимог, які туристам потрібно було виконати до в’їзду у каїни (табл 1.3).

Таблиця 1.3

Правила до в’їзду країн світу під час пандемії

|  |  |
| --- | --- |
| Країни | Правила  (турист може вибрати будь-який варіант) |
| 1 | 2 |
| Туреччина | ПЛР тест (не пізніше 72 годин);  Експрес-тест на антигени (не пізніше 48 годин);  Сертифікат про вакцинацію (мінімум за 14 днів до прильоту);  офіційна довідка про перенесення (за 6 місяців).  Виключення мають діти до 12 років. |
| Єгипет | Анкета про здоров’я (Declaration Health Form);  ПЛР тест (не пізніше 72 годин);  Антиген (не пізніше 24 годин);  Вакцинація (мінімум за 14 днів до прильоту). |
| Греція | Форми PLF (Passenger Locator Form)(не пізніше 24 годин);  ПЛР тест (не пізніше 72 годин);  Довідка про наявність антитіл(від 2 до 9 місяців з дати видачі);  Антиген(не пізніше 48 годин). |
| ОАЕ | ПЛР тест (не пізніше 48 годин). |
| Франція | Повний курс вакцинації. |

Джерело [29]

Також треба зауважити, що всі країни вимагають, щоб всі результати були на англійській мові, з qr-кодом який веде на сторінку з результатами та з живою (мокру) печаткою.

Під час карантину, після великої кількості летальних випадків, у кожній країні уряд видав наказ про необхідність вакцинуватися.

На сьогоднішній день найпопулярніші вакцини у всьому світі Johnson & Johnson, Moderna, Oxford/Astra Zeneca, Pfizer/BioNTech (табл. 1.4).

Вакцина Johnson&Johnson або Janssen - це векторна вакцина, яка була розроблена фірмою Janssen(Бельгія) та належить компанії Johnson & Johnson(США). За даними ВОЗ, ефективність Janssen з’явиться через 28 днів після щеплення, вона становить 85,4% від тяжкого перебігу хвороби та 93,1% від потреби у госпіталізації.

Клінічні дослідження вчених показали, що разова доза вакцини захищає організм від симптоматичної помірної та тяжкої інфекції на 66,9%.

Таблиця 1.4

Статистика використання вакцини, 2021 р.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Країни/  Вакцинації | Johnson &  Johnson | Moderna | Oxford/  AstraZeneca | Pfizer/  BioNTech |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Україна | 20 680 | 3 044 899 | 4 041 487 | 14 774 013 |
| США | 18 948 166 | 243 881 608 | 0 | 387 174 835 |
| Франція | 1 090 057 | 24 040 567 | 7 862 324 | 118 519 102 |
| Італії | 1 508 307 | 34 264 343 | 12 166 376 | 94 642 604 |
| Німеччина | 3 754 465 | 31 549 849 | 12 795 468 | 137 847 097 |

Джерело [31]

Також компанія Johnson & Johnson додає, що введення другої бустерної дози з інтервалом 56 днів може забезпечувати захист від важкого перебігу коронавірусної хвороби на 100%.

Вакцина Moderna – вакцина проти COVID-19, розроблена американським Національним інститутом алергії та інфекційних захворювань (NIAID).

Вакцина AstraZeneca (Оксфордська вакцина), також відома як Oxford/AstraZeneca, Covishield (Ковішилд), Vaxzevria - вакцина проти COVID-19, розроблена Оксфордським університетом та британсько-шведською компанією AstraZeneca [32].

Вакцина Pfizer/BioNTech – вакцина проти COVID-19, розроблена німецькою компанією BioNTech за співпраці з американською Pfizer та китайською Fosun Pharma. Розповсюджується також під товарним знаком Comirnaty [33].

Ознайомившись з таблицею 1.2 у таблиці вказано 4 види вакцинації Johnson & Johnson, Moderna, Oxford/AstraZeneca, Pfizer/BiоNTech за весь період пандемії після створення цих вакцин. Згідно з даними у таблиці вакцина Pfizer/BioNTech стала більш прийнятною для Україна, США, Франція, Італії, Німеччина.

Зі слів виробника ця вакцина вкрай ефективно запобігає тяжкому перебігу захворювання, а також помірно ефективна щодо симптоматичного перебігу інфекції SARS-CoV-2.

Також під час багато туроператорів та турагенів змушені були призупинити свою діяльність, але бажання подорожувати навіть у такий складний час залишилось (таблиця 1.5).

Таблиця 1.5

Інструменти врегулювання у туризмі

|  |  |
| --- | --- |
| Інструмент | Характеристика |
| 1 | 2 |
| Додатки | «Агов Travel» - це онлайн - платформа з надання туристичних послуг та продуктів. |
| «Safe Travels» | Це підтвердження того, що готелі(хостели і тд.) виконує глобальні стандартизовані протоколи охорони здоров’я, гігієни для того, щоб гості і туристи подорожували безпечно. |
| SO/PAS 5643:2021  Туризм і супутні послуги (EUROPEAN TOURISM COVID-19 SAFETY SEAL) | Цей документ встановлює вимоги та рекомендації для туристичних. Мета захист здоров’я своїх працівників в туристичній сфері від COVID-19 та надання більш безпечних туристичних продуктів та послуг туристам і мешканцям. |
| Переобладнання готельного бізнесу | У кожному номері є планшет, через який кожен клієнт може заказати необхідну послугу, також у номерах встановлюють прилади для дезінфекції повітря. |
| Туроператори(турагенти) | Деякі туроператори адаптувалися та почали вести блог у соц. мережах з метою зацікавити туристів подорожувати самостійно та показати доступні та безпечні міста в країні. |
| Вакцинація | Жорсткий митний контроль: перевірка необхідних документів, які підтверджують стан здоров’я туриста. |

Джерело: складено автором

Додаток «Агов Travel» був розроблений для надання туристичних послуг та продуктів з найбільшою базою туристичних об'єктів в Україні. Додаток «Агов Travel» пропонує туристу всі найважливіші інструменти для організації відпочинку та подорожей:

Пошук популярних локацій, або зовсім невідомих місць;

Пошук турів та/або екскурсій;

Покупка квитків на літак чи поїзд або автобус;

Бронювання готелів (ресторанів);

Сервіс оренди авто;

Розрахунок витрат на відпочинок( ще у розробці) [34].

Після початку пандемії для захисту туристів була створена програма «Safe Travels».

Штамп «Safe Travels» - це перша в світі глобальна марка безпеки та гігієни для подорожей і туризму, розроблена спеціально для боротьби з COVID-19 та подібними спалахами. Штамп «Safe Travels» дозволяє мандрівникам та іншим зацікавленим сторонам подорожей і туризму визнавати органи призначення та компанії в усьому світі, які запровадили протоколи охорони здоров’я та гігієни, які відповідають глобальним протоколам безпечних подорожей WTTC. Штамп «Safe Travels» не вказує на рівень COVID-19 у пункті призначення, тому туристичні дестинації та компанії просять відповідально використовувати даний штамп.

Усі країни, органи призначення та компанії, що працюють у сфері подорожей і туризму, зможуть використовувати штамп за умови, що вони дотримуються протоколів безпечних подорожей, а у випадку авіації – з «Takeoff» Міжнародної організації цивільної авіації.

Використання Штампу не означає жодних стосунків із WTTC, схвалення чи спонсорства з боку WTTC. У той же час:

1. WTTC розробив нові глобальні протоколи безпечних подорожей для використання в секторі подорожей і туризму як найкращі практичні рекомендації, які допоможуть перезапустити та прискорити відновлення сектору після COVID-19.
2. Глобальні протоколи розроблені, щоб допомогти відновити довіру серед мандрівників і всередині сектора, щоб можна було відновити безпечні подорожі після послаблення обмежень. Вони забезпечують узгодженість для органів призначення, а також вказівки для туристичних постачальників, операторів, мандрівники, про новий підхід до здоров'я та гігієни у світі після COVID-19.
3. Глобальні протоколи були розроблені у співпраці з членами WTTC, провідними галузевими асоціаціями та міжнародними організаціями. Вони враховують поточні рекомендації Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ) і Центрів з контролю і профілактики захворювань (CDC).
4. Протоколи є живими документами, які будуть оновлюватися, коли стане доступною нова інформація про COVID-19. WTTC рекомендує як приватному сектору, так і державним органам призначення прийняти підхід, що ґрунтується на оцінці ризику, на основі контекстів високого та низького ризику і відповідно адаптувати свої заходи. Універсальний варіант не є рішенням.
5. Протоколи безпечних подорожей для кожної ключової галузі в секторі подорожей і туризму допоможуть забезпечити узгодженість і послідовність щоб забезпечити безпеку мандрівників і робочої сили під час відновлення сектору після COVID-19. Запускаються галузеві протоколи по фазах. Наразі доступно дев’ять галузевих протоколів, зокрема для гостинності, роздрібної торгівлі на відкритому повітрі, авіації, аеропортів, туроператорів, галузь короткострокової оренди, пам'ятки, прокат автомобілів і конференц-центри, зустрічі та заходи. Протоколи страхування та круїзу знаходяться в стадії розробки.
6. Кожен із протоколів Safe Travels має чотири стовпи, а саме:
7. Оперативна та штабна готовність;
8. Забезпечення безпечного досвіду;
9. Відновлення довіри та впевненості;
10. Впровадження сприяючої політики.
11. WTTC закликає національні, регіональні та місцеві органи влади підтримати прийняття протоколів безпечних подорожей, щоб їх можна було запровадити в усьому світі та відновити вкрай необхідну довіру мандрівників для перезапуску сектору подорожей і туризму.

Використовувати марку штампу можна безкоштовно. Штамп «Safe Travels» базується на самооцінці та не є сертифікатом. Країни, органи призначення та компанії використовуючи штамп, підтвердили, що вони запровадили та забезпечать постійну відповідність протоколам Safe Travels і рекомендації ICAO «Takeoff».

Цифровий сертифікат COVID для ЄС — це цифрове свідчення того, що людина перебуває в одній із таких ситуацій: була вакцинована проти COVID-19; зробив тест із негативним результатом; одужав після захворювання на COVID-19. Цифровий сертифікат сприяє вільному та безпечному переміщенню громадян Європейського Союзу під час пандемії COVID-19[35].

Якщо Ви прибуваєте в Іспанію морським або повітряним шляхом з країн, що входять до Європейського Союзу або в Шенгенську зону, Вам не потрібно буде пред'являти сертифікат COVID-19.

До решти мандрівників, які бажають приїхати з цифровим сертифікатом ЄС COVID або його еквівалентом, висуваються такі вимоги:

Сертифікат вакцинації: він повинен підтверджувати проходження повного курсу вакцинації з використанням вакцини, схваленої ЄАЛЗ/ВООЗ, та має бути виданий не раніше ніж через 14 днів після введення останньої дози. Термін дії виданого сертифіката про вакцинацію складатиме 270 днів (9 місяців) з дати введення останньої дози. Для продовження терміну дії сертифікату після закінчення цього періоду необхідно буде отримати бустерну дозу вакцини. Зверніть увагу, що обов'язковість отримання бустерної дози та закінчення терміну дії через 270 днів не поширюються на неповнолітніх віком від 12 до 18 років. Тому, якщо ви є неповнолітнім віком від 12 до 18 років, ви будете вважатися вакцинованим, навіть якщо ви не отримали бустерну дозу через 270 днів після отримання останньої дози.

Цифровий сертифікат COVID для ЄС надається безкоштовно, видається у цифровому чи паперовому форматі, державною мовою вашої країни та англійською мовою. Він є дійсним на всій території ЄС і включає QR-код, який прискорює перевірку інформації в пункті призначення та гарантує справжність документа. Сертифікат містить мінімальну основну інформацію, таку як ім'я, дата народження, дата видачі та унікальний ідентифікатор, а також належні дані про вакцинацію, діагностичне тестування або одужання від хвороби. Під час перевірки в іншій країні, яка є членом ЄС, ці дані залишаються в сертифікаті та ніде не зберігаються. У процесі підтвердження перевіряються дійсність та справжність документа, а також ким він був виданий та підписаний[36].

SO/PAS 5643:2021 Туризм і супутні послуги. Цей документ (PAS) був прийнятий Європейським комітетом зі стандартизації (CEN), як Європейський туристичний знак безпеки COVID‑19(EUROPEAN TOURISM COVID-19 SAFETY SEAL)

Розробники PAS вказали, що до цього доку метка включають вимоги та рекомендації, які відносяться до захисту не тільки туристів, але й місцевих жителів, і також працівників туристичних організацій. Ці рекомендації можуть бути адаптованими до будь-якої організації. Тому рекомендації стосуються всього: починаючи від закладів розміщення, пляжів, екскурсоводів, парків, ресторанів, транспортних компаній, СПА-центрів, музеїв, пам’яток спадщини, індустрії конференцій, а також заходів, які стосуються операторів подорожей та туризму тощо[37].

**ВИСНОВКИ ЗА РОЗДІЛОМ І**

Отже, в теоретичній частині магістерської роботи було розкрито поняття терміну криза, визначено причини виникнення кризи та висвітлено підходи до визначення даного терміну.

В ході дослідження було ідентифіковано що одного визначення терміну слова «криза» нема. У різні часи різні вчені кризу трактували по різному.

Криза здійснює глибокий вплив на розвиток економіки країни. Під час аналізу терміну «криза» було створено власне визначення, а саме «Криза - це стан системи, при якому змінюються всі умови функціонування, що призводить до ускладнення прийняття рішень від яких залежить подальший її розвиток».

Кризи бувають політичні, економічні, соціальні тощо. Ці сфери у розвитку країни грають важливу роль. Саме вони вказують як буде розвиватися країна. Тому коли виникає криза у конкретній сфері діяльності, виникає багато проблем які потім відображається у туристичній сфері та у сфері послуг гостинності. До причин кризи можна віднести такі фактори: природні, зовнішні, внутрішні, об′єктивні, техногенні, суб′єктивні. Ці фактори можна поділити на дві групи: перша група фактори на які людина може вплинути, і фактори на які людська рука не може вплинути. До першої групи відноситься: внутрішні, зовнішні, технологічні, суб′єктивні та об′єктивні. У цій категорії людина може передбачити проблему та зробити необхідні заходи для вирішення проблеми. Друга категорії пов’язана з природніми катаклізмами людина на них не може ніяк вплинути.

Безумовно, можна сказати що остання пандемічна криза, яку переживає світовий туризм, негативно вплинула на країни де туристична галузь формує головною частиною прибутку країни.

Термін пандемія походить з грецької що означає «пан» - увесь, «демос» - народ. За існування людства булу багато хвороб: три види чуми, сім видів холери, іспанка, грипи, ВІЛ/СНІД та Коронавірусна хвороба 2019. Всі ці хвороби забрали багато життів.

У стародавні часи туризм був не такий як у сучасному світі, тоді туризм – це була подорож, яку не всі люди могли собі дозволити, у першу чергу це були заможні люди, які мали кошти на коней для подорожей, бо у той час інфраструктура була дуже поганому стані.

За аналізом, походження багатьох перших пандемії було не визначено. Велика ймовірність, що це було через шкідників які множилися на щурах і через погані умови життя людей. Перша хвороба яка була зафіксована в історії людства це Афінська моровиця, або інша назва Афінська чума. Вона з’явилась в Афінах у 430 р. до н. е. вбила за приблизними даними від 75 000 до 100 000 людей. Спалахи епідемій приводило до жахливих наслідків. У такі часи люди забували про подорожі. Закривалися харчевні, домівки для подорожуючих (зараз це готелі), також закривались цілі міста щоб хвороба не поширювалась.

У сучасні часи після появи Коронавірусної хвороби 2019, люди подорожували але не всі країни були відкриті і були обмеження. Зокрема, це негативний ПЛР-тест який діяв 72 години, сертифікат про вакцину на рідній мові та на англійській мові. Деякі країни могли впустити якщо був сертифікат на антитіла.

Певні послаблення щодо перетину кордонів існували для дітей, як для окремої категорії подорожуючих. Так, у різних країнах дитині не потрібно робити ПЛР-тест: наприклад, Албанія не вимагає тест у дітей до 6 років, Танзанія дозволяє туристам не робити тест ПЛР для дітей до 1 року, Грузія до 10 років не вимагає тест, Хорватія та Греція до 12 років не вимагає ПЛР-тест.

Також для безпечних подорожей була створена програма «Safe Travels» яка дозволяє мандрівникам та іншим зацікавленим сторонам подорожей та туризму зорієнтуватися щодо стану рівня безпеки під час перебування у конкретному закладі. Ще один інструмент це SO/PAS 5643:2021 «Туризм і супутні послуги» - документ, має у собі правила які стосуються не тільки туристів, а й місцевих жителів та робітників у туристичній сфері. Він допомагає туристам безпечно подорожувати та не хвилюватися про хворобу.

Крім того, галузь, намагаючись залишитись «на плаву» генерувала цілу низку додаткових продуктів та інструментів, покликаних стабілізувати ситуацію на ринку туристичних послуг та, як мінімум зберегти попит туристів до кращих часів. Серед таких: мобільні туристичні додатки, он-лайн заходи, тимчасова зайнятість у суміжних із туризмом сферах діяльності (тревел-блогерство), тощо.

**Розділ Ⅱ Аналіз тенденцій розвитку туристичної галузі в умовах пандемії**

**2.1 Характеристика світової туристичної індустрії під час пандемії**

У економіці більшості країн світу більш розвинутою є саме сфера послуг, у якій важливе місце займає туризму. Очевидними є тенденції, за яких від класичного туризму відокремлюються нові, найрізноманітніші альтернативні види, зосередженість на яких дозволяє підвищувати дохідність туристичних послуг та, відповідно, вихід на нові ринки.

Розвиток туризму у світі впливає на такі сектори економіки, як торгівля, транспорт, будівництво, сільське господарство, зв‘язок, виробництво товарів широкого вжитку, і є одним з найперспективніших напрямів структурної перебудови економіки, що стимулює розвиток народних промислів, підтримує національні традиції, відродження рецептів приготування смачних і цікавих страв, вимагає збереження природи та створення сприятливих соціальних умов для свого функціонування. Як одна з найбільших галузей промисловості в світі, туризм повинен вирішувати проблеми сталого розвитку.

За даними UNWTO на передодні пандемічних часів:

очікувалось, що кількість подорожуючих у світі до 2030 року зросте до 1,8 млрд. осіб за рік;

до 2020 року прогнозувалось збільшення доходів від туризму до 2 000 млрд. доларів США;

зайнято понад 260 млн. осіб населення планети в туризмі;

туризм повинен був складати 10% світового валового продукту;

світовий експорт туризму буде складати 7% із загальним обсягом 1,4 трильйони доларів США;

сфера туризму мала б складати 30% світового експорту послуг;

приблизно 40 держав повинно було використовувати доход від туризму як головне джерело надходжень до бюджету, а ще у 70 країнах ці доходи є однією з трьох основних статей [38].

Але зараз картина у світі дуже змінилась, через пандемію. Криза привела економіку країн до значних витрат на міжнародному ринку послуг. За словами Генерального секретаря UNWTO covid-19 призвів до безпрецедентних економічних наслідків[39]:

туризм завжди був однією з головою галузою в світу економіки. За величиною це третя категорія експорту (після хімікатів та палива), і в 2019 році на неї припадало 7% світової торгівлі;

туризм для деяких країн, може становити приблизно 20% ВВП;

туризм є одним із секторів, які найбільше постраждали від пандемії Covid-19, впливаючи на економіку, засоби до існування, громадські послуги та можливості на всіх континентах. Постраждали всі ланки його великого ланцюга створення вартості.

доходи експорту від туризму можуть впасти на 910 мільярдів доларів США, у 2020 році впало до 1,2 трильйона доларів. Це може скоротити світовий ВВП на 1,5-2,8%.

туристичні **робочі місця приблизно** 100-120 мільйонів **під загрозою [40].**

За даними UNWTO щодо ситуації в галузі на світовому рівні у 2022:

у перші п’ять місяців 2022 року міжнародний туризм значно відновився, коли кількість прибуттів досягла майже половини (46%) рівня того самого періоду 2019 року.

піжнародні туристичні прибуття (відвідувачі з ночівлею) порівняно з 2021 роком зросли більш ніж втричі (+221%) у січні-травні 2022 року, але залишилися на 54% нижче ніж в минулому році.

по всьому світу було зареєстровано майже 250 мільйонів міжнародних поїздок станом на травень 2022 року. Для порівняння у 2021 року, було зафіксовано у ті ж місяці 77 мільйонів прибуттів.

На початку 2020 року, через пандемію ввели 100% обмеження для туристів на в’їзд (рис. 2.1).

Розглянувши рисунок 2.1 можна побачити що на початку пандемії у 2020 році 45% країн закрили повністю, або частково свої кордони для туристів; 30% країни призупинили повністю або частково міжнародні авіарейси; 18% закрили кордони для туристів з певних країн; і 7% - продовжили приймати туристів так, як було до пандемії

Рис. 2.1. Обмеження на в’їзд у 2020 році (у % країни світу)

Джерело: [34]

У відновленні лідерами стали Америка та Європа. Європа прийняла більш ніж у чотири рази більше міжнародних прибуттів, ніж за перші п’ять місяців 2021 року (+350%). В Америці (+112%) кількість прибуттів зросла більш ніж удвічі. Незважаючи на сильне відновлення, кількість прибуттів залишилася на 36% і 40% нижче рівня 2019 року в Європі та Америці відповідно. Близький Схід (+157%) і Африка (+156%) також спостерігали значне зростання в січні-травні 2022 року порівняно з 2021 роком, але залишалися на 54% і 50% нижче рівня 2019 року відповідно. В Азії та Тихоокеанському регіоні кількість прибуттів збільшилася майже вдвічі (+94%), хоча їх кількість все ще була на 90% нижчою за 2019 рік, оскільки деякі кордони залишалися закритими для несуттєвих подорожей (рис. 2.2)[38].

Рис. 2.2. Прибуття міжнародних туристів 2021, січень-травень 2022 року»

Джерело: [35]

У січні-травні 2022 року у всьому світі було зареєстровано приблизно 250 мільйонів міжнародних прибуттів, це 46%от числа прибуттів у січні – травні 2019 року(540 мільйонів). Після пандемії світ відновився на 46% порівняно з 2019 роком (рис. 2.3).

Рис. 2.3. Відновлення туристичної діяльності, у % до 2019

Джерело: [35]

Туристичні внески в економіку в 2021 році (виміряний у прямому валовому внутрішньому продукті туризму) оцінюється приблизно в 1,9 трильйона доларів США , це перевищує в 1,6 трильйона доларів США в 2020 році, але все ще нижче значення до пандемії в 3,5 трильйона доларів США.

Надходження від міжнародного туризму у 2021 році зросли на 4% порівняно з 2020 роком у реальному вираженні (у місцевих валютах, постійні ціни), але залишилися нижчими за 2019 рік на 62%. Цей відсоток кращий, ніж показник міжнародних прибуттів -71% порівняно з 2019 роком, через значне зростання у витратах на міжнародну поїздку під час пандемії.

Загальний експортний дохід від міжнародного туризму, включаючи надходження від пасажирських перевезень, досяг 728 мільярдів доларів США у 2021 році, що також на 4% більше, ніж у 2020 році, але на 61% нижче 2019 року, коли доходи перевищили 1,7 трильйона доларів США. Це сталося після падіння на 63% у 2020 році, у перший рік пандемії. Таким чином, загальна втрата доходів від туризму перевищує 2 трильйони доларів США за 2020 та 2021 роки.

Пандемія також зменшила частку туризму в загальному експорті товарів і послуг із 7% загального експорту в 2019 році (у розрахунку в доларах США) до 3% у 2020 і 2021 роках. Вага туризму в експорті послуг також знизилася, з 28% у 2019 році до 13% у 2020 році та 12% у 2021 році.

Інформація щодо .туристичних потоків продемонстрована у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Міжнародні туристичні прибуття 2018–2020 рр. за країнами, які відвідують туристи найчастіше

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Країна | Міжнародні прибуття туристів, млн осіб | | Частка окремої  країни в загальній  кількості, % | | Абсолютне  відхилення частки  країн, % | | Відносне відхилення міжнародних прибуттів туристів, % | |
| 2018 р. | 2019 р. | 2018 р. | 2019 р. | 2019 /  2018 | 2018 /  2017 | 2019 /  2018 | 2020 /  2019 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Франція | 89,4 | 90,0 | 6,73 | 6,43 | -0,30 | +2,9 | +0,7 | -82 |
| Іспанія | 82,8 | 83,7 | 6,23 | 5,95 | -0,25 | +1,1 | +1,1 | -76 |
| США | 79,7 | 79,3 | 6,00 | 5,66 | -0,34 | +3,3 | -0,5 | -72 |

Продовження таблиці 2.1

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Китай | 61,6 | 65,7 | 4,64 | 4,64 | +0,05 | +3,6 | +6,7 | -84 |
| Італія | 62,1 | 64,5 | 4,68 | 4,61 | -0,07 | +5,7 | +3,9 | -57 |
| Туреччина | 45,8 | 51,2 | 3,45 | 3,66 | +0,21 | +21,7 | +11,8 | -72 |
| Мексика | 41,3 | 45 | 3,11 | 3,21 | +0,10 | +5,1 | +9,0 | -47 |
| Таїланд | 38,2 | 39,8 | 2,88 | 2,84 | -0,04 | +7,3 | +4,2 | -79 |
| Німеччина | 39,9 | 39,6 | 2,93 | 2,83 | -0,10 | +3,8 | +1,8 | -63 |
| Об’єднане  Королівство | 38,7 | 39,4 | 2,91 | 2,81 | -0,10 | -2,2 | +1,8 | -60 |
| **Світ** | 1328 | 1400 |  |  |  |  |  |  |

Джерело [34].

Розглянувши табл. 2.1. динаміка міжнародних туристичних прибуттів за напрямами, можна побачити, які дестинації були популярними серед туристів по всьому світу у 2018 – 2020 рр.

За даними таблиці 2.1 можна зазначити, що обсяг міжнародних туристів у 2019 р. у всіх країнах виріс (крім США, де знизився на 0,5%). Тим не менше, у той же час скорочується частка провідних країн в загальній кількості туристичні прибуттів, незначне зростання відбулося лише в Мексиці +0,1% , Китаї +0,05%, та найбільше +0,21% в Туреччині.

Пандемія COVID-19 суттєво змінила кількості міжнародних прибуттів туристів у всіх країнах: найбільшого зменшення у 2020 р. порівняно з попереднім, 2019 р., зазнали Китай (–84%), Франція (–82%), Таїланд (–79%), Іспанія (–76%), США та Туреччина (–72%). Таким чином можна сказати що країни, ймовірно відчуватимуть негативні наслідки кризи в туризмі набагато довше ніж інші економіки.

Отже, очікується, що від туризму доходи у всьому світі не відновляться до результатів які були у 2019 року приблизно до 2023 року. За результатами дослідження UNWTO [41] що повернення до рівня 2019 року відбудеться лише в 2024 році або пізніше.

* 1. **Стан туристичної галузі в Україні на тлі пандемічних явищ**

Як відомо, українська індустрія туризму не є основою вітчизняної економіки, але важливою її складовою. Частка туризму в економіці України становить близько 3-4% ВВП. В Україні можна спостерігати значне відставання темпів проведення заходів щодо підтримки туристичного бізнесу, що призвело до загрози конкурентоспроможності галузі на світовому ринку. За словами Голови Держагентства розвитку туризму в Україні в 2020 році туристична галузь зазнала збитків на 60 млрд грн. Крім того, туристична криза триватиме до кінця 2023 року. Таким чином, беззаперечним є те, що внаслідок поширення інфекції, туризм в Україні занепадає, карантин призвів до значних обмежень у цій сфері, і невідомо, чи скоро це стане можливим відновити стабільне, звичне життя. Важливо зазначити, що уряд, який шукає шляхи подолання наслідків пандемії Covid-19, має приділити особливу увагу саме проблемам туристичного бізнесу, оскільки цей сектор, хоч і не є провідним у вітчизняній економіці, але це його важлива частина.

За даними Державної служби статистики України кількість туристів, обслугованих туроператорами та тур агентами 2019-2021 представлена у табл. 2.2. Колективні засоби розміщування (з урахуванням діяльності фізичних осіб-підприємців) представлено у табл. 2.3.

Таблиця 2.2

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та тур агентами 2018-2020, осіб

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Рік | Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами,  за видами туризму | У тому числі | | |
| в'їзні (іноземні) туристи | виїзні туристи | внутрішні туристи |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2018 | 4.557.447 | 75.945 | 4.024.703 | 456.799 |
| 2019 | 6.132.097 | 86.840 | 5.524.866 | 524.866 |
| 2020 | 2.360.278 | 11.964 | 2.125.702 | 222.612 |

Джерело: [36]

Таблиця 2.3

Колективні засоби розміщування (з урахуванням діяльності фізичних осіб-підприємців)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Кількість  колективних засобів розміщування, од | Кількість місць  у КЗР, тис. од | Кількість осіб, що перебували  у КЗР, тис. | |
| усього | з них іноземці |
| 2019 | 5335 | 370,6 | 6960,9 | 959,4 |
| 2020 | 4523 | 312,1 | 3379,5 | 254,4 |

Джерело: [37]

Пандемія в Україні надали імпульс внутрішньому туризму, пробудивши цікавість людей до подорожей своєю країною. Внутрішній туризм є основним драйвером який зберігає та відроджує туристичну галузь.

Але сьогодні в Україні спостерігається відставання у темпах вживання заходів на підтримку туристичного сектору, це ставить під серйозний удар конкурентоспроможність галузі на глобальному ринку. Для розвитку внутрішнього туризму в Украйні потрібна підтримка держави, а саме залізничного транспортного та внутрішнього повітряного сполучення та цін на квитки з можливими субвенціями, а також підтримка внутрішнього туризму через впровадження туристичних ваучерів і кредитних ліній для цього виду туризму.

Що стосується наслідків пандемії COVID-19 у сфері туризму, то Україна перебуває у відносно кращій ситуації, ніж більшість країн, оскільки тут частка виїзного та внутрішнього туризму значно перевищує показники вхідного потоку.

Проте за наявності необхідного потенціалу (рекреаційний потенціал, сприятливі кліматичні умови, вагома історико-культурна та архітектурна спадщина, розвинена транспортна мережа, тощо), існують чинники, які стримують розвиток туристичного та рекреаційного бізнесу в Україні, а саме:

низький рівень інформаційного супроводження туристичної діяльності;

недостатня облаштованість рекреаційних територій та низький рівень туристичного сервісу, інтенсивна забудова прибережної смуги, що створює додаткове навантаження на комунальну інфраструктуру та призводить до забруднення узбережжя та моря;

незадовільний стан доріг та під’їзних шляхів до об’єктів туристичного призначення, висока вартість авіаційного сполучення;

незадовільний стан туристичних об’єктів, зокрема, архітектурної спадщини;

відсутність системної державної підтримки розвитку туристичної галузі.

З урахуванням зазначених ризиків та очікуваних уподобань туристів має будуватися й підтримка розвитку туризму як на центральному, так і на місцевому рівнях. Розвиток внутрішнього туризму не лише дав би змогу перезапустити галузь і зменшити негативні наслідки коронакризи, а й створив основу для підвищення конкурентоспроможності України як туристичної держави.

Туристичний потік іноземних туристів станом на 2019 та 2020 роки представлено на рис 2.4.

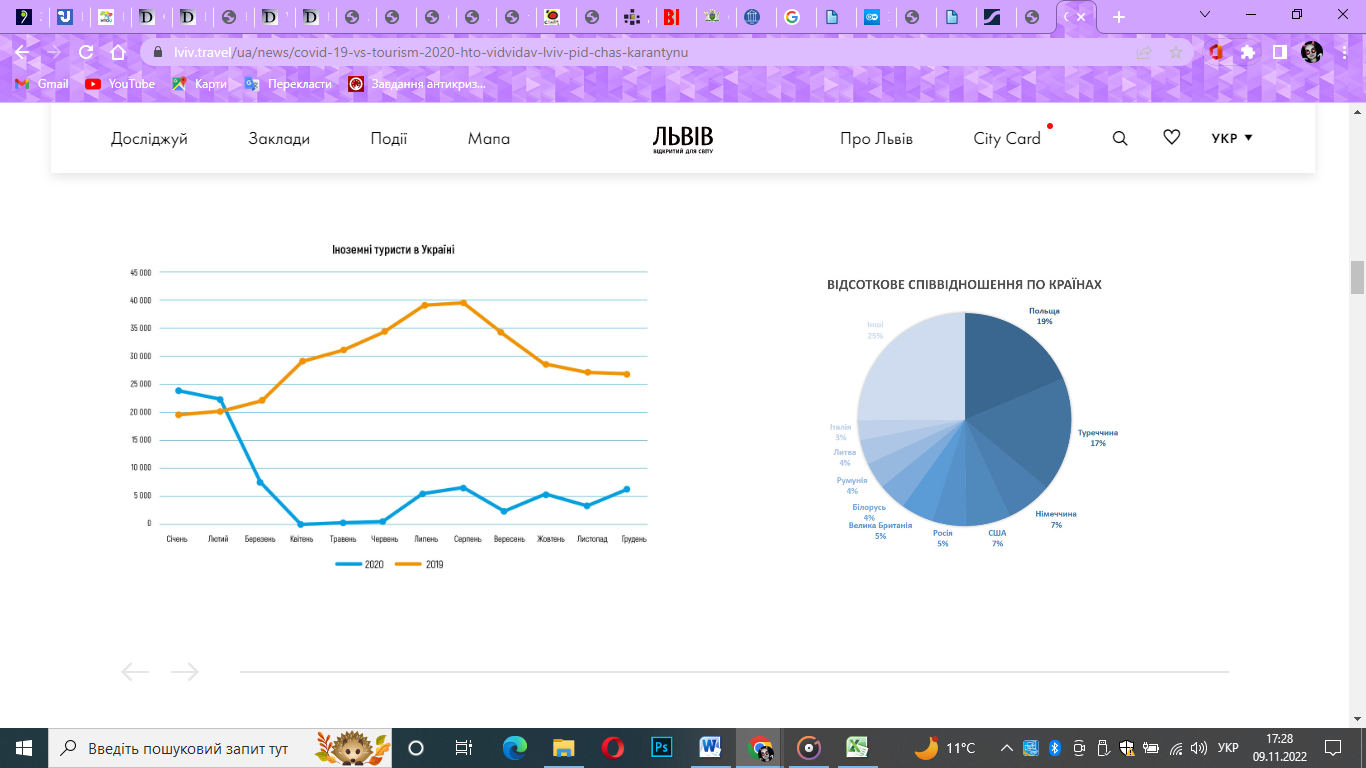


Рис. 2.4 Іноземні туристи в Україні (2019, 2020), осіб.

Джерело: [38]

Розглянувши рисунок 2.4 можна побачити, що дані 2019 року порівняно з даними 2020 року набагато гірші. Через пандемію іноземні туристи не приїздили до України, через закриття кордонів, а також через поширення летальних випадків та велику кількість захворівши, і через оголошення карантинних норм не тільки в Україні, а і у всьому світі, подорожувати стало складно.

В Україні після оголошення карантину люди почали закривати свої підприємства, які були часткою туристичної індустрії, бо подорожуючих туристів не було.

Це разюче відрізняється від ситуації, за попередні десять років. Кількість туристів, які були обслуговані турагентами та туроператорами за видами туризму 2010 – 2019 представлено на рис. 2.5.

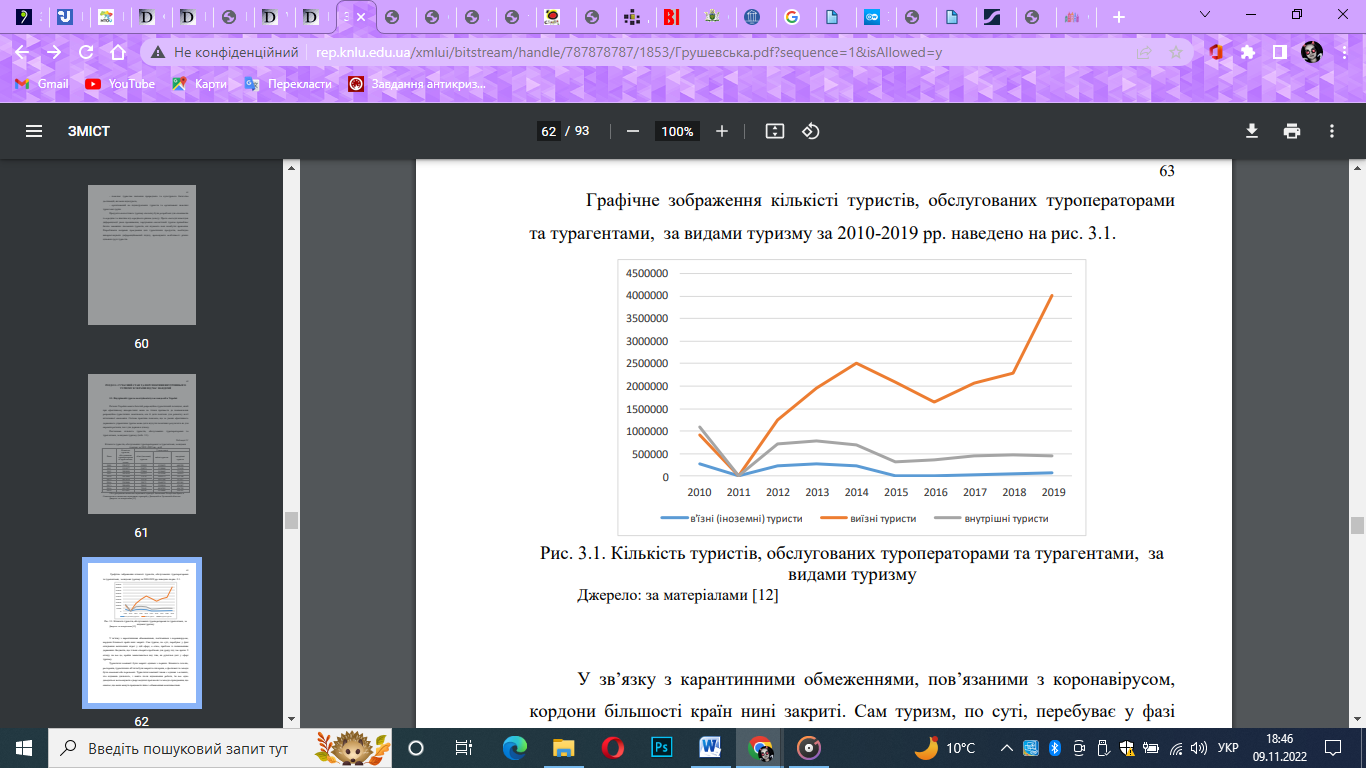


Рис. 2.5. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму 2010-2019 рр., осібДжерело: [39]

Через карантинні обмеження, які були пов’язані з коронавірусом, кордони майже всіх країн були закриті. Туризм не тільки в Україні, а і у світі знаходиться у фазі очікування та величезних втрат у сфері туризмі. Отже, з’явилась проблема з поповненням державного бюджету. Саме з такою проблемою стикаються уряди під час кризи. І через цю ситуацію країни починають замислюватися над тим, як необхідно рухатись далі у сфері туризм.

Під час початку пандемії одним з перших були закриті туристичні компанії. Більшість ресторанів, готелів, туристичних об’єктів були закриті в пік кризи. А масштабні свята такі як фестивалі та різні заходи були перенесені або скасовані. Туристичні компанії стали одними з останніх, хто відновив свою діяльність і навіть після відновлення своєї роботи, вони зіткнулися з проблемою, а саме це сурові медичні заходи та протоколи, що підтверджують можливість працювати з обмеженнями.

Економіка України хоч і не сильно пов’язана з виїзним туризмом, але якщо почнеться нова хвиля та з’являться знову карантинні обмеження і все це затягнеться, то збитки для туристичної індустрії сягатимуть приблизно 3-5 млрд дол. або й більше.

В Україні 80% закладів сфери гостинності – це підприємства малого бізнесу ФОПи, яким складно пережити кризу через карантин.

Слід зазначити, що в Україні рівень в’їзного туризму, ще до карантина, був не надто високим, тому що у 2014 році було величезне падіння.

Зараз виїзний туризм в Україні через карантинні обмеження скоротився на 90%. А в’їзний туризм скоротився взагалі до 1% до загального обсягу туристичного потоку. Відомо що одразу після введення карантину 35%-40% готелів були змушені закритися, інші заклади розміщення працювали але у обмеженому режимі. Об’єкти які працювали приблизно 7-8 тисяч закладів розміщення, витратили доходу від 60% до 90%. Але підчас карантину завантаження було приблизно 10-15%. Пізніше цей показник підвищився до 40-50% але через початок другої хвилі пандемії багато бронювань було скасовано.

З початку пандемії перевезення пасажирів за видами транспорту теж зазнали втрат (табл. 2.4, рис. 2.6).

Таблиця 2.4

Перевезення пасажирів за видами транспорту(млн)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Транспорт(млн.) | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Залізничний | 165 | 258 | 155 | 68 |
| Морський | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Річковий | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Авіаційний | 10 | 12 | 14 | 5 |
| Автомобільний  (автобуси) | 2019 | 1907 | 1805 | 1084 |
| Усього | 2195 | 2178 | 1975 | 1158 |

Джерело: [40]

Рис.2.6. Перевезення пасажирів за видами транспорту, тис. осіб

Джерело: [40]

Проаналізувавши таблицю 2.3. та рисунок 2.6 бачимо, що у 2019 та 2020 рр. популярність транспортних подорожей знизилась. Та у 2020 році зазнала великі втрати за кількістю подорожуючих.

Також, підчас пандемії зазнав збитків бізнес-тревел. Одна з перших причин це міжнародні компанії призупинили свою діяльність. Друга причина це те що багато компаній перенесли свої конференції бізнес-зустрічі в онлайн режим.

Але, нажаль, були такі компанії якім довелося через карантин відпустити майже всіх співробітників у відпустки за свій рахунок, ці міри були прийняті до закінчення карантину. Також довелось призупинити рекламні заходи своєї компанії та інші витрати. Зі слів Асоціації індустрії туризму, через карантин може збанкрутувати кожен п’ятий туроператор. В українській туристичній галузі працює приблизно 250 тис. осіб, з них під час карантину тисячі втратили роботу.

Основні втрати туристичної галузі України представлено на рис. 2.7.

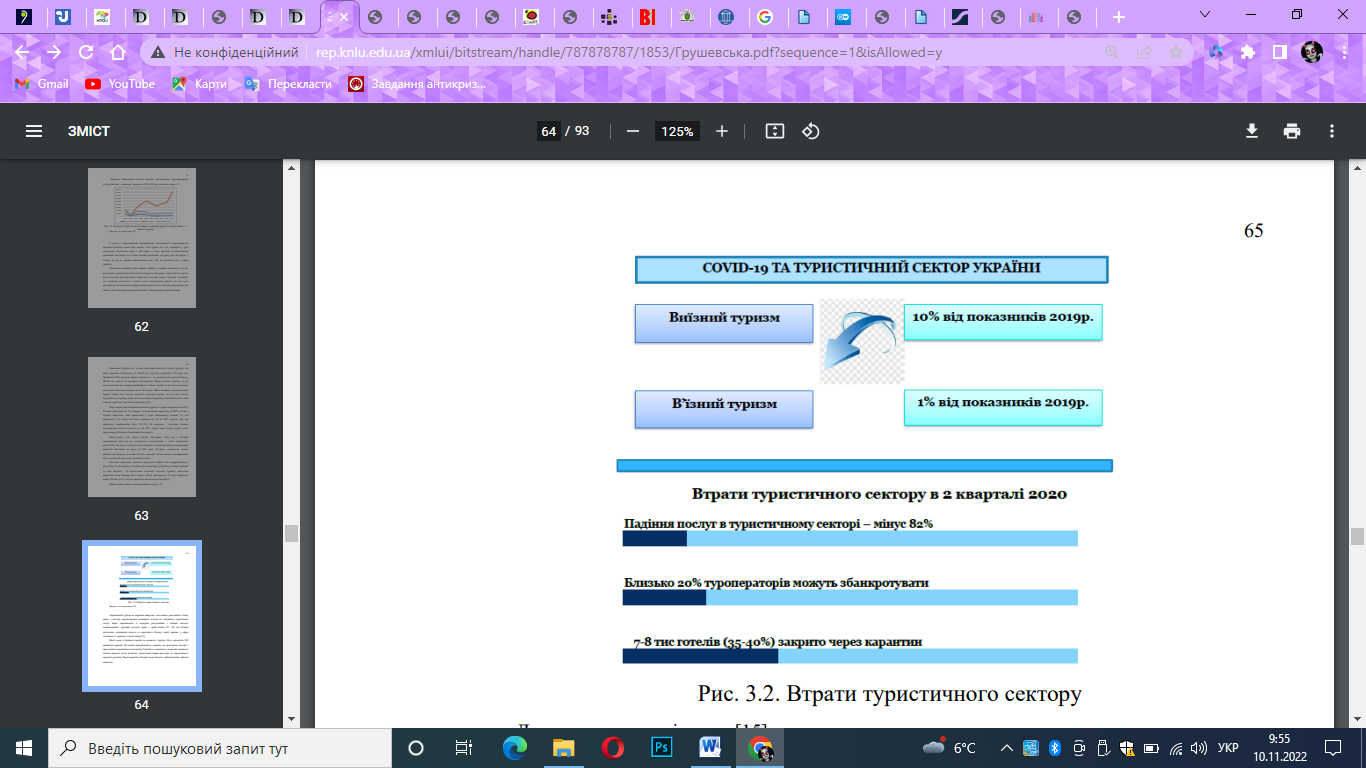


Рис. 2.7. Втрати туристичного сектору в Україні, 2020, %

Джерело: [41]

Нажаль український туризм не отримав від уряду швидкого системного реагування. Тобто уряд не впровадив необхідних заходів на підтримку туристичної галузі. Якщо порівняти заходи та реагування сусідніх країн і членів ЕС то в Україні це все ускладнює положення малого та середнього бізнесу [41].

Історично туризм вважався малим сектором в український економіці, і, нажаль, не отримав жодних конкретних та відчутних заходів для мінімізації наслідків пандемії COVID-19.

Фахівці шукали шлях для підтримки української галузі в умовах пандемії і знайшли, а саме це розвиток внутрішнього туризму. Експерти з туризму кажуть що Україну потрібно розвивати як привабливу дестинацію. Для цього необхідно підняти внутрішній туризм і робити туристичну галузь привабливою для зарубіжних і українських інвесторів. Тим паче, підстави для цього існують (рис. 2.8).

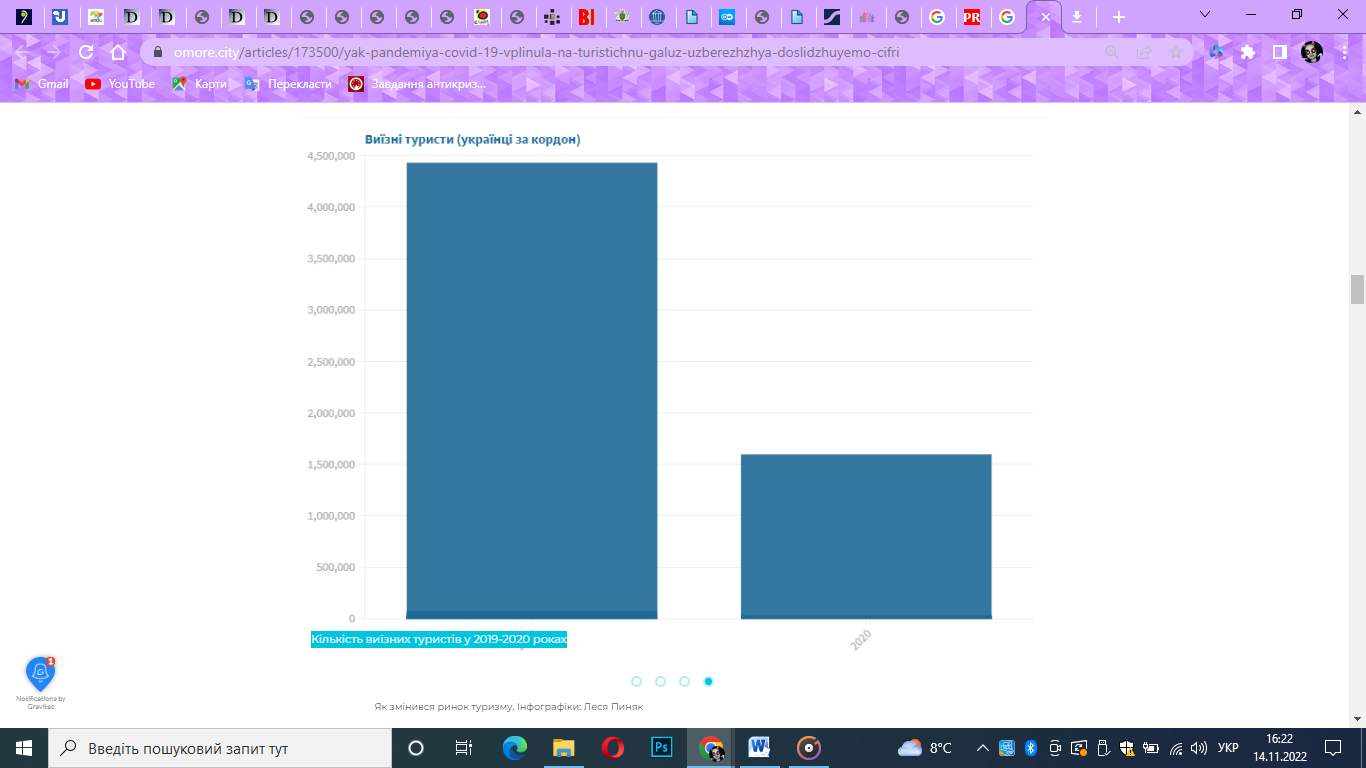


Рис. 2. 8 Виїзні туристи 2019-2020 рр.

Роздивившись рис. 2.8 можна побачити що у 2020 році за кордон поїхало приблизно 1,600.000 туристів українців. Для порівняння у 2019році 4.400.000 українських туристів було відправлено за кордон. На думкою українських фахівців, якщо області об’єднаються то туристам туроператори зможуть запропонувати дуже цікаві тури Україною, які будуть не гіршими, ніж ті, які пропонують провідні туристичні країни світу.

**2.3 Проблеми розвитку туристичної галузі в умовах коронакризи**

Криза в Україні підняла на гору приховані глобальні проблеми у туристичній галузі, які не вирішувалися роками.

Експерти виділяють серед всіх проблем кілька основних, які необхідно вирішити як найшвидше.

По-перше це туристична статистика, яка надзвичайно важлива для висновків, що стануть основою для наступних дії в туристичній сфері. Статистика в Україні є але інформація збирається дуже повільно.

По-друге необхідно встановити чіткі правила на туристичному ринку, це необхідно для розвитку туристичної галузі, а туроператори та клієнти (туристи) зможуть мати гарантії для нормальної праці та якісних послуг.

По-третє, в Україні відсутній зовнішній маркетинг у сфері туризму, відсутня якісна рекламо компанія у Україні, та паралельне залучення інвестицій, розбудова інфраструктури в туризмі.

Криза через коронавірус Україні дає шанс на розвиток внутрішнього туризму та навести порядок на ринку для створення умов як у деяких країнах ЕС.

Підприємці, ЗМІ, місцеве населення та місцеві органи влади необхідно разом працювати над створенням позитивного та відмінного від інших місць іміджу своєї території. Це сприятиме посилення інтересу до території та стимулюватиме підвищенню туристичних поїздок по Україні.

Туристичному бізнесу можна рекомендувати сфокусуватися на одноденних групових екскурсійних турах вигідних як туристичному бізнесу, так і приймаючим регіонам або локальним територіям.

Незважаючи на потенціал в Україні, розвиток альтернативних видів туризму зараз ще перебуває в зародковому стані. Для таких видів туризму необхідна підтримка регіональних та місцевих органів влади, вони повинні усвідомлювати, що ці альтернативні види туризму можуть бути пов’язані з економічними вигодами та здатні вирішувати екологічні та соціальні проблеми.

Основні проблеми розвитку галузі представлено в табл 2.5.

Таблиця 2.5.

Проблеми розвитку туризму в Україні та в світі

|  |  |
| --- | --- |
| Країни | Проблеми |
| 1 | 2 |
| Україна | Відсутність сервісу, контраст між очікуванням і реальністю;  Більшості туристичних закладів були змушені зупинити свою діяльність;  Зношення туристичної інфраструктури;  Проблеми безпеки для життя туриста(не всі готелі дотримувалися санітарних умов). |
| Франція | Скорочення інвестиційних потоків;  Зменшення конкурентоспроможності;  Зношення туристичної інфраструктури;  Відсутність бажання споживачів використання інновацій та сприймання  чогось нового;  Екологічні, кліматичні катастрофи. |
| Італія | Економіка країни(через відсутність туристів);  Ризик злочинності зростає(через пустельні вулиці та закриті магазини);  Слабка туристична інфраструктура; Недостатньо ефективне управління галуззю;  Розходження рівня туризму в різних регіонах країни. |
| Іспанія | Незадовільний стан екології;  Скорочення робочих місць;  Високий ступінь зносу основних фондів;  Високі ціни на туристичний продукт;  Коливання курсів валют. |
| Німеччина | Велика кількість конкуренції;  Несприятливі для відпочинку погодні умови;  Зменшення кількості готелів;  Високі ціни на деякі екскурсії;  Не досить добре розвинений ринок туристичних послуг Східної Німеччини. |
| Греція | Невеличкі сімейні готелі призупинили свою діяльність;  Проблемами з пошуком персоналу;  Проблеми безпеки для життя туриста;  Низька якість послуг;  Великі податки. |

Джерело: [42]

У профільному звіті Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) конкурентоспроможність української туристичної інфраструктури експерти оцінили досить пристойно: у списку з 140 держав Україна посіла 78-е місце, піднявшись, у порівнянні з 2019-м, одразу на десять позицій. Країна опинилася на одному рівні з такими визнаними центрами міжнародного відпочинку, як Домініканська Республіка, Шрі-Ланка, Туніс і Албанія, яка стрімко набирає бали популярності.

Представники туристичної галузі вважають, що зміна в’їзного режиму та лібералізація доступу до України громадян інших країн стане поштовхом для позитивної динаміки у вітчизняному туризмі, адже таким чином збільшується привабливість вітчизняної туристичної інфраструктури.

Найбільш відвідуваним місцем серед іноземних туристів є Карпати, а також Київ, Львів, Одеса, Чернігів. Фахівці відмічають, що іноземців, які приїздять в Україну як туристи, передусім цікавить гастрономічний туризм, а на другому-третьому місці для них – визначні місця та розваги, хоча звісно, свою роль тут відіграють унікальні особливості кожного регіону, куди приїздять іноземні мандрівники.

Львівську область і, передусім, Львів щороку відвідує щонайменше 2,5 млн. туристів. З-за кордону до міста найчастіше їдуть туристи з Польщі – 18,3%, Білорусі – 6,6%, Туреччини – 6,2%, Німеччини – 5,4% та Великої Британії – 3%.

Дуже незвичним, на перший погляд, є трактування Чорнобиля як найунікальнішого на планеті туристичного продукту, який приносить країні дохід. Проте, фахівці вважають, що саме зараз час змінити уявлення про зону відчуження як негативну частину бренду України.

За думкою спеціалістів унікальністю Чорнобиль конкурує хіба з космічним туризмом, але, по-перше, навіть у космосі немає тих викликів, які є в Зоні відчуження, а, по-друге, це кількість людей, які можуть скористатися цим 70 продуктом: чверть мільйона туристів зі всього світу відвідали Зону за останні три роки.

За оцінками Асоціації Чорнобильських Туроператорів, туристи, які спеціально прилетіли до України, щоб побувати в Чорнобилі, принесли в економіку понад 100 млн доларів непрямих інвестицій. І з кожним роком ця сума може ставати все більшою, а імідж України в очах іноземних туристів нарешті покращитися, впевнені експерти. Втім, це можливо лише за умови підтримки й збереження державою об’єктів Чорнобильської зони.

Експерти переконані, що кожен турист, який їде з України з футболкою, вишиванкою, патчем чи брелоком з Чорнобиля, є бренд-амбасадором «Позитивного Чорнобиля»: він розповідає про Україну; його оточення дізнається, що є Чорнобиль. Вони засвоюють, що Чорнобиль це не тільки трагедія 1986 року, а й перемога всіх тих, хто боровся та поборов.

Важливим кроком, що призведе до позитивних змін у туристичній галузі України, стала перемога Управління культури й туризму Рівненської ОДА в міжнародному конкурсі програми Євросоюзу «Horizon 2020».

Таким чином Рівненщина стала єдиним партнером від України проекту TExTOUR, у межах якого 17 партнерів із 10 країн об’єднають зусилля задля врівноваження туристичних потоків в Європі та рівномірного розвитку туризму. Так, обійшовши 86 конкурентів, уже з 2021 р. Рівненщина розпочала роботу над проектом, ідея полягає у створенні синергії між популярними та менш відомими туристичними об’єктами. Це планують зробити за допомогою проведення наукових досліджень і з використанням сучасних технологій.

Одним із прикладів є «Via Regia» – найдовший сухопутний історичний шлях, що з’єднував Східну та Західну Європу. Сьогодні він функціонує як культурний шлях Ради Європи, що символізує єдність та покликаний популяризувати історико-культурну спадщину країн, через які проходить. У той час, як його відомі туристичні локації перевантажені туристами, такі території як Рівненщина залишаються поза увагою подорожуючих.

У рамках проекту «Великий культурний шлях «Via Regia» заплановано створити мережу культурно-мистецьких центрів за участю 10 українських міст. Державний історико-культурний заповідник міста Дубни оприлюднив сміливий план об’єднати культурний спадок України та консолідувати зусилля культурних закладів у містах Дубни, Рівне, Острог, Львів, Броди, Луцьк, Володимир-Волинський, Радомишль, Житомир і Київ. Загалом проектом «Великого культурного шляху «Via Regia» в Україні планують об’єднати культурно-мистецькі організації 5 областей: Рівненської, Волинської, Житомирської, Київської та Львівської. Проект спрямовано на популяризацію української культури для вітчизняних та іноземних шанувальників і подорожуючих, розвиток туристичної галузі у містах і регіонах України.

Загалом же зміни, що відбуваються в українській туристичній галузі, однозначно, є маркером активізації просування України на міжнародному туристичному ринку, двостороннього співробітництва, візової лібералізації, збільшення пропозицій прямого та бюджетного авіасполучення, що своєю чергою, популяризує нашу країну на міжнародній та вітчизняній аренах, розвиваючи її туристичний потенціал і зміцнюючи позицію України як туристичної привабливої країни [43].

**ВИСНОВКИ ЗА РОЗДІЛОМ ІІ**

Пандемія коронавірусу, яка охопила світ у 2020 році, докорінно змінила життя мешканців усього світу. Причому зміни торкнулися не лише світової економіки, а навіть таких речей, як спосіб життя, дозвілля і спілкування.

У економіці більшості країн світу більш розвинутою є саме сфера послуг. Розвиток туризму у світі впливає на такі сектори економіки, як торгівля, транспорт, будівництво, сільське господарство, зв‘язок, виробництво товарів широкого вжитку. Під час пандемії світ зіткнувся з проблемою закриття кордонів, через це виробництво товарів та послуг призупинилось. І це негативно відобразилось на економіці країн у яких туристичні послуги грали велику роль та були щільно прив’язані до економіки країни.

За сценаріями UNWTO 2021-2024 роки вказують на те, що для повернення туризму до рівня 2019 року потрібно буде як мінімум два з половиною або максимум чотири роки. Пандемія COVID-19 суттєво змінила кількості міжнародних прибуттів туристів у всіх країнах: найбільшого зменшення у 2020 р. порівняно з попереднім, 2019 р., зазнали Китай (–84%), Франція (–82%), Таїланд (–79%), Іспанія (–76%), США та Туреччина (–72%). Внаслідок COVID-19 та поточних обмежень для міжнародної мобільності, туристичний сектор зазнав збитків.

Виокремлено, що на даний момент політичні рішення країн світу щодо реакції на пандемію діляться на дві групи. Перша – ізоляція хворих та заражених без запровадження карантину і припинення пересування громадян. Друга – більш жорсткі заходи, запровадження карантину, обмеження пересування громадян, закриття публічних закладів аж до повного припинення будь-якої ділової чи соціальної активності. Разом з тим, подібні жорсткі заходи мають дуже високу економічну ціну, є сумніви щодо їх ефективності у середньостроковій перспективі, враховуючи, що епідемія має свою циклічність і повертається через деякий час.

За словами Голови Держагентства розвитку туризму в Україні в 2020 році туристична галузь зазнала збитків на 60 млрд грн. Крім того, туристична криза триватиме до кінця 2023 року. «Рятівним колом» для галузі мав стати внутрішній туризм.

До основних ознак, що характеризують сутність внутрішнього туризму в наш час, належать: просторово зона тимчасового виїзду особи з місця постійного проживання, надання та отримання внутрішніх туристичних послуг обмежена межами країни; споживачами послуг внутрішнього туризму в країні є її громадяни; правовідносини між об’єктами та суб’єктами внутрішніх економічних процесів.

Отже, внутрішній туризм - це туризм на території країни осіб, які в ньому проживають. Однак дуже важливим аспектом у визначенні природи внутрішнього туризму є те, що підприємства, що надають послуги для внутрішнього туризму, є виключно підприємствами-резидентами. Внутрішній туризм часто може залучати іноземні компанії, які зареєстровані відповідно до законодавства країни, в якій здійснюється така діяльність: міжнародні туристичні агенції; авіакомпанії.

**Розділ Ⅲ. Перспективи відновлення туристичної галузі після пандемічної кризи**

* 1. **Шляхи вирішення розвитку туристичної галузі в Україні та у світі**

Для туризму пандемія коронавірусу COVID-19 стала чи не фатальною для багатьох країн світу. Деякі країни в сфері туризму постраждали більше, деякі менше, але головне це те що кожна країна втратила мільйони туристів та надходжень від туристичної сфери, через це і був спад країн у світовому рейтингу. Україна не стала винятком. На території України перший випадок зафіксовано 3 березня 2020 року у Чернівецькій області. 16 березня було оголошено Кабінетом Міністрів карантин та заходи для подальшої боротьбі з хворобою. Також 27 березня 2020 року, українські кордони були зачинені, українці які не змогли повернутися на батьківщину через закриті кордони, автоматично потрапляли під опіку українських дипломатичних структур. Відомо, що на сьогоднішній день на території Україні за весь з початку пандемії 5, 64 млн. людей захворіло, а померло 118 тис. людей[44].

На початку карантину в усіх країнах кордони були зачинені для уникнення спалаху пандемії. У цей час туризм зазнав багато ущербу в туристичній сфері.

Під час дослідження було виявлено багато проблем, як в Україні так і у світі. Відомо, що після появи проблемі, кожна країна почала застосовувати якісь заходи проти кризі, та почали створювати плани відновлення туристичного бізнесу.

Таблиця 3.1

Особливості перших відновлень туристичного бізнесу країн світу в умовах

виходу з карантину

|  |  |
| --- | --- |
| **Країни** | **Характеристика** |
| **1** | **2** |
| Болгарія | Почала реалізувати заходи які підвищать якість туристичних послуг. Літній сезон у 2020 році планувався розпочатися дуже активно, для відновлення рівня туристичних послуг до карантину. |

Продовження таблиці 3.1

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | 2 |
| Греція | Ввела обмеження. Ввела для іноземних туристів так званий «паспорт здоров’я» - доказ того, що турист не хворий COVID-19. |
| Грузія | Розпочала розвиток внутрішній туризм. Та для зовнішнього туризму підписала умови з сусідами для круїзного туризму, які на думку Грузії приваблива для туризму. |
| Єгипет | Спочатку уряд Єгипту продовжив надзвичайний стан на три місяці(перечекати пік захворювання). Та відкрили кордони для туристів у традиційній туристичний сезон(жовтень). |
| Іспанія | Іспанія була закрита для іноземних туристів до 2021 року. Але відкрила морські курорти для громадян своєї країни щоб підтримати транспорті і частину торгівлі та готельно-ресторанне господарство. |
| Італія | Італія для всіх туристів була закрита до 2021 року. |
| Кіпр | Щоб відвідати Кіпр необхідно підтвердження що турист не хворіє і тільки тоді туристу можна відвідати країну. |
| Німеччина | У літній період іноземні туристи можуть відвідати тільки ті у котрих є Шенгенська угода. |
| Таїланд | Перший етап це залучити «конкретні групи мандрівників по ряду пріоритетних напрямів»: по перше це заможні туристи які можуть собі дозволити собі готель з чотирьох та п’ятизірковий готель. Також кожного туриста перевіряють новою тест системою га можливість інфікування. |
| Туреччина | Туреччина робить акцент на внутрішній туризм. Також, для іноземних туристів необхідно мати сертифікатна відсутність короно вірусу для готелів, ресторанів, транспорту, та туристичних об’єктів. |
| Франція | Франція відкрила кордони у кінці літа до спортивної події - «Тур де Франс». |
| Чехія | Чехія відкрила свої кордони у кінці 2020 року, ці обмеження стосуються як іноземних туристів так і місцевих. |
| Швеція | З березня – травень 2020 року. в’їзд з усіх країн, крім членів Європейського Союзу тимчасово заборонена. Та Міністерство закордонних справ Швеції рекомендувало із країни без крайньої необхідності не виїжджати. |
| Україна | Почала розвивати внутрішній туризм. Для міжнародних подорожей впроваджено програми вакцинації. |

Джерело: [45]

Розглянувши таблицю 3.1 можна сказати що, через закриття зовнішніх кордонів які були довго закриті, внутрішній туризм, може перекрити втрати зовнішнього потоку. Проаналізувавши таблицю можна побачити які були перші кроки країн світу та України. Саме ці перші кроки були вирішальними для подальшого відновлення туристичного бізнесу. Стратегічні напрями роботи щодо відновлення туристичної галузі в межах окремих країн світу представлено у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Шляхи вирішення виходу з туристичної кризи

|  |  |
| --- | --- |
| **Країни** | **Шляхи** |
| **1** | **2** |
| Ізраїль та Об’єднаними Арабськими Еміратами | Уклали мирну угоду та після обміну послами, планують підписати угоди з туризму, прямих рейсів та безпеки на Близькому Сході. |
| Балканський півострові | Відкрив кордони для Росії та Сербії для підтримки туристичної галузі. Але це не врятувало галузь. |
| Німеччина | Запровадив для туристичної галузі бюджетне стимулювання з метою забезпечити платоспроможності компаній. |
| Польща | Для власників турфірм дали можливість обговорити умови надання позику незалежно від розміру бізнесу. |
| Словаччина | Держава надала гарантії 500 млн. євро на місяць для кредиту. Фінансова допомога для збереження робочих місць. |
| Угорщина | Уряд надав позик на пільгових умовах. |
| Китай | Розвиток внутрішнього туризму. Дотримання сурових правил згідно з стандартизації охорони здоров’я під час туру. |
| Таїланд | Розвиток внутрішнього та корпоративного туризму(досвід Китаю). |
| Сінгапур | Запустила програму для перевірки готелів(надає сертифікат). |
| Нова Зеландія та Австралія | Програма «Транстасманська туристична зона, вільна від COVID-19», яка дозволяє подорожувати між двома країнами. |
| Україна | Брендинг туристичних дестинацій.  Фінансова підтримка з боку держави;  Активна співпраця з різними туристичними організаціями;  Безпека фізична та психологічна для туриста |

Джерело:[43]

Згідно таблиці 3.2 уряд Німеччини запровадив бюджетне стимулювання туристичної галузі, доходи якої в країні складають 23% ВВП. Зокрема, на пряму капіталізацію з метою забезпечення платоспроможності компаній виділено 100 млрд євро, на підтримку ліквідності турфірм – 400 млрд євро, на рефінансування галузі – 100 млрд євро. Крім того запроваджено відтермінування податкових платежів та скорочення авансових податкових платежів, корпоративних податків і податків на торгівлю, скасовано правозастосовні заходи/штрафи у випадках прострочки по оплаті, а також авансові платежі податку на прибуток, корпоративний податок на прибуток і податок на торгівлю.

Для підтримки ринку зайнятості німецький уряд розширив доступ до короткострокової допомоги в разі втрати роботи, збільшив дотації для програми виплат на утримання дитини для батьків із низьким рівнем доходів, спростив формальності для підтримки найманих працівників та розширив програми компенсації соціальної допомоги.

Польський уряд у свою чергу виділив 5,65 млрд євро на підтримку мікропідприємств туристичної галузі у формі безвідсоткових позик і передбачив таку ж суму на дотації для великих підприємств у формі позик або облігацій, придбання акцій або цінних паперів. Бюджетом країни також передбачено 11,3 млрд євро для підтримки малого та середнього бізнесу, дотичного до туризму, який становить 12% ВВП Польщі. Крім того, податкові канікули продовжено на термін від 6 до 12 місяців, а термін дії нульової ставки за позиками – до 12 місяців. Власники турфірм отримали можливість обговорення умов надання позики незалежно від розміру бізнесу. Сплата більшості податків відтерміновано, спрощено форми та процедури подачі податкової звітності та прискорено процедуру податкових відрахувань.

Схожі заходи вжили й у Словаччині. Держава надала гарантії на суму до 500 млн євро на місяць, щоб допомогти підприємствам отримати кредит, а також виділила фінансову допомогу для збереження робочих місць у галузі. Нововведенням стало тимчасове скасування виплат працівників на користь компаній, що залишаються закритими на час карантину, відстрочка виплати з/п та корпоративних податків для підприємств, чиї прибутки знизилися більше, ніж на 40 %. Туристичні компанії отримали дозвіл на списання збитків поточного року. Уряд дотує 80% з/п працівникам компаній, які залучаються на екстрені реагування. Передбачено компенсації для працівників компаній тургалузі, що найбільше постраждали від пандемії, мінімальна виплата становить 1100 євро на місяць.

Китай був першою країною, яку «окупував» коронавірус. Влада увела жорсткі обмеження на спосіб життя громадян. Нині країна впевнено відновлюється, китайці отримали дозвіл, за невеликим винятком, на вільне пересування в межах своєї країни.

Потужні туроператори, та ж TUI China, розробили й успішно продають туристичні пакети для своїх клієнтів, серед яких – програми відвідування мегаполісів, островів, відомих гірських курортів і регіонів природних заповідників. Усі тури передбачають суворе дотримання безпеки туристів згідно з нормами і стандартами охорони здоров’я. Лише на травневі свята у КНР було зареєстровано рекордну кількість внутрішніх мандрівок – 115 млн, що повернуло галузі 6,79 млрд доларів. Влада заборонила групові тури за кордон, відтепер рушійною силою галузі став індивідуальний туризм. Його адептами стали люди у віці від 20 до 40 років, добре обізнані у цифрових технологіях та зацікавлені в пізнанні культурних цінностей, мають досвід дослідження місцевості.

Китайські бари та ресторани поступово «еволюціонували» і перейшли від надання послуг «їжа на виніс» або «доставка» до повноцінної роботи на відкритому повітрі зі збереженням соціальної дистанції.

Туризм у Таїланді з початку кризи був повністю призупинений, що викликано різке падіння туристичних потоків з-за кордону. Серйозного удару по ринку зайнятості завдало скорочення робочих місць. У країні майже мільйон мешканців залучені у туристичній галузі. Тайці використали досвід Китаю, розвиваючи внутрішній та корпоративний туристичний продукт. Тайська влада тільки нещодавно відкрила для відвідування лише певні регіони, зокрема, спеціальні туристичні курорти та острови. Особливу надію Таїланд плекає на туристів із Китаю, потенціал яких оцінюється в 11 млн осіб.

Влада Сінгапуру зробила ставку на дотримання гігієнічних заходів. Країна запустила програму перевірки готелів, що передбачає видачу сертифікатів чистоти та здоров’я тим готелям, які відповідають сімом критеріям. Зокрема, призначення менеджера SG Clean, який контролює процеси в приміщенні, відповідає за температурний скринінг і контроль за здоров’ям працівників, залучення зовнішніх постачальників послуг, заходи з дотримання норм чистоти та гігієни, забезпечує відповідність рекомендаціям щодо охорони здоров’я та безпеки туристів, а також виконання наказів уряду, пов’язаних із COVID-19. На приміщеннях таких готелів стали розміщувати позначку програми SG Clean, яка гарантує спокій місцевих жителів і відвідувачів.

Досвід боротьби з наслідками коронавірусу засвідчує, що для відновлення і здоров’я нації і для розвитку самої туристичної галузі є сенс на основі наявної туристично-рекреаційної сфери України створити реабілітаційні центри, що допоможуть відновити стан здоров’я мешканців країни та підтримати туристично-рекреаційну інфраструктуру країни

**3.2. Концепція позиціонування та просування національного туристичного продукту**

Зараз Україна має великі можливості для динамічного розвитку внутрішнього туризму. Історія України склалась так що на Східній Україні за історичними даними є багато промислових підприємств, які зараз можна відвідати туристам. А на Західної України за історичними даними все склалось так, що на цієї території є багато стародавніх історичних об’єктів. На Заході Україні головні об’єкти це замки та фортеці.

З іншого боку, події що розгортаються у нас в Україні, примушують світ поглянути на нашу державу «іншими очима». Все що стосується нашої держави зараз актуально як ніколи. Враховуючи ці обставини, пропонується використати їх саме на користь розвитку туристичної індустрії нашої країни.

На рис 3.1. представлено складові концепції позиціонування та просування національного туристичного продукту, впровадження якої сприятиме розвитку не тільки внутрішнього, але й в’їзного міжнародного туризму.



Рис. 3.1. Система концепції позиціонування та просування національного туристичного продукту

Джерело: розроблено автором

На сьогоднішній день у світі можна побачити багато різних турів, наприклад, підводні тури, сільські тури, гірські тури, рекреаційні тури, пригодницькі тури, релігійні тури та є багато інших турів, але під час пандемії COVID-19 дуже популярним став лікувально-оздоровчий туризм.

Лікувальний (традиційне лікування, санаторно-курортний, кліматичний/медичний) туризм покликаний на подолання конкретних видів захворювань, реабілітації (відновлення після операції, аварії та інше), або спрямований на корекцію тіла (скульптурування тіла). А оздоровчий та Wellness-туризм на сьогоднішній день це нова течія у туризмі. Цей вид розрахований на ментальне та фізичне здоров’я людей. Також спрямований на підтримку загального здоров’я і соціального благополуччя людей[45].

З точки зору попиту wellness (оздоровчий) туристи вирушають у подорож з метою покращити власне здоров’я, самопочуття і таким чином досягти вищій рівень благополуччя.

Теоретики вважають, що wellness (оздоровчий) туризм передбачає первинну профілактику захворювання [46, с. 13]. Отже, такі тури будуть актуальними тривалий час як на вітчизняному так і на міжнародному ринку туристичних послуг, адже такі продукти дають людині можливість відновитися та підтримати своє здоров’я під час пандемії COVID-19, відпочити не тільки фізично і ментально.

На сьогоднішній день за основними характеристиками туризму не має принципових відмінносте від інших господарських видів діяльності. Тому можна сказати що всі існуючі положення сучасного маркетингу та безпосередньо реклами можуть застосовуватися і в туристичній сфері[47].

Всі фірми які працюють на ринку туристичних послуг, знають та розуміють що результат їх діяльність залежить від того, з яким клієнтами (туристами) та на якому ринку вони працюють [48].

Рис. 3.2. Мета реклами в просуванні туристичних послуг

Джерело: [47]

Головна мета просування туру це комплексне уявлення про українську продукцію у світовій туристичній індустрії.

Основні інструменти просування туру це національні візуальні інструменти: візерунки, вишивка, національні кольори, символи які офіційно прийняті в різних регіонах країни; гастрономічні залучення національних страви.

Створення образу сучасного туру, що має унікальні, аутентичні властивості та є привабливим для світової та української туристичної індустрії.

Зараз у національних турів є три основні функції маркетингу це: налагодження контактів зі споживачами тобто з туристами чи мандрівниками; розвиток самого продукту, тобто туру; контроль якості наданих послуг.

Мета – налагодження контактів – ставиться для того щоб переконати клієнтів (туристів) у тому що тур і служби, які здійснюють сервіс, відповідають очікуванню самих туристів.

Функція розвиток туру допомагає проектувати нововведення, які забезпечить нові можливості для збуту туристичного продукту. Планується що розробка туристичних проспектів та запропонувати ці проекти постійним клієнтам та анонсувати цей тур на сайті фірми[49].

Контроль туру передбачає аналіз результатів діяльності по просуванню туру на ринку і перевірку його. Перевірка цього розділу відображає результати яких показує повне і успішне використання можливостей туру[50].

Маркетинг включає дослідження не тільки стан об'єкту, але й комплекс прогнозування, дослідження проводяться різними методами:

опитування, воно потрібне для виявлення переваг клієнтів туру, або асортимент наданих послуг, їх якість та необхідність;

анкетування, потрібно для опитування осіб з різних міст і мають різні інтереси[51].

Ще одна важлива річ у маркетингу, це дослідження ринку, метою є визначення умов, які забезпечують найбільш повне задоволення попиту населення в туристичній сфері.

Туристичне підприємство, повинно для успішного виходу на вітчизняний туристичний ринок орієнтуватися на сегмент цільового ринку та намагатись запропонувати привабливий тур для всіх своїх клієнтів. Ефективно та грамотно організувати комунікаційні зв’язки, які будуть впливати на просування та позиціонування турів та будуть поштовхом на різке підвищення привабливості та популярності не тільки на окремі види туристичних маршрутів, але й діяльності всіх туристичних фірм в цілому[52]:

На сьогоднішній день є декілька головних інноваційних технологій просування та позиціонування нового туру. Саме ці технології має використовувати туристичне підприємство у своїй діяльності, а саме:

організаційно-журналістська технологія (розсилка та розміщення прес-релізів, підготовка статей і інших матеріалів у ЗМІ, повідомлень, заяв; зустрічей з журналістами, обслуговування інформаційно-пропагандистських кампаній, організація прес-конференцій);

освітня технологія (тренінги, зустрічі, проведення навчальних семінарів);

рекламно-представницька технологія (виготовлення різних видів рекламного продукту, його розміщення на рекламних носіях; планування рекламних кампаній);

науково-дослідна та аналітична технологія (проведення соціологічних опитувань, проведення комплексних маркетингових досліджень ринку);

видавнича технологія (видання книг, видання спеціальних брошур, видання журналів по основних напрямках діяльності, видання каталогів, видання інформаційних і статистичних довідників);

технологія проведення спеціальних заходів та організацій(виставки, свята,ярмарки, конкурси, презентації, спонсорство);

корпоративна технологія (інформаційно-пропагандистська робота в ЗМІ, розробка іміджу власної фірми) [53].

Туристична реклама - це активний засіб який здійснює політику маркетингу в туристичній фірмі по просуванні туристичного продукту, це потрібно для посилення зв'язку між клієнтом та виробником. Реклама - це засіб поширення інформації і переконання людей, які створюють уяву про продукт, який викликає довіру до продукту та бажання купити його [54].

Туристичні фірми можуть надати два вида реклами для нового туру:

Початкова реклама - вона ознайомить спочатку постійних клієнтів потім інших клієнтів з туристичним продуктом[55].

Конкурентна реклама - ця реклама може виділити продукт серед аналогічних турів які з'являться на ринку[56, 57].

Щоб зробити рекламу потрібно розробити ідею, вибрати канали по яким буде розповсюджуватися реклама, потім іде підготовка тексту, наочного та іншого матеріалу - все це робота менеджера з реклами. Іноді крупні туристичні фірми залучають рекламні агентства[58].

Просування, розробка та продаж турпродукту (оздоровчий глемпінг в Карпатах) передбачає вирішення наступних задач[59]:

Визначення мети, ринку та сегментну споживачів;

Вибір методів продажу та просування;

Вибір посередників та визначення форми роботи з ними.

У реклами є основні принципи це правдивість реклами, достовірність, етичність. До каналів поширення реклами нового продукту можна віднести[60, 61]:

1. Засоби масової інформації: туристичні журнали, Інтернет;

2. Спеціальні друковані продукти: каталог туристичної фірми;

3. Засоби "директ мейл"- розсилання електронною поштою.

4. Інші засоби просування реклами - реклама яку друкують на сувенірах.

Мета рекламної компанії це привернути увагу потенційного туриста, пробудити його інтерес до нового туру, збільшити продаж та забезпечити просування туру на ринку послуг і отримати стабільний прибуток[62].

Основними завданнями для рекламної кампанії оздоровчих турів в Україні є:

показ винятковості та корисності продукту (туру);

інформування про рівень цін туристичного продукту;

інформування для постійних покупців про можливість купівлі за зниженою ціною продукту (туру);

демонстрація якості товару та повідомлення про постійне місце його продажу[63].

Маркетингові служби туроператора повинні не тільки заохочувати споживачів купувати туристичний продукт, а також займалися стимулюванням попиту; важливо, щоб маркетингові служби повідомляли споживачам інформацію де і як можна придбати турпродукт [64]. Стратегія продажу та просування турпродукту розробляється туроператором з урахуванням всієї загальної стратегії маркетингу на основі прийнятих її компонентів (ціна, продукт, комунікації).

Таким чином, процес розробки стратегії продажу та просування оздоровчого туру представляє послідовність дій. Визначення внутрішніх та зовнішніх чинників, що можуть вплинути на організацію мережі просування та продажу тур продукту це перший та один з найважливіших етапів у розробці стратегії.

Можна зробити такий висновок, організовано продумана та професійно проведена реклама, може відіграти важливу роль: вона не тільки збільшує попит на послуги підприємства, але й формує його позитивний імідж для ринку та у споживачів.

Отже, реклама це елемент маркетингової стратегії та політики туристичного підприємства, і є інформацією про його діяльність на туристичному ринку послуг, завдяки чому клієнти будуть орієнтується у виборі необхідного туру та може дізнатися про нові варіанти відпочинку. Сама маркетингова стратегія підприємства має будуватися із урахуванням сучасної геополітичної ситуації та на основі запропонованої концепції позиціонування і просування національного туристичного продукту, що запропонована на початку даного параграфу.

**3.3. Розробка інноваційного туристичного продукту**

Так як на території України є значний потенціал туроператори можуть пропонувати багато цікавих турів для туристів.

Але через початок пандемії люди змушені були відмовитися від деяких турів за кордон. І тому в Україні з’явилась можливість розвити внутрішній туризм.

Лікувально-оздоровчий туризм Україні може стати дуже популярним, бо саме підчас пандемії цей вид туризму може не тільки вилікувати, а і укріпити організм людей [65].

Такий тур включає багать цікавого для оздоровлення та лікування у самих Карпатах. Бо свіже повітря в Карпатах зможе відновити роботу легень. Турист зможе поспілкуватися з природою під час лікування та побачити що навіть, якщо ти знаходишся в природньому середовищі, тут можна побачити таке, чого нема у містах.

Пропонуємо розробити тур під назвою «З Карпатами на одинці».

Брошура для реклами представлена на (додаток Б).

Мета туру: оздоровлення та лікування свіжим повітрям після хвороби COVID-19;

Вид туру: лікувально-оздоровчій.

Вік: не обмежено, тур розрахований на осіб, які перехворіли Соvid-19, та потребують реабілітації;

За способом пересування: автобусно-пішохідний;

За кількісним складом: груповий / індивідуальні;

За місцем проведення: заміській (глемпінг);

Тур розроблений на 7 днів:

1 день – Заселення у глемпінг “Едельвейс” та ознайомлення з територією, піша прогулянка до річки Стрій;

2 день – Вело-прогулянка по маршруту «Мертве озеро», SPA-процедур, курс йоги на свіжому повітрі, клуб за інтересами на свіжому повітрі;

3 день – Екскурсія на сироварню з дегустаціє, курс йоги на свіжому повітрі, SPA-процедури , клуб за інтересами на свіжому повітрі;

4 день – Похід до водоспаду Гуркало, курс йоги на свіжому повітрі, SPA-процедури , клуб за інтересами на свіжому повітрі;

5 день – Похід до річки Опір, курс йоги на свіжому повітрі, SPA-процедури , клуб за інтересами на свіжому повітрі;

6 день – Похід на конях «Каретний двір», курс йоги на свіжому повітрі, SPA-процедури , клуб за інтересами на свіжому повітрі;

7 день – Поход до водоспаду Кам’янка, виїзд з парка до Львова.

Початок обслуговування на маршруті першої групи – 14.11.2022 року;

Закінчення обслуговування останньої групи – 20.11.2022року.

Поселення підчас туру - Глемпінг “Едельвейс”, Національний природний парк "Сколівські Бескиди".

Заклад харчування підчас туру – У закладі розміщення “Едельвейс” (сніданок, обід, вечеря) (субпайок під час походу);

До пакету послуг входять послуги: Екскурсії, медична страхування, зустріч - проводи туристів.

Програма туру (додаток В). Перший день збір туристів у Львові о 09:00, виїзд з Львова до Національного природнього парку «Сколівські Бескиди» о 09:30, після приїзду заселення у номери в стилі сфер відбувається об 11:25. Туристам дається година на обід, який починаеться об 12:25, також у туристів на території парку за програмою об 13:30 буде загальний збір та інструктаж з техніки безпеки та ознайомлення з територією. На загальному зборі супроводжуючий розповідає про програму відпочинку на сім днів та проводить інструктаж з техніки безпеки. Бо весь маршрут туру проходить через гори. З 14:00 до 16:00 вільна година, де туристи зможуть відпочити та більш детально ознайомитися з територією. Також у перший день туристи відвідають річку Стрий, де туристи зможуть відпочити та зробити фото. Об 19:30 туристи вечеряють та об 20:30 відпочинок біля вогнища де туристи зможуть познайомитися ближче зо всіма. Об 23:00 відбій.

На другий день у туристів така програма: Сніданок об 09:00, дали на свіжому повітрі курс йоги об 10:00, туристи протягом години на свіжому повітрі будуть відновлювати дихання після хвороби. Об 11:00 Вело-прогулянка по маршруту «Мертве озеро», на цьому маршруті туристи по безпечним доріжкам у лісі зможуть відвідати мертве озеро(Журавлине озеро) та подихати свіжим повітрям у лісі. Після вело-прогулянки у туристів година обід об 12:00. З 13:00- 14:00 у туристів клуб за інтересами на свіжому повітрі, тут туристи можуть відпочивати, грати у різні настільні ігри та просто розмовляти на різні теми. Об 14:00 починається полудень, а після ліва вільні SPA-процедури на яких туристи спробують дихальні практики та терапії, спрямовані на очищення та розробку легенів, також прийом мінеральних вод. Після процедур у туристів вільна година підчас якої туристи зможуть відвідати клуб за інтересами на свіжому повітрі, або відпочити у своїх номерах. Об 19:30 у туристів починається вечеря та у 20:30 вільна година. Відбій об 23:00.

На третій день як завжди о 09:00 сніданок, об 10:00 йога на свіжому повітрі. Потім об 11:00 збір на екскурсію та об 11:30 туристи відправляються на екскурсії на сироварню з дегустацією. Туристи побачать процес виготовлення сирів та зможуть покуштувати різні види сирів. Підчас екскурсії у туристів буде полудень об 14:00. Після повернення до парку об 16:30 у туристів за програмою лікувальні SPA-процедури. Перед вечерею вільна година та вечеря об 19:30. З 20:30 до 23:00 у туристів клуб за інтересами на свіжому повітрі і об 23:00 відбій.

На четвертий день сніданок о 9.00, з 10:00 на час у туристів курс йоги для відновлення легень. Об 11:00 збір до водоспаду Гуркало та об 11:30 Дорога та похід до водоспаду Гуркало, туристи побачать красу природи біля водоспаду та відпочити, насолодитися чудовими видами природи і звичайно зробити фото. Підчас прогулянки у туристів є час на полудень (на свіжому повітрі), Після прогулянки об 16:30 у туристів лікувальні SPA-процедури, потім година вільного часу. Об 20:30 клуб за інтересами на свіжому повітрі і відбій за розкладом об 23:00.

На п’ятий день після сніданку, курс йоги і об 11:00 збір та похід до річки Опір. На річці туристи зможуть зробити фото та прогулятися вздовж берегів річки. Підчас прогулянки, а саме об 14:00 полудень (на свіжому повітрі). По поверненню на територію у туристів лікувальні SPA-процедури, об 18:30 вільній час, вечеря об 19:30 та клуб за інтересами на свіжому повітрі і відбій за оскладом.

На шостий день туру ранковий сніданок, година йоги, та об 11:00 збір до «Каретний двір» та прогулянка верхом. Туристи спочатку проходять інструкцію, потім знайомство з кіньми і потім прогулька лісом на конях. Підчас верхової їзди у туристів є полудень. Після верхової їзди, у туристів за розкладом лікувальні SPA-процедури. Об 18:30 вільна година. Вечеря 19:30. Після вечері клуб за інтересами на свіжому повітрі. Та відбій об 23:00.

День сьомий це останній день тому відпочинок у цей день не дуже активний. Як завжди сніданок, та відвідування водоспаду Кам’янка, підчас якого туристи дихають повітрям та гуляють пішки. Об 14:30 обід, та підготовка до виїзду з готелю. Об 17:30 виїзд з парка до Львова.

До початку проведення туру будуть укладатися договори перевізником (додаток Г), готелем (додаток Д), кінний клуб «Каретний двір» (додаток Е), що будуть обслуговувати туристів, курс йоги з відновлення здоров’я (додаток Ж), Екскурсія на сироварню з дегустацією (додаток З), SPA-салон «Шарель»(додаток Н).

Організаційно-технічні заходи завжди були головним етапом для визначення класу обслуговування. Вони також включають вибір засобів розміщення для туристів та умови екскурсійного обслуговування і також умови для організації дозвілля.

Також підчас розробки туру важливо все документально оформити згідно діючих вимог. Стандартна документація по розробці туру включає:

Технологічну карту (додаток І) - це карта туристичного маршруту. Вона містить необхідні для роботи відомості з даної подорожі;

Графік туристичних груп (додаток К), складений на певний термін;

Лист бронювання (додаток Л), бланк угоди з туристом;

Калькуляція та розрахунок собівартості і ринкової ціни туру в таблиці 3.2.

Вартість програми буде розраховуватися кожного разу індивідуально, виходячи з періоду перебування, наявності вільних кімнат та переваги туристів, бо кожна кімната, яка пропонується туристу має свою ціну.

Підчас розрахунку повної суми туру були використані такі формули:

Проживання. Проживання = вартість номера \* кількість діб;

Харчування. Харчування = вартість харчування \* довго тривалість туру;

Екскурсії. Екскурсії = вартість екскурсії \* кількість туристів;

Трансфер. Трансфер = вартість трансферу / кількість туристів.

Визначення вартості туру є основою проведення певної цінової політики на ринку туристичних послуг. Цінова політика - це інструмент маркетингу, який залежний від обраної стратегії, що ґрунтується на певній концепції управління маркетингом.

Таблиця 3.2

Калькуляція та розрахунок собівартості на групу з 10 туристів

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Назва статті | Вартість одиниць  Грн. | Кількість одиниць | Загальна вартість, грн |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Вартість проживання |  |  |  |
|  | Двомісний номер | 4000 | 6\*10 | 240.000 |
| 2. | Харчування: |  |  |  |
|  | Сніданок | 400 | 7\*10 | 28.000 |
|  | Обід | 400 | 7\*10 | 28.000 |
|  | Вечеря | 400 | 6\*10 | 24.000 |
| 3. | Трансфер | 600 | 2\*10 | 12.000 |
| 4. | Екскурсійна програма: |  |  |  |
| 4.1 | Кінний клуб | 1500 | 10 | 15.000 |
| 4.2 | Вело-прогулянка | 300 | 10 | 3000 |
| 4.3 | Курс йоги з відновлення здоров’я | 250 | 5\*10 | 12.500 |
| 4.4 | SPA-процедури | 1000 | 10 | 10.000 |
| 4.5 | Екскурсія на сироварню з дегустацією | 350 | 10 | 3.500 |
| 5. | Страхування | 2500 | 10 | 25.000 |
|  | Всього | 11.350 |  | 401.000 |

Розглянувши таблицю 3.2 "Калькуляція та розрахунок собівартості на групу з 10 туристів" ми можемо побачити, що двомісний номер на 6 ночівель на десять осіб складає 240.000. Харчування у таблиці має 3 графи сніданок, обід та вечеря: у графі сніданок, обід та вечеря на 6 дні на 10 осіб сума складає разом 80.000 гривень. Трансфер на групу з 10 осіб сума складає 12.000 грн. А сума екскурсійної програми до якої вгодить: Кінний клуб - 15.000 грн.; Вело-прогулянка – 3000 грн., Курс йоги з відновлення здоров’я - 12.500 грн., SPA-процедури - 10.000 грн., Екскурсія на сироварню з дегустацією - 3.500 грн.

Таким чином можна сказати, що повна сума вищеперерахованого складає 401.000грн. Згідно даним таблиці 3.2 ми можемо розрахувати тур на одного триста та на групу з 10 осіб. Щоб з'ясувати суму на одного туриста нам потрібно скласти вартість всіх пунктів у таблиці і отримуємо суму на одного туриста який відвідає цей тур виходить 11.350 грн. Тепер з'ясуємо скільки буде коштувати тур на 10 осіб, для цього нам потрібно до суми на одного туриста додати рентабельність туру 15% та 5% від вартості інших витрат по даному туру і це виходить - 13.704 грн. (вартість туру з відсотками) помножити на кількість осіб, у нас це 10 туристів і виходить 137.040 грн. - це повна ціна туру на групу з 10 осіб на 7 дні та 6 ночі, і ця ціна буде вказана на сайті туроператора.

У разі виникнення конкурентних пропозицій на туристичному ринку турагент повинен буде позиціонувати та виділити ряд конкурентних переваг розроблюваного туру для того, щоб тур вирізнявся серед різних пропозицій. Це є диференціація в маркетингу. Диференціація повинна бути у проекту з кількох причин:

Диференціація дозволяє клієнтам побачити та реально оцінити переваги пропозицій різних турагентів;

Це фактор який додатково підвищує привабливість туру.

Доказ того що диференціація потрібна для даного туру:

унікальні місця для відпочинку;

широкі можливості транспортного обслуговування, тобто послуги перевірених перевізників;

унікальні та цікаві екскурсій та оздоровчі заходи в турі.

Після дослідження ринку туристичного продукту, які пропонуються у Західній Україні, побачили, що не всі туристичні фірми мають подібні пропозиції.

Можна сказати що у цього тура є перевага, а саме це те що турист може не тільки відновити своє здоров’я, а й отримати цікаві екскурсійні послуги, що дасть для туриста можливість провести більш цікавий та пізнавальний вільний час.

ВИСНОВКИ ЗА РОЗДІЛОМ Ⅲ

У третьому розділі дипломної роботи мова іде про шляхи вирішення проблеми розвитку туристичної індустрії в Україні та у світі. Під час аналізу стало відомо що не всі країни почали відкривати свої кордони для туристів, після закінчення карантину. Але ті хто почав впускати туристів на свою територію прийняли заходи для того щоб уникнути нового спалаху пандемії. Наприклад, уряд Єгипту спочатку продовжив надзвичайний стан на три місяці (для того, щоб перечекати пік захворювання), але потім відкрив кордони для туристів у традиційній туристичний сезон (жовтень). А Франція відкрила кордони у кінці літа до спортивної події - «Тур де Франс». Ще одна популярна країна Туреччина не відкривала кордонів але розвивала внутрішній туризм. А Італія для всіх туристів була закрита до 2021 року. Україна, для збереження туристичної галузі, також прийняла низку заходів, серед яких: брендинг туристичних дестинацій; фінансова підтримка з боку держави; активна співпраця з різними туристичними організаціями; безпека фізична та психологічна для туриста

У другому параграфі третього розділу запропоновано концепцію позиціонування та просування національного туристичного продукту, впровадження якої сприятиме розвитку не тільки внутрішнього, але й в’їзного міжнародного туризму. Також окрема увага приділена проблемам позиціонування та просування нового туру. На цьому етапі варто робити акцент на сильних сторонах нових продуктів: унікальність та корисність саме під час пандемії та в процесі відновлення людини після хвороби.

В третьому параграфі розроблено тур під назвою «З Карпатами на одинці». Це саме оздоровчий тур де туристи не тільки дихають повітрям, а також мають помірне фізичне навантаження (активності) для генерації відновлювальних фізіологічних процесів. Сам тур «З Карпатами на одинці» це автобусно-пішохідний тур, він може підійти як для індивідуального відпочинку, так і для відпочинку групою, але не більше 10 осіб. Вік туристів не обмежений. Туристична програма розрахована на 7 днів та 6 ночей, у програму входять і піші і вело-прогулянки, заняття з йоги, цікаві екскурсії по заповідних місцях Карпат. Тур може зацікавити усіх, хто хоче побути на одинці з природою та відпочити від міської метушні.

ВИСНОВКИ

Дипломна робота під назвою «Туристична галузь в умовах пандемії, проблеми та шляхи їх вирішення» розкриває тему про туристичну галузь у світі та в Україні та пандемію.

У цій роботі ми дізнались В ході роботи було визначено що одного визначення терміну слова «криза» нема. У різні часи різні вчені кризу трактували по різному.

Криза робить глибокий вплив на розвиток економіки країни. Під час аналізу терміну «криза» було створено власне визначення терміну, а саме «Криза - це стан системи, при якому змінюються всі умови функціонування, що призводить до ускладнення прийняття рішень від яких залежить подальший її розвиток».

Види криз бувають політичні, економічні, соціальні. Ці сфери у розвитку країни грають важливу роль. Саме вони вказують як буде розвиватися країна. Тому коли виникає криза у конкретному сфері діяльності, виникає багато проблем які потім відображається у туристичній сфері та послугах.

За проведенням аналізом німецький вчений У. Крістек у своїй книзі кризу поділив на чотири етапи: Стадія Ⅰ: Потенційна криза. Це початок шляху кризи, тобто у цей період підприємство визначає у якій сфері виникла криза, чому вона виникла. Стадія Ⅱ: Схована(латентний) криза: Основний упор у цій стадії лежить у застосуванні систем, які можуть раніше розпізнати кризу або оповістити появу кризу на підприємстві. Стадія Ⅲ: Гостра переборна криза: На цьому етапі для подолання кризи потрібна мобілізація все більших чинностей підприємства й вичерпуються повністю в наявність резерви по подоланню кризи. Стадія Ⅳ: Гостра непереборна криза: На цьому етапі вимоги для подолання кризи значно перевищують наявний потенціал підприємства.

Наступний етап це історичні епідеміологічні явища, які вплинули на туризм.

Термін пандемія пішло з грецької що означає «пан» - увесь, «демос» - народ. За існування людства булу багато хвороб: три види чуми, сім видів холери, іспанка, грипи, ВІЛ/СНІД та Коронавірусна хвороба 2019. Всі ці хвороби забрали багато життів.

Якщо люди хотіли помандрувати вони це робили пішки, це займало багато часу, але люди мандрували туризм починав розвиватися. Але людство зіткнулося з проблемою яка не давала розвинути туризм до сучасного стану. Ця проблема епідемія.

Перша хвороба яка була зафіксована в історії людства це Афінська моровиця, або інша назва Афінська чума. Вона з’явилась в Афінах у 430 р. до н. е. вбила за приблизними даними від 75 000 до 100 000 людей.

Через захворювання різними епідеміями туризм перестав набирати популярність та у період чуми у людей зовсім перестало бути популярним.

У сучасні часи після появи Коронавірусної хвороби 2019, люди подорожували але не всі країни були відкриті і були обмеження.

Обмеження це негативний ПЛР-тест який діяв 72 години, сертифікат про вакцину на рідній мові та на англійській мові. Деякі країни могли впустити якщо був сертифікат на антитіла.

Також для безпечних подорожей була створена програма «Safe Travels» яка дозволяє мандрівникам та іншим зацікавленим сторонам подорожей та туризму. Цей штамп був розроблений для відновлення довіри голей, ресторанів та іншої туристичної інфраструктури.

Пандемія коронавірусу, яка охопила світ у 2020 році, докорінно змінила життя мешканців усього світу. Причому зміни торкнулися не лише світової економіки, а й роботи та доходів, і навіть таких речей, як спосіб життя, дозвілля і спілкування.

Під час пандемії світ зіткнувся з проблемою закриття кордонів, через це виробництво товарів та послуг призупинилось. І це негативно відобразилось на економіці країн у яких туристичні послуги грали велику роль та були щільно прив’язані до економіки країни.

За сценаріями UNWTO 2021-2024 роки вказують на те, що для повернення туризму до рівня 2019 року потрібно буде як мінімум два з половиною або максимум чотири роки.

За словами Голови Держагентства розвитку туризму в Україні в 2020 році туристична галузь зазнала збитків на 60 млрд грн. Крім того, туристична криза триватиме до кінця 2023 року.

Пандемія COVID-19 суттєво змінила кількості міжнародних прибуттів туристів у всіх країнах: найбільшого зменшення у 2020 р. порівняно з попереднім, 2019 р., зазнали Китай (–84%), Франція (–82%), Таїланд (–79%), Іспанія (–76%), США та Туреччина (–72%). Внаслідок COVID-19 та поточних обмежень для міжнародної мобільності, туристичний сектор зазнав збитків.

Отже, внутрішній туризм - це туризм на території країни осіб, які в ньому проживають. Однак дуже важливим аспектом у визначенні природи внутрішнього туризму є те, що підприємства, що надають послуги для внутрішнього туризму, є виключно підприємствами-резидентами. Внутрішній туризм часто може залучати іноземні компанії, які зареєстровані відповідно до законодавства країни, в якій здійснюється така діяльність: міжнародні туристичні агенції; авіакомпанії.

У третьому розділі під час аналізу стало відомо що не всі країни почали відкривати свої кордони для туристів, після закінчення карантину. Але ті хто почав впускати туристів на свою територію почали приймати заходи для того щоб уникнути нового спалаху пандемії. Наприклад, уряд Єгипту спочатку продовжив надзвичайний стан на три місяці(перечекати пік захворювання). Та відкрили кордони для туристів у традиційній туристичний сезон(жовтень). А Франція відкрила кордони у кінці літа до спортивної події - «Тур де Франс».

А Італія для всіх туристів була закрита до 2021 року. Це було зроблено для того щоб уникнути нових спалахів та відновитися після пандемії.

Наступний підпункт це позиціонування та просування нового туру

А саме це те що під час пандемії перший орган який страждав це легені. І на жаль на сьогоднішній день в Україні дуже мало турів які могли б відновити легені та укріпити організм людини.

Тур «З Карпатами на одинці» допоможе відновитися та показати природню красу

Такий тур може зацікавити усіх, хто хоче побути на одинці з природою та відпочити від міської метушні. Бо саме природа може відновити та вилікувати людей.

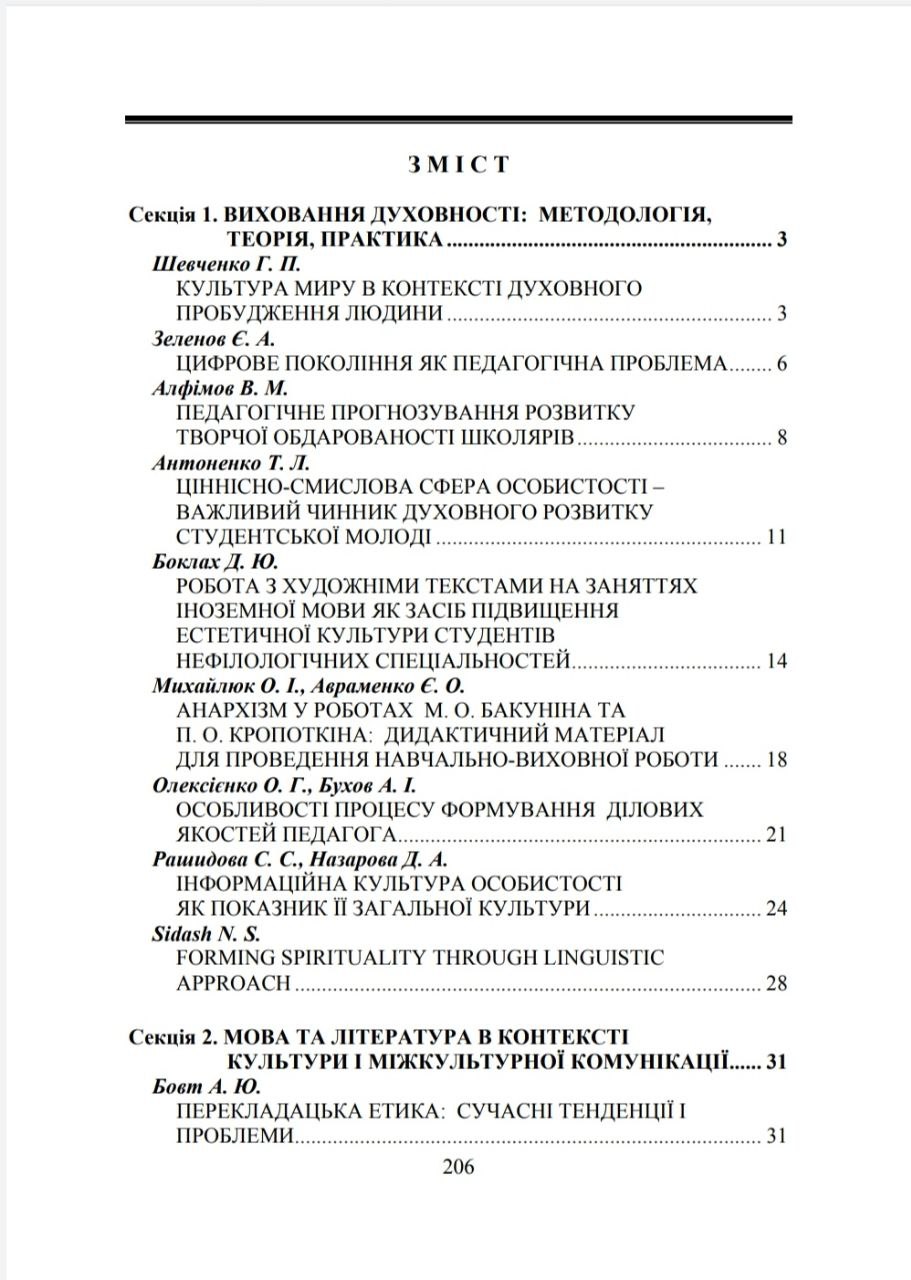
Тому тур під назвою «З Карпатами на одинці» це саме оздоровчий тур до туристи не тільки дихають повітрям яке допомагає працювати легеням, а також фізичну активність, яка дозволяє тіло тримати в тонусі.

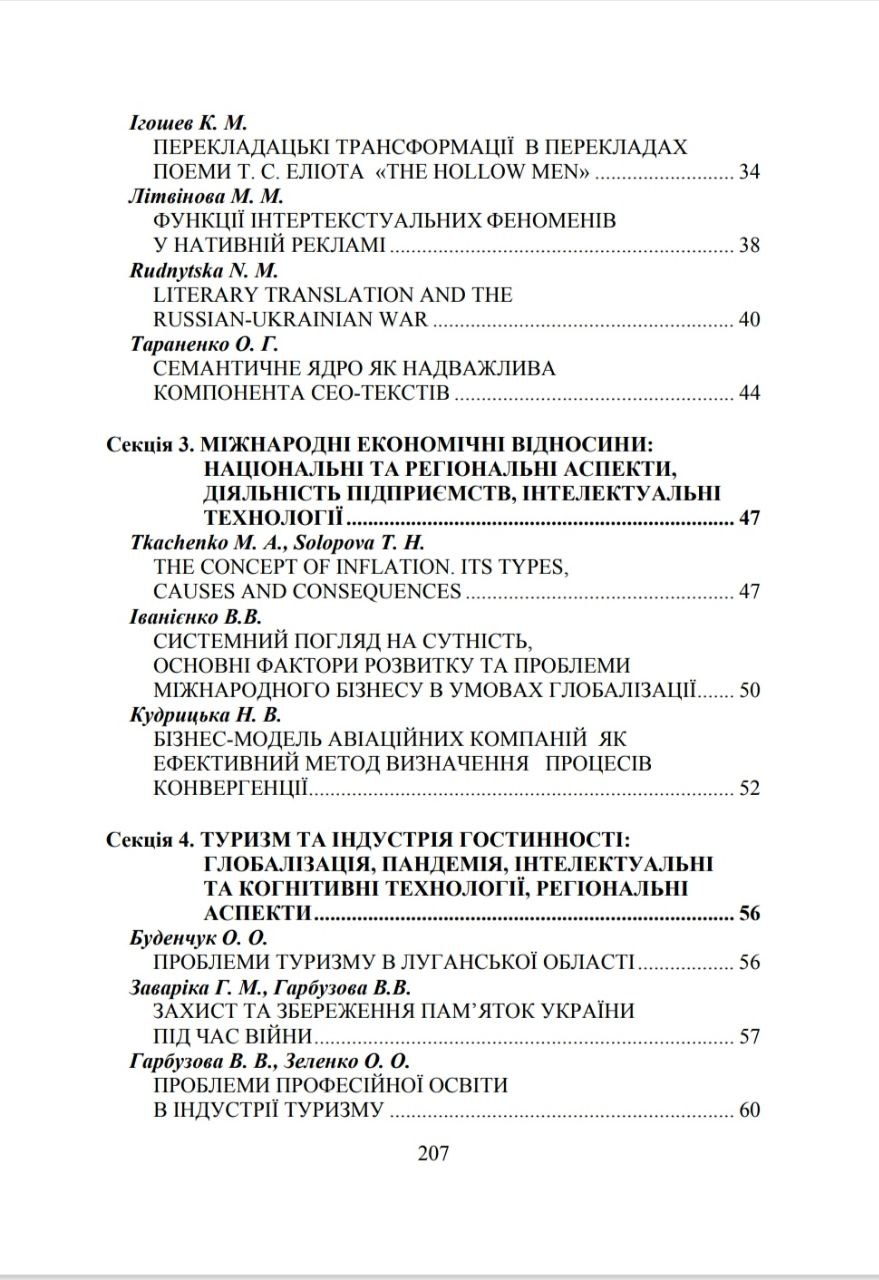
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

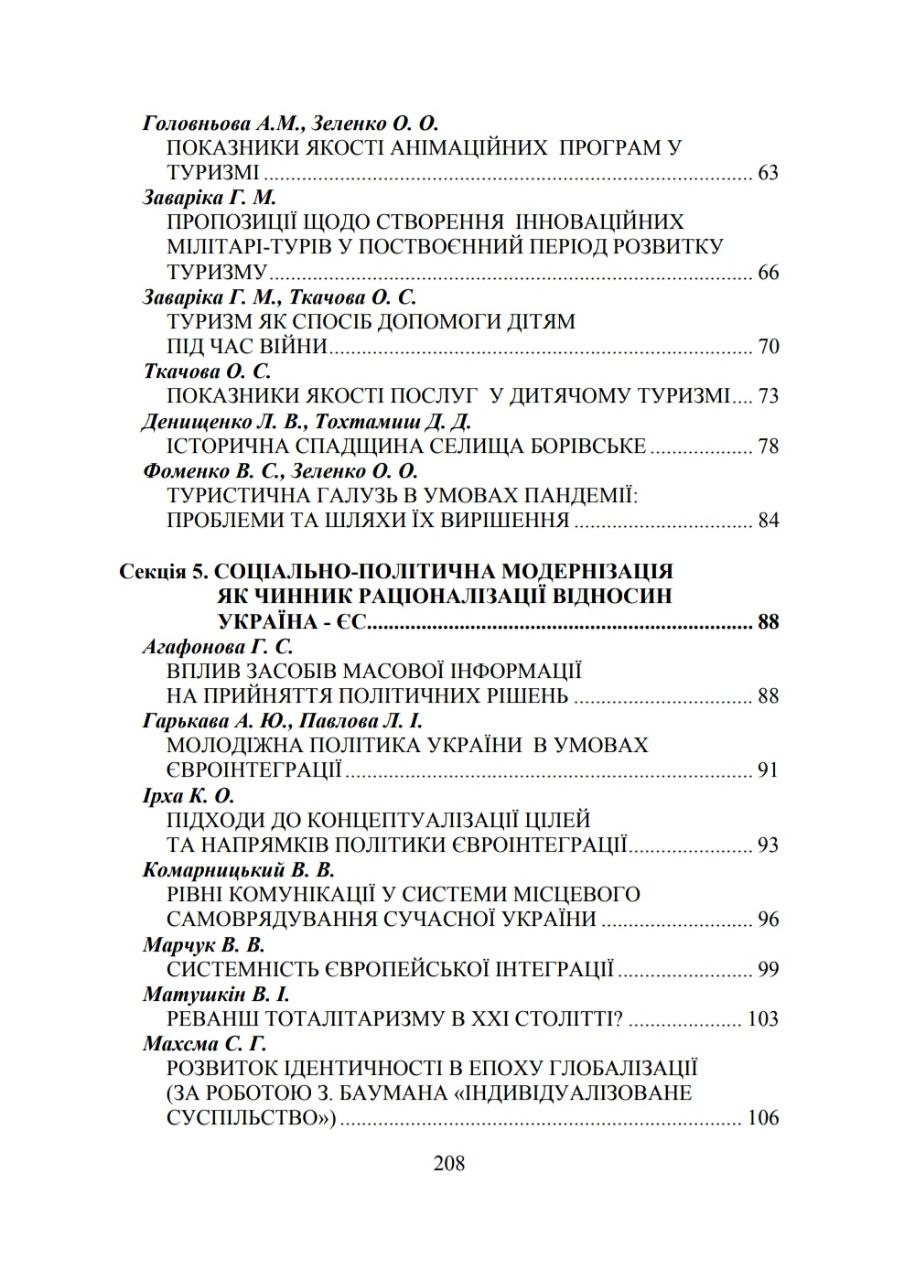
1. Скібіцька Л. І., Матвєєв В. В., Щелкунов В. І., Подрєза С. М. Антикризовий менеджмент. Теоретичні основи управління підприємством у кризовому стані. *Електронний підручник* 2017. URL: <https://pidru4niki.com/1962080161255/menedzhment/teoretichni_osnovi_upravlinnya_pidpriyemstvom_krizovomu_stani#google_vignette>
2. Діденко Є. О., Фесюн А. С. Теоретико-методичні засади антикризового управління підприємствами. *Економіка та держава*. 2018. № 11. URL: <http://www.economy.in.ua/pdf/11_2018/19.pdf>
3. Тур. О. В. Категорії криза і криза підприємств та фактори їх виникнення. *Вісник Національного університету харчових технологій. Наукові праці.* 2013. № 51. С. 206-214. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/22553/1/51.pdf>
4. Завдання антикризового управління. Суть та причини кризи підприємства. *«Освітній портал»*: сайт. URL: <https://ru.osvita.ua/vnz/reports/management/14517/> (19.01.2011).
5. Krystek U. Unternehmungskrisen : Beschreibung, Vermeidung und Bewaltigung uberlebenskritischer Prozesse in Unternehmungen. Wiesbaden, 1987. URL: https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-322-82555-1
6. Криза: Вікіпедія: вільна онлайн-енциклопедія сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
7. Шморгун Л.Г. Кризові ситуації. Поняття кризи, суть і зміст кризового стану, внутрішні та зовнішні причини криз. В кн.: Менеджмент організації: навчальн. посібн. К.: Знання, 2011, 560 с. URL: <https://pidru4niki.com/18421120/menedzhment/krizovi_situatsiyi_ponyattya_krizi_sut_zmist_krizovogo_stanu_vnutrishni_zovnishni_prichini_kriz>
8. Подсолонко В.А. Антикризове управління підприємством. Види криз. *Електронний підручник* 2005. URL: <https://library.if.ua/book/60/4196.html>
9. Кириченко О. В. Вплив міжнародної кризи на туризм. *Економіка та суспільство* 2022. № 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1659>
10. Экономический кризис на Украине (2008—2009): Вікіпедія: вільна онлайн-енциклопедія сайт. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
11. В Угорщині збанкрутував туроператор (13.05.2020) *Інформаційне агентство Eurasia Daily (EADaily)*: сайт. URL: <https://eadaily.com/ru/news/2020/05/13/v-vengrii-obankrotilsya-turoperator-obsluzhivavshiy-50-rossiyskih-turistov>
12. Дмитриева Л. COVID-19 i мiжнародний туризм: аналiз ситуацii (Доклад) *Онлайн информационная платформа Essays.club* сайт. URL: <https://ru.essays.club/>
13. Балгабаева В. Т. Ефективність індустрії туризму в період кризи: Журнал Вчені записки Тамбовського відділення РосМУ 2020 с. 18-24 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-industrii-turizma-v-period-krizisa/viewer>
14. Чумак А. Хто у туризмі виживе після коронавірусу: Інформаційний портал Profi.Travel сайт. URL: <https://profi.travel/articles/45690/details> (20.04.2020)
15. Пандемія. *Вікіпедія: вільна онлайн-енциклопедія* <URL:https://uk.wikipedia.org/wiki/>
16. Подорож. *Вікіпедія: вільна онлайн-енциклопедія* URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
17. Шурхало Д. 160-річчя скасування кріпацтва: вузол поміщик-кріпак влада не розв’язала, а розрубала. *Радіо Свобода* 28.02.2021. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/31126241.html>
18. Петренко І. М. Походи та подорожі Середньовіччя. Навчально-методичний посібник. *Полтавський університет економіки і торгівлі. Репозитарій*. 2014 URL: <https://studfile.net/preview/3546104/page:9/>
19. Паломництво. *Вікіпедія: вільна онлайн-енциклопедія* URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
20. Хрестові походи. *Вікіпедія: вільна онлайн-енциклопедія* URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
21. Історія торгівлі. *Вікіпедія: вільна онлайн-енциклопедія* URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
22. Становище учнів і підмайстрів, їх боротьба з майстрами. *Навчальна інформація для українських студентів.* URL: <http://ni.biz.ua/3/3_15/3_152450_polozhenie-uchenikov-i-podmasterev-ih-borba-s-masterami.html>
23. Моця К. Куди і як подорожували в середньовіччі? *Інформаціонний портал Mykniga.* URL: <https://mykniga.com.ua/istoriya/kudi-i-yak-podorozhuvali-v-serednovichchi-istorichnij-dokument.html>
24. Куди і як подорожували у середньовіччі?: Інтернет-видання «Історичний документ». 27.09.2019. URL: <https://history-doc.ru/zarubezhnaya-istoriya/kuda-i-kak-puteshestvovali-v-srednevekove/>
25. Пандемії. Звідки вони з’являлися, як проходили, та куди зникали? *Українсько-польська медіаплатформа U.P.M.P.* 30.04.2020. URL: <https://upmp.news/ua-in-ukraine/pandemiyi-zvidky-vony-z-yavlyalysya-yak-prohodyly-ta-kudy-znykaly/>
26. Афінська моровиця. *Вікіпедія: вільна онлайн-енциклопедія* URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
27. Чума: сайт. *Вікіпедія: вільна онлайн-енциклопедія* URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
28. Холера. *Всесвітня організації охорони здоров'я.* 30.03.2022 URL: <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/cholera>
29. Ерман Г. Чума, холера, "іспанка": як великі пандемії змінювали світ. *ВВС NEWS Україна 2020.* 18.04.2020. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-52291698>
30. Світлична В.Ю. Туристична сфера: пошук шляхів подолання кризи в умовах глобальних карантинних обмежень. *Комунальне господарство міст*. 2020. Том 5. Випуск 158. С. 24–31. сайт. URL: <https://khg.kname.edu.ua/index.php/khg/article/download/5656/5579>
31. Уросевич. З. Туризм после пандемии: новые идеи и расширение сотрудничества. *Організа́ція Об'є́днаних На́цій (ООН).* 05.01.2022. URL: <https://news.un.org/ru/story/2022/01/1416522> (05.01.2022)
32. Вакцини від корона вірусу. *Портал про фінанси і інвестиції Minfin*. URL: <https://index.minfin.com.ua/reference/coronavirus/vaccination/vaccines/>
33. Усе про вакцини від COVID-19 в Україні, AstraZeneca. *Міністерство охорони здоров'я України*. 04.02.2022. URL: <https://moz.gov.ua/article/news/use-pro-vakcini-vid-covid-19-v-ukraini-astrazeneca>
34. Вакцина Pfizer–BioNTech проти COVID-19. Вікіпедія: вільна онлайн-енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
35. Порталом “Агов Travel ” URL: <https://agoov.com.ua/>
36. Цифровой сертификат COVID для ЕС./ Офіційний туристичний портал Іспанії. URL: <https://travelsafe.spain.info/ru/cifrovoj-sertifikat-covid-dla-es/>
37. Лісовська М.. Брендинг безпечного відпочинку та криза міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19 (на прикладі Грузії). *Актуальні проблеми міжнародних відносин та міжнародного права матеріали Всеукраїнської наук. онлайн-конф. з міжнародною участю, м. Київ, 2020. Київський університет імені Бориса Грінченка. С*. 99-102. URL: <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/34898/1/M_Lisovska.pdf>
38. ISO/PAS 5643:2021 «Туризм і супутні послуги — Вимоги та рекомендації щодо зменшення поширення Covid-19 у туристичній галузі» 2021. URL: <https://www.iso.org/standard/81500.html>
39. Гутерриш А. Вихід із кризи, спричиненої інфекцією COVID-19, повинен мати своїм результатом формування іншої економіки: сайт. *Організа́ція Об'є́днаних На́цій (ООН)* URL: <https://www.un.org/ru/coronavirus/launch-report-socio-economic-impacts-covid-19>
40. Аналітична записка Генерального секретаря щодо туризму та COVID-19. *Організа́ція Об'є́днаних На́цій (ООН)* URL: <https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts>
41. Штамп «Безпечні подорожі» *Платформа World Travel & Tourism Council (WTTC)* URL: <https://wttc.org/initiatives/safetravels-stampapplication#Companies%20involved%20in%20Travel%20&%20Tourism>
42. Економічна криза буде глибшою. Що це значить для України 2020. *ВВС NEWS Україна.* 24.06.2020. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-53163733>
43. «2020: Worst Year in Tourism History With 1 Billion Fewer International Arrivals». *UNWTO*. 2022. URL: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>
44. Гірзекорн А. COVID-19 vs туризм 2020. *Львів-тревел*. 2020. URL: <https://lviv.travel/ua/news/covid-19-vs-tourism-2020-hto-vidvidav-lviv-pid-chas-karantynu>
45. Атаманчук З. А. Розвиток міжнародного туризму в умовах пандемії СOVID-19: тенденції та очікування. *Бізнес Інформ.* 2020. №5. C. 94–99. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-94-99>
46. Карантин. Як світ рятує туристичну галузь 2020. *Мультимедійна платформа іномовлення України «Укрінформ».* 31.08.2020. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3090351-karantin-ak-svit-ratue-turisticnu-galuz.html>
47. Петренко І., Вишневська О. Транспорт України: статистичний збірник. Київ: ДССУ, 2021. c. 13 URL: <https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/10/zb_Transpot.pdf>
48. Міжнародний туристичний портал TripAdvisor. URL: <http://www.tripadvisor.com>.
49. Всесвітня туристична організація: офіційний сайт. URL: <http://unwto.org/>
50. Кравець Ю.В. Просування туристичних послуг підприємства на туристичному ринку: міждисциплінарна курсова робота. *Тернопільський національний економічний університет: репозитарій.* 2017. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/>
51. Маркетинг – що це таке, як працює та навіщо потрібен. *Інформаційна платформа Termin.in.ua.* URL: <https://termin.in.ua/marketynh/>
52. Коронавірус COVID-19. *Статистика google.* URL: <https://news.google.com/covid19/map?hl=uk&mid=%2Fm%2F07t21&gl=UA&ceid=UA%3Auk>
53. Туризм у контексті глобалізації та сучасного економічної кризи. *Ефективна економіка 2018* №10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/9.pdf>
54. Бураковський І. COVID-19 як економічна криза природного походження *Еспресо ТВ.* 2021. URL: <https://espreso.tv/covid-19-yak-ekonomichna-kriza-prirodnogo-pokhodzhennya>
55. Види та функції реклами. *Студентська бібліотека «Букліб».* URL: <https://buklib.net/books/27193/>
56. Обозна А. О. Аналіз стану розвитку вітчизняної туристичної галузі у відповідності з міжнародними рекомендаціями статистичних показників. *Ефективна економіка*. 2019. №6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/65.pdf>
57. Що таке конкурентна реклама? Переваги та недоліки. *Інформаційна платформа Myubi.* URL: [https://uk.myubi.tv/20233-what-is-competitive-advertising-advantages-and-disadvantages#](https://uk.myubi.tv/20233-what-is-competitive-advertising-advantages-and-disadvantages)
58. Оцінка впливу спалаху covid-19 на міжнародний туризм. *Журнал Організа́ція Об'є́днаних На́цій (ООН)*. URL: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>
59. Статистична інформація. *Державна служба статистики України*. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
60. Канали розповсюдження рекламної інформації. *Студентська бібліотека «Букліб».* URL: <https://buklib.net/books/28741/>
61. Сутність та види реклами. Джерела розповсюдження реклами. *Студентська бібліотека «Букліб».* URL: <https://buklib.net/books/25970/>
62. Блінов А.. Вірус рецесії: чим обернеться епідемія COVID-19 і хто постраждає найбільше. *Слово і діло.* 18.03.2020. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2020/03/18/pogljad/ekonomika/virus-recesiyi-chym-obernetsya-epidemiya-covid-19-xto-postrazhdaye-najbilshe>
63. Прищепа Я. Коронавірус може призвести до масштабного економічного шоку в Європі. *Cуспільне медіа. Лагард* 11.03.2020 URL: <https://suspilne.media/18912-koronavirus-moze-prizvesti-do-masstabnogo-ekonomicnogo-soku-v-evropi-lagard/>
64. Каценельсон В. Коронавірус вб'є економіку? 10.03.2020. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/koronavirus-novini-yak-epidemiya-vpline-na-ekonomiku-kitayu-i-ssha-50074292.html>
65. Шрамко Ю. Аналітики оцінили економічні наслідки коронавірусу COVID-19 в усьому світі. 18.03.2020. URL: <https://www.unn.com.ua/ru/news/1853021-analitiki-otsinili-ekonomichni-naslidki-koronavirusu-covid-19-v-usomu-sviti>

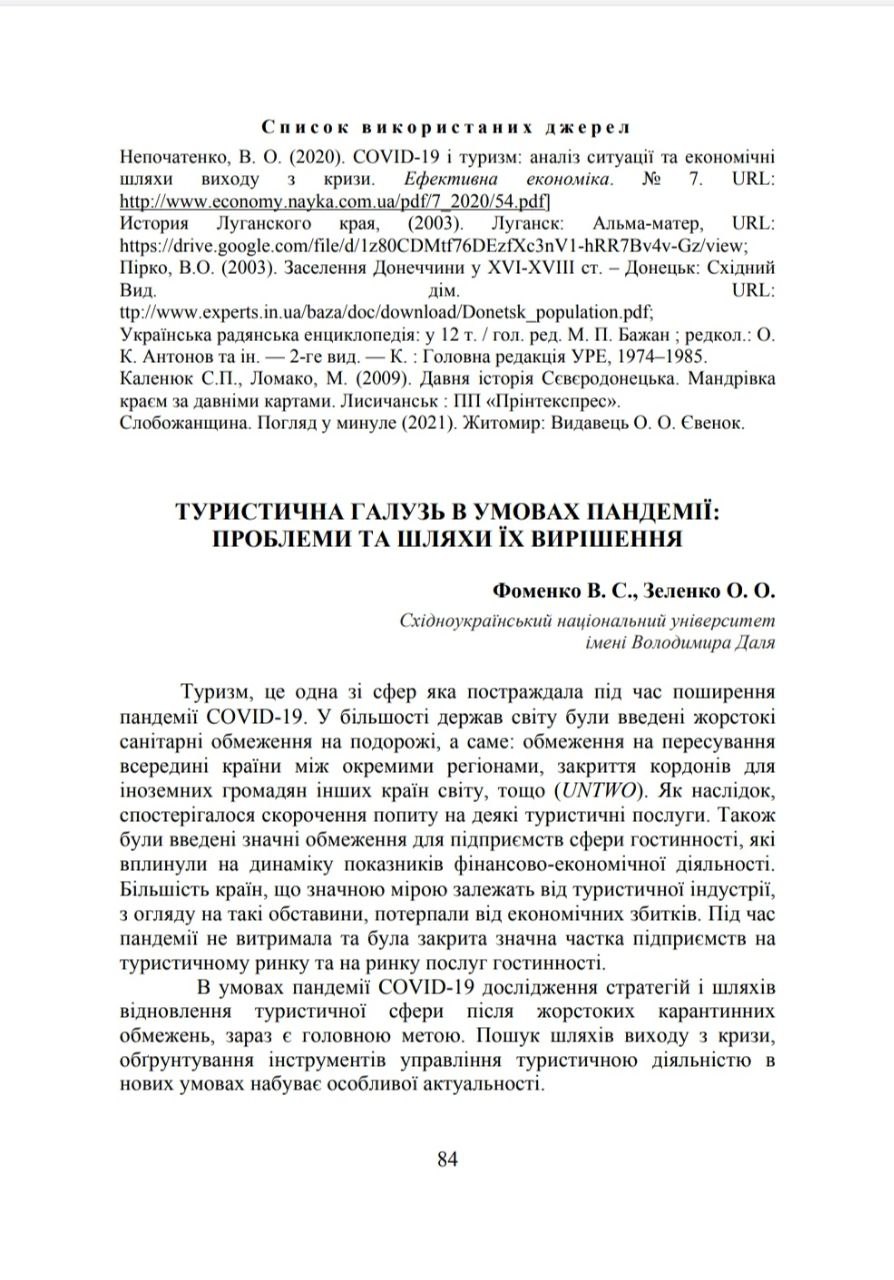
ДОДАТКИ

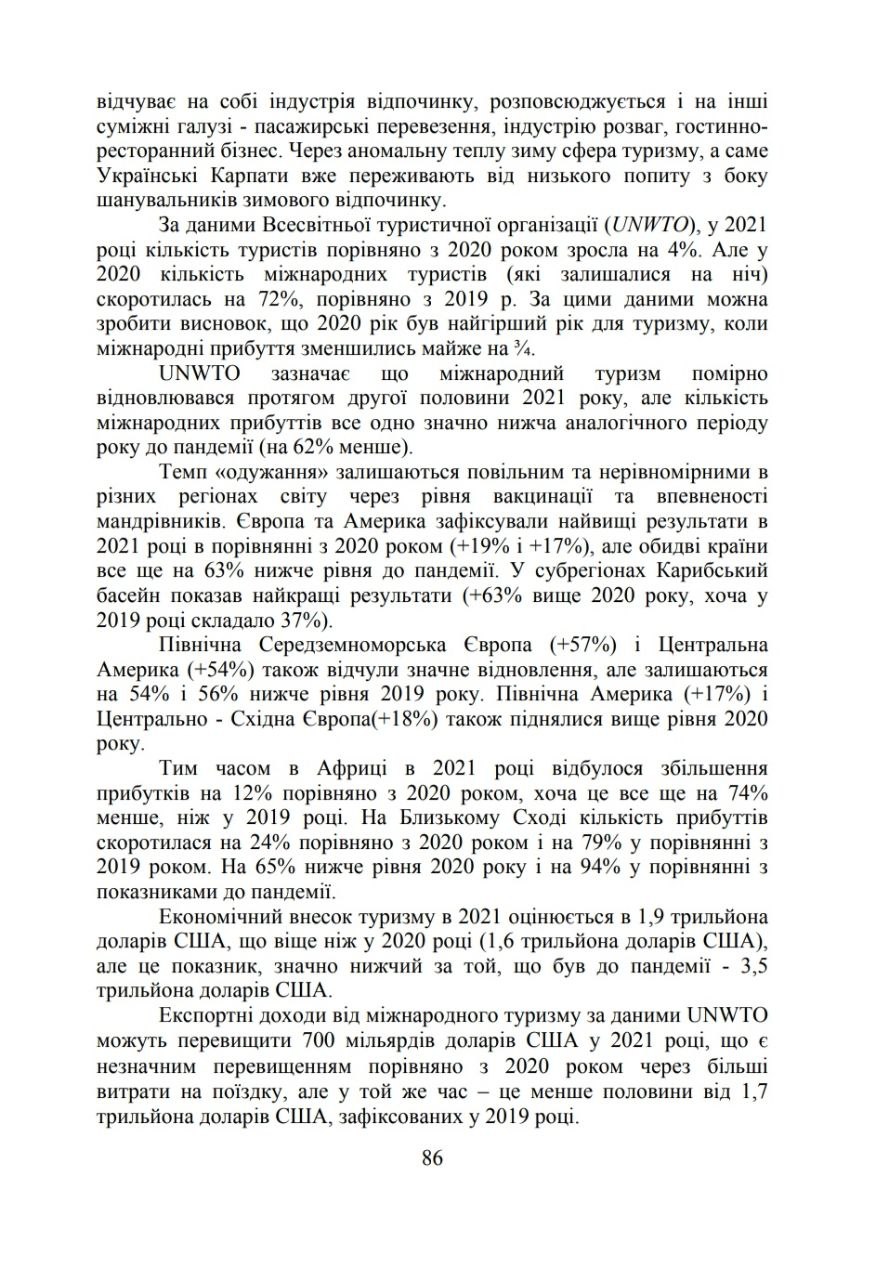
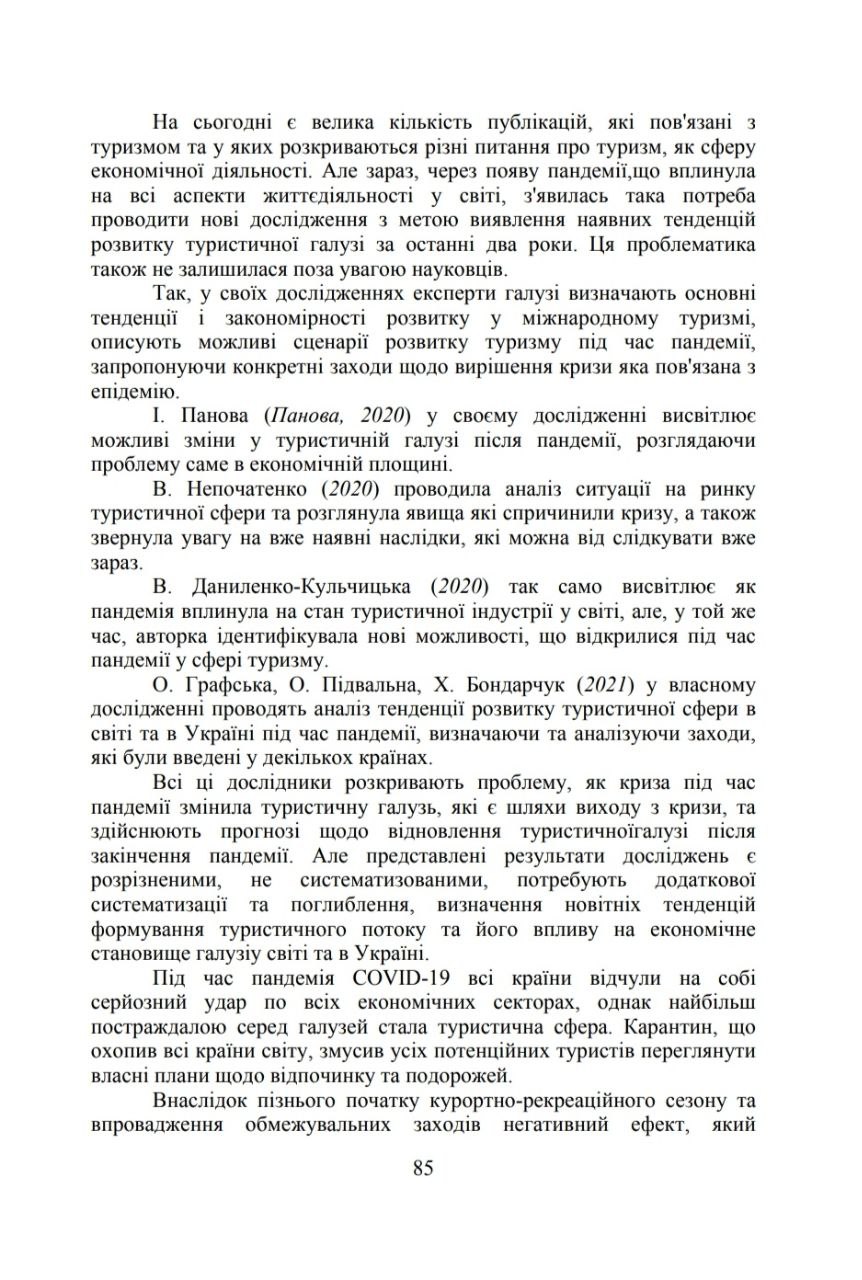
Додаток А

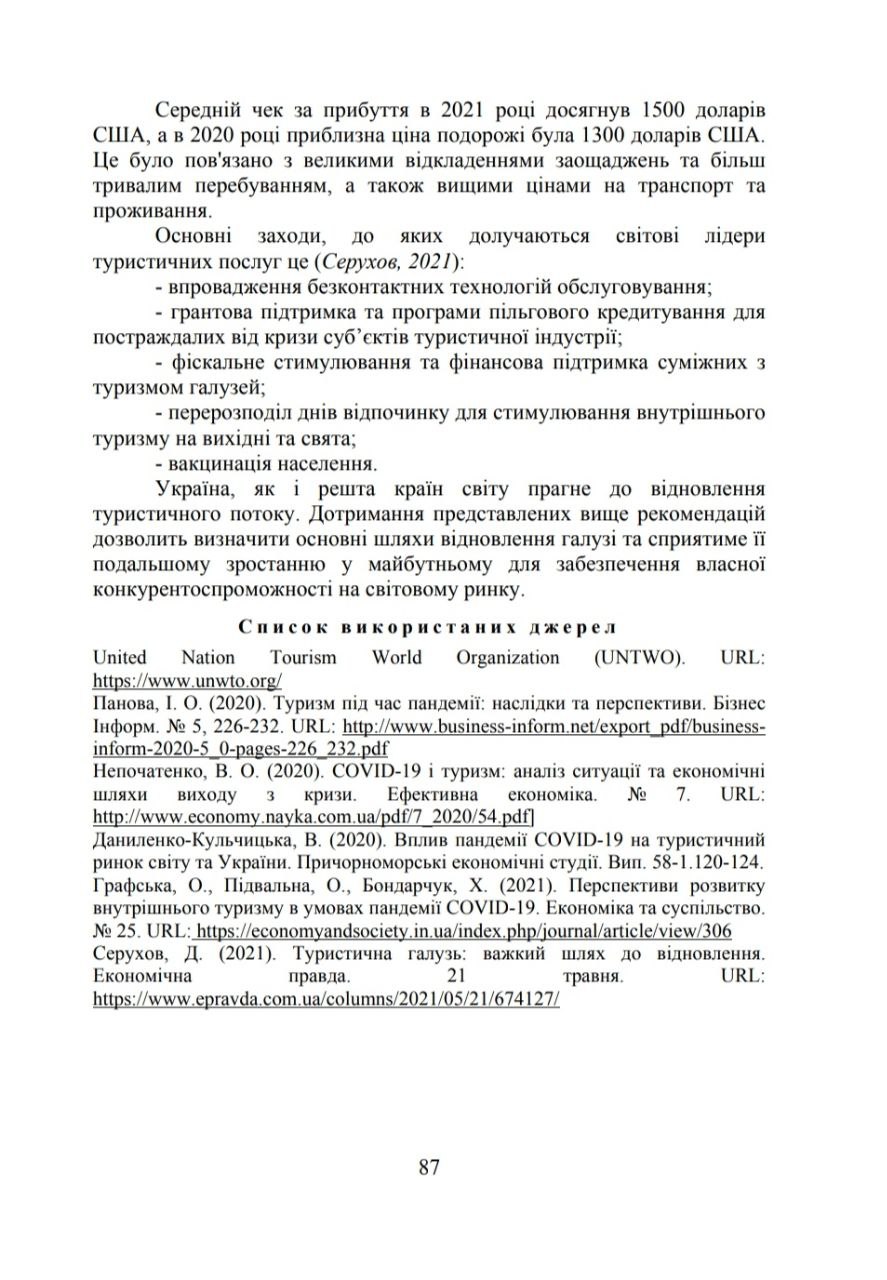












Додаток Б

Рекламна брошура тура



Додаток В

Програма туру

День перший

09:00 – Збір туристів у Львові;

09:30 – 11:15 – Виїзд з Львова до Національного природнього парку «Сколівські Бескиди»;

11:25 – 12:25 – Заселення в номер.

12:25 – 13:25 – Обід;

13:30 – 14:00 – Загальний збір та інструктаж з техніки безпеки та ознайомлення з територією;

14:00 – 16:00 – Вільний час.

16:00 – 16:40 – Піша прогулянка до річки Стрій;

16:40 – 18:00 – Відпочинок на річці Стрий;

18:00 – 18:40 – Повернення на територію готелю;

19:30 – 20:30 – Вечеря;

20:30 – 23:00 – Відпочинок біля вогнища;

23:00 – Відбій.

День другий

09:00 – 10:00 – Сніданок;

10:00 – 11:00 - Курс йоги на свіжому повітрі;

11:00 – 12:00 - Вело-прогулянка по маршруту «Мертве озеро»;

12:00 – 13:00 – Обід;

13:00 – 14:00 – Клуб за інтересами на свіжому повітрі;

14:00 – 15:00 – Полудень;

15:00 – 18:00 – Лікувальні SPA-процедури;

18:00 – 19:30 - Клуб за інтересами на свіжому повітрі;

19:30 – 20:30 – Вечеря;

20:30 – 23:00 – Вільний час;

23:00 – Відбій.

День третій

09:00 – 10:00 – Сніданок;

10:00 – 11:00 – Курс йоги на свіжому повітрі;

11:00 – 11:30 – Збір на екскурсію на сироварню;

11:30 – 16:30 – Дорога та екскурсія на сироварню з дегустацією;

14:00 – 15:00 - Полудень;

16:30 - 18:30 – Лікувальні SPA-процедури;

18:30 – 19:30 – Вільний час;

19:30 – 20:30 – Вечеря;

20:30 – 23:00 – Клуб за інтересами на свіжому повітрі;

23:00 – Відбій.

День четвертий

09:00 – 10:00 – Сніданок;

10:00 – 11:00 – Курс йоги на свіжому повітрі;

11:00 – 11:30 – Збір до водоспаду Гуркало;

11:30 – 16:30 – Дорога та похід до водоспаду Гуркало;

14:00 – 15:00 – Полудень (на свіжому повітрі);

16:30 – 16:30 - 18:30 – Лікувальні SPA-процедури;

18:30 – 19:30 – Вільний час;

19:30 – 20:30 – Вечеря;

20:30 – 23:00 – Клуб за інтересами на свіжому повітрі;

23:00 – Відбій.

День п’ятий

09:00 – 10:00 – Сніданок;

10:00 – 11:00 – Курс йоги на свіжому повітрі;

11:00 – 11:30 – Збір до річки Опір;

11:30 – 16:30 – Похід до річки Опір;

14:00 – 15:00 – Полудень (на свіжому повітрі);

16:30 - 18:30 – Лікувальні SPA-процедури;

18:30 – 19:30 – Вільний час;

19:30 – 20:30 – Вечеря;

20:30 – 23:00 – Клуб за інтересами на свіжому повітрі;

23:00 – Відбій.

День шостий

09:00 – 10:00 – Сніданок;

10:00 – 11:00 – Курс йоги на свіжому повітрі;

11:00 – 11:30 – Збір до «Каретний двір»;

11:30 – 16:30 – Похід на конях «Каретний двір»;

14:00 – 15:00 – Полудень (на свіжому повітрі);

16:30 - 18:30 – Лікувальні SPA-процедури;

18:30 – 19:30 – Вільний час;

19:30 – 20:30 – Вечеря;

20:30 – 23:00 – Клуб за інтересами на свіжому повітрі;

23:00 – Відбій.

День сьомий

09:00 – 10:00 – Сніданок;

10:00 – 10:30 – Збір до водоспаду Кам’янка;

10:30 – 14:30 - Поход до водоспаду Кам’янка;

14:30 – 15:30 – Обід;

15:30 – 17:30 – Підготовка до виїзду з готелю;

17:30 – Виїзд з до Львова.

Додаток Г

ДОГОВІР №

надання послуг з перевезення пасажирів

м. Тернопіль «15» березня 2022 року

Виконавчий комітет Тернопільська міської ради (Замовник) в особі начальника управління з питань транспортного забезпечення та зв’язку міської ради Власюка Олександра Олександровича, діючого на підставі Положення про управління з питань транспортного забезпечення та зв’язку Тернопільської міської ради, з однієї сторони, та Київська компанія «Євроклуб» (Перевізник) в особі генерального директора Папача Юрія Володимировича, який діє на підставі статуту підприємства, з другої сторони, (в подальшому разом іменуються Сторони), уклали Договір про наступне:

2. Зобов’язання сторін

2.1. Замовник зобов’язується:

2.1.1. Здійснювати контроль виконання Перевізником умов перевезень, визначених цим Договором, паспортами маршрутів.

2.1.2. Забезпечувати взаємодію із Перевізником при виконанні перевезень та своєчасно інформувати про виникнення обставин, які можуть привести до невиконання перевезень на маршрутах.

2.1.3. Взаємодіяти з відповідними державними контролюючими органами та установами з питань організації безпеки перевезень та дотримання чинного законодавства.

2.1.4. Розглядати пропозиції Перевізника по удосконаленню організації перевезень пасажирів.

2.2. Перевізник зобов’язується:

2.2.1.Виконувати умови перевезень, визначені чинним законодавством України, цим Договором, паспортами маршрутів.

2.2.2. Щомісячно до 4 числа наступного місяця надавати Замовнику акт виконання умов договору.

2.2.3. Забезпечувати виконання вимог чинного законодавства України, які стосуються перевезення пасажирів.

2.2.4. Виконувати перевезення тільки згідно паспортів маршрутів, схем та розкладів руху.

2.2.5. Облаштовувати рухомий склад інформацією, у відповідності до вимог чинного законодавства.

2.2.6. Надавати на вимогу Замовника інформацію необхідну для проведення аналізу перевезень на маршрутах.

2.2.7. Виконувати накази Замовника, які пов’язані з організацією пасажирських перевезень на маршрутах.

2.2.8. Без перешкоди допускати представників Замовника для проведення перевірок виконання умов договору.

2.2.9. Приймати участь у нарадах, семінарах, зустрічах, які проводяться Замовником.

2.2.10. Забезпечувати проведення щозмінного передрейсового та післярейсового медичних оглядів водіїв транспортних засобів в порядку, передбаченому чинним законодавством.

3. Права сторін

3.1. Замовник має право:

3.1.1. Проводити документальні та фактичні перевірки, предметом яких є своєчасність, достовірність та повнота виконання Перевізником умов даного договору. За результатами проведених перевірок складається акт. Акт оформлюється в двох екземплярах. Після належного оформлення один екземпляр акту направляється Перевізнику

3.1.2. Проводити перевірку наявності у Перевізника документації та інших нормативних актів необхідних для виконання перевезень.

3.1.3. Вимагати від Перевізника виконання заходів щодо попередження порушень або своєчасного розгляду актів про порушення.

3.1.4. Приймати рішення про дострокове розірвання Договору до закінчення терміну його дії в односторонньому порядку за неодноразові порушення Перевізником умов цього Договору або вимог чинного законодавства.

3.2. Перевізник має право:

3.2.1. Надавати пропозиції щодо вдосконалення організації перевезень пасажирів.

4. Платежі за Договором і порядок розрахунків

4.1. Перевезення пасажирів на маршрутах здійснюється за власний рахунок підприємства Перевізника.

5.Відповідальність сторін

5.1. За невиконання або неналежне чи неповне виконання своїх зобов’язань, відповідно до цього договору, сторони несуть відповідальність, передбачену законодавством України.

6. Форс – мажорні обставини

6.1. В разі виникнення форс – мажорних обставин (стихійне лихо, акти уряду, що вплинули на умови виконання цього договору та інші випадки непереборної сили), які можуть заважати повному або частковому виконанню планового завдання цього Договору, то виконання умов Договору відкладається на період дії таких обставин при умові, що обидві сторони не могли передбачити та запобігти їм.

6.2. Якщо сторона, таким чином, позбавлена можливості виконувати свої обов’язки відповідно до цього договору, то вона повинна повідомите про це іншу сторону у 3-х денний термін, з моменту виявлення вищезазначених форс - мажорних обставин, та надати докази їх появлення протягом двох днів після їх закінчення або усунення.

6.3. Доказами підтвердження форс – мажорних обставин є висновок Торгівельно – промислової палати.

7. Додаткові умови

7.1. Усі додатки та додаткові угоди до цього Договору є його невід’ємною частиною.

7.2. При отриманні письмового запиту чи іншого документу, який вимагає його підпису, сторона, що його отримала, зобов’язана протягом 10 (десяти) днів дати письмову відповідь, якщо інше не обумовлено у запиті.

7.3. Усі питання та розбіжності, що виникають у зв’язку з виконанням цього договору, вирішуються шляхом проведення переговорів. При недосягненні згоди, спори передаються на вирішення в Господарський суд Запорізької області.

7.4. У випадках, не передбачених цим Договором, сторони керуються нормами чинного законодавства.

7.5. До цього Договору за згодою сторін можуть бути включені інші умови. 7.6. Жодна із сторін не має права змінювати умови Договору, а також передавати своє право за цим Договором третій стороні без письмової згоди другої сторони.

8. Припинення (розірвання) Договору

8.1. Замовник має право розірвати договір в односторонньому порядку до закінчення терміну його дії в разі однієї або декількох підстав:

8.1.1. Неодноразового порушення Перевізником умов даного договору.

8.1.2. Неодноразового порушення Перевізником вимог чинного законодавства в галузі автомобільного транспорту та безпеки дорожнього руху.

8.1.3. Порушення відносно Перевізника справи про банкрутство або прийняття ним рішення про реорганізацію або ліквідацію.

8.1.4. Анулювання відповідної ліцензії, що засвідчує право ліцензіата на провадження господарської діяльності.

8.1.5. Виявлення факту перебування водія Перевізника у стані алкогольного та/або наркотичного сп’яніння під час керування транспортним засобом Перевізника.

8.1.6. Скоєння дорожньо-транспортної пригоди з вини водія Перевізника в якому завдано шкоди здоров’ю людини.

8.2. В разі прийняття Замовником рішення про розірвання договору в односторонньому порядку до закінчення терміну його дії, оформлюється письмове повідомлення із зазначенням дати розірвання договору та направляється на адресу Перевізника не пізніше ніж через три дні з моменту прийняття такого рішення.

8.3. Інші умови припинення договору:

8.3.1. За взаємною згодою сторін шляхом підписання додаткової угоди до даного договору.

8.3.2. Закінчення терміну дії договору.

9. Термін дії договору

9.1. Договір набирає чинності 13.03.2022, з моменту підписання сторонами і діє до «30» Листопад 2022 р.

10. Юридичні адреси, банківські реквізити та підписи сторін:

Замовник Власюка О. О. «15» березня 2022р.

Перевізник Папача Ю. В. «15» березня 2022р.

Юридична адреса: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Поштова/фактична адреса: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

код за ЄДРПОУ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

рах. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ в

\_\_назва банку\_\_\_\_\_, м. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

МФО \_\_\_\_\_\_\_\_\_

св. пл. ПДВ/витяг з реєстру пл. ПДВ № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ін. под. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

За Замовника: За Виконавця:

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

(підпис) П.І.Б.

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

(підпис) П.І.Б.

Додаток Д

ДОГОВІР №

про надання послуг(розміщення)

м. Львів "15 "Березня 2022 р.

Товариство готельний комплекс "Едельвейс", в особі директора Бойко Маргарити Мирославівни, що діє на підставі Статуту, та є платником податку на прибуток на загальних підставах, надалі іменоване – "Виконавець", з однієї сторони, та туроператор «Престиж Тур», в собі Власюка Олександра Олександровича, надалі іменоване "Замовник", з іншої сторони, які в подальшому разом іменуються – "Сторони", а кожна окремо – "Сторона", уклади цей Договір про наступне:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1. Предметом цього Договору є надання Виконавцем згідно заявок Замовника послуг розміщення (проживання) в готельних номерах, конференц-сервісу, ресторанного обслуговування тощо для індивідуальних клієнтів або групи клієнтів (надалі – послуги).

1.2. Індивідуальний клієнт – конкретно визначений клієнт, для якого Замовник здійснює замовлення послуг у Виконавця;

група клієнтів – не менше 10 (десяти) осіб, для яких Замовник подає Виконавцю одне загальне замовлення та котрі прибувають і вибувають з Готелю одночасно, тобто на протязі однієї розрахункової доби.

1.3. Місце надання послуг: 76018, м. Львівська область, готель "Едельвейс"(надалі за текстом – "Готель").

1.4. Надання готельних послуг здійснюється лише при пред'явленні клієнтом паспорта або іншого передбаченого чинним законодавством документа, що засвідчує його особу, та заповненої і підписаної клієнтом реєстраційної картки.

2. ПОРЯДОК ЗАМОВЛЕННЯ ТА АНУЛЯЦЇ ПОСЛУГ

2.1. Послуги за цим Договором надаються на підставі заявок (замовлення) Замовника, які надсилаються Виконавцевіфаксом (0342)-72-72-12 або на електронну пошту[res@nadiyahotel.com](mailto:res@nadiyahotel.com) не пізніше, ніж за 5 днів до запланованої дати надання послуг для індивідуальних клієнтів та за 10 днів до запланованої дати надання послуг для групи клієнтів.

2.2. У заявках на бронювання послуг Замовник повинен зазначити: ПІП клієнтів; дату і час заїзду та від’їзду; кількість та категорію необхідних номерів; кількість клієнтів та супроводжуючих осіб; наявність і вік дітей; громадянство; послуги ресторанного обслуговування; перелік додаткових послуг, в т. ч. необхідність замовлення трансферу; форма оплати послуг; ПІП та контактні дані особи, що склала заявку; інші умови або відомості, що мають значення для належного виконання Сторонами умов даного Договору.

Заявка на бронювання являється гарантійним листом та оформляється Замовником в письмовій формі, на фірмовому бланку, засвідчується печаткою й підписом уповноваженої посадової особи Замовника.

2.3. Виконавець зобов'язаний підтвердити або відмовити у підтвердженні замовлення (у випадку неможливості надання послуг).

2.4. Замовлення вважається прийнятим і погодженим Виконавцем з моменту надіслання Замовнику рахунку на оплату послуг в безготівковій формі.

2.5. Замовник має право у межах замовленої кількості номерів замість клієнтів, які мали бути розміщенні відповідно до підтвердженого замовлення, розмістити інших клієнтів, заявлених на ті ж строки проживання і за тим самим класом обслуговування з обов'язковим інформуванням про це Виконавця не пізніше, ніж за 24 години до запланованого дня заїзду.

2.6. У випадку необхідності ануляції заброньованих послуг, зменшення чисельності клієнтів, перенесення термінів надання послуг (надалі – анулювання послуг), Замовник в письмовій формі (листом на фірмовому бланку, засвідченим печаткою та підписом уповноваженої посадової особи) факсом (0342)-72-72-12 або на електронну поштуВиконавця [res@nadiyahotel.com](mailto:res@nadiyahotel.com) надсилає відповідне повідомлення в терміни:

- не пізніше ніж за 3 (три) робочих дні до запланованої дати надання послуг для групи клієнтів, та

- не пізніше ніж за 24 години до запланованої дати надання послуг для індивідуальних клієнтів.

2.7. Сторони погодили, що у випадку несвоєчасного анулювання послуг для групи клієнтів відповідно до п. 2.6. цього Договору Замовник сплачує Виконавцю плату за анулювання в наступних розмірах:

- вартість замовлених готельних послуг за 1 (одну) розрахункову добу;

- 50% (п’ятдесят відсотків) вартості замовлених послуг конференц-сервісу, ресторанного обслуговування, тощо.

2.8. У випадку несвоєчасного анулювання послуг для індивідуальних клієнтів відповідно до п. 2.6. цього Договору Замовник сплачує Виконавцю плату за анулювання в розмірі 100% вартості замовлених готельних послуг за 1 (одну) розрахункову добу.

2.9. Плата за анулювання послуг згідно п. 2.7. та п. 2.8. Договору самостійно утримується Виконавцем із суми попередньо оплачених Замовником грошових коштів із наступним повідомленням про це Замовника.

3. ПРАВА ТА ОБОВ’ЯЗКИ СТОРІН

3.1. Замовник має право:

3.1.1. отримати замовлені послуги у повному обсязі та належної якості;

3.1.2. анулювати замовленні послуги згідно розділу 2 цього Договору;

3.1.3. отримувати необхідну інформацію щодо наявності вільних номерів у Готелі, а також об'єм послуг, що можуть надаватись за цим Договором.

3.2. Замовник зобов’язаний:

3.2.1. вчасно подавати заявки на бронювання послуг;

3.2.2. забезпечити прибуття клієнтів до Готелю згідно умов Договору й інформувати їх про необхідність дотримання громадського порядку, правил пожежної безпеки, правил надання готельних та ресторанних послуг;

3.2.3. в термін за 3 дні до заїзду групи клієнтів або в день поселення в готель надати Виконавцю підписаний уповноваженою особою та скріплений печаткою Замовника список, в якому вказати наступні дані про клієнтів: ПІП, дата народження, місце реєстрації, паспортні дані, телефон;

3.2.4. у випадку пошкодження або знищення майна Готелю забезпечити відшкодовування клієнтом завданих збитків;

3.2.5. через уповноважену особу Замовника забезпечити здійснення остаточних розрахунків за фактично надані послуги, зокрема: послуги міні-бару, телефонних переговорів, бізнес-центру, харчування тощо;

3.2.6. без попереднього погодження з Виконавцем не направляти більшу кількість клієнтів, ніж вказано у заявці;

3.2.7. у строки, визначені умовами цього Договору, здійснювати оплату послуг.

3.3. Виконавець має право:

3.3.1. приймати замовлення на поселення клієнтів за наявності вільних місць у Готелі;

3.3.2. в односторонньому порядку відмовитись від виконання умов Договору та прийому замовлень на послуги у випадках відсутності у Готелі вільних місць, наявності заборгованості Замовника за раніше надані послуги, порушення Замовником умов даного Договору;

3.3.3. переглядати ціни на послуги в порядку, визначеному цим Договором.

3.4. Виконавець зобов’язаний:

3.4.1. забезпечити своєчасне та якісне надання погоджених Сторонами послуг;

3.4.2. надавати Замовнику інформацію, необхідну для належного виконання умов даного Договору;

3.4.3. надавати Замовнику рахунки та акти наданих послуг у порядку, визначеному Договором.

4. ВАРТІСТЬ ПОСЛУГ, ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

4.1. Вартість послуг розміщення (проживання) в готельних номерах включає ціну готельного номера за добу, в т ч ПДВ -7% й зазначається в Додатках, які є невід’ємною частиною цього Договору.

4.2. У випадку зміни розміру витрат на утримання Готелю Виконавець залишає за собою право в односторонньому порядку змінювати ціни (тарифи) на готельні послуги, обумовлені в Додатках до цього Договору, які є обов’язковими з моменту їх введення в дію Виконавцем. Змінені Виконавцем ціни (тарифи) вводяться в дію без внесення змін, доповнень до цього Договору. Вартість уже замовлених та підтверджених Виконавцем послуг зміні не підлягає.

4.3. Послуги конференц-сервісу, ресторанного обслуговування, транспортні та інші додаткові послуги надаються за цінами і тарифами, що діють на момент їх надання.

4.4. Послуги за цим Договором відповідно до погодженого Сторонами замовлення можуть оплачуватись клієнтами самостійно або Замовником згідно з рахунком Виконавця.

4.5. Оплата послуг за цим Договором здійснюється Замовником на умовах 100% передоплати згідно з рахунком Виконавця в термін не пізніше як за 3 (три) банківські дні до дня надання послуг. Оплата послуг здійснюється Замовником у національній валюті України з урахуванням ПДВ шляхом безготівкових розрахунків або в інший спосіб згідно з чинним законодавством, згідно рахунків Виконавця.

У випадку оплати готівкою всі розрахунки проводяться Замовником в день заїзду клієнтів в Готель.

4.6. Обов’язок по оплаті послуг вважається виконаним, якщо грошові кошти у повному обсязі зараховані на рахунок Виконавця.

4.7. У випадку, якщо вартість фактично наданих послуг перевищує попередньо сплачену Замовником суму, останній зобов’язується в термін не пізніше як протягом 3 (трьох) банківських днів після надання послуг здійснити з Виконавцем остаточні розрахунки за надані послуги.

4.8. Плата за надання готельних послуг стягується відповідно до єдиної розрахункової години – 12-ї години поточної доби за місцевим часом. Готелем установлені наступні година заїзду та розрахункова година: година заїзду – з 12:00, розрахункова година (година виїзду) – до 12:00.

При проживанні у готелі менше однієї доби плата стягується за одну повну добу незалежно від часу розміщення.

При розміщенні у готелі з 0.00 до 12.00 (ранній заїзд) плата стягується у розмірі 60% від вартості номера за добу та виїзді споживача з 12.00 до 24.00 (пізній виїзд) плата стягується у розмірі 40% від вартості номера за добу.

4.9. За весь період проживання клієнтів в готелі Замовник оплачує Виконавцеві туристичний збір, встановлений чинним законодавством. Від сплати туристичного збору, за умови пред’явлення підтверджуючих документів, звільняються: особи, які постійно проживають, у тому числі на умовах найму, на території львівської міської ради; особи, які прибули у відрядження; інваліди, діти-інваліди та особи, що супроводжують інвалідів І групи або дітей-інвалідів (не більше одного супроводжуючого); ветерани війни; учасники ліквідації наслідків аварії на Чорнобильській АЕС.

4.10. У випадку порушення умов розрахунків, визначених в п.4.5 та п.4.7 даного Договору, Виконавець залишає за собою право відмовити Замовнику в наданні послуг без будь-якої компенсації збитків.

4.11. Сторони погодили, що документообіг між ними здійснюється в електронному вигляді з накладенням електронних цифрових підписів (ЕЦП) Сторін або в паперовому вигляді засобами поштового зв'язку.

4.12. У випадку здійснення документообігу в паперовому вигляді Виконавець формує та протягом п’яти днів з дня надання послуг, але не пізніше 10-го числа місяця наступного за звітним, надсилає Замовнику для підписання Акт наданих послуг. Замовник в п’ятиденний строк з моменту отримання Акту направляє на поштову адресу Виконавця підписаний Акт або надає вмотивовані зауваження з приводу наданих послуг. Якщо протягом вказаного терміну Замовник не підписує Акт та не направляє зауважень, послуги вважаються наданими належним чином та прийняті Замовником на суму, що зазначена в Акті Виконавця.

4.13. У випадку використання Замовником для документообігу електронної системи M.E.Doc IS, Виконавець формує, підписує електронно-цифровим підписом та відправляє Замовнику в електронному вигляді первинні документи (рахунки, акти наданих послуг, акти звірки взаєморозрахунків тощо), якими підтверджується факт надання послуг за Договором.

Акт приймання наданих послуг з накладеним ЕЦП складається Виконавцем та надсилається Замовнику протягом п’яти днів з дня надання послуг, але не пізніше 10-го числа місяця наступного за звітним. Замовник зобов’язується ЕЦП підписати Акт протягом 5 календарних днів з моменту його отримання. У разі неповернення Виконавцю підписаного ЕЦП Замовника Акту, послуги вважаються наданими належним чином та прийняті Замовником на суму, що зазначена в Акті Виконавця.

5. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

5.1. У разі невиконання або неналежного виконання взятих на себе зобов’язань по даному Договору, Сторони несуть відповідальність відповідно до чинного законодавства України.

5.2. У випадку порушення строків оплати послуг Замовник на вимогу Виконавця сплачує суму боргу з врахуванням встановленого індексу інфляції, 23% річних від простроченої суми, а також пеню в розмірі подвійної облікової ставки НБУ від суми боргу, що діяла в період заборгованості, за кожний день прострочення платежу. По своїх боргових зобов’язаннях Замовник відповідає перед Виконавцем всім належним йому рухомим та нерухомим майном, на яке згідно закону можна звернути стягнення.

5.3. Крім сплати неустойки та штрафних санкцій Замовник зобов’язаний відшкодувати в повному обсязі понесені Виконавцем збитки, спричинені невиконанням або неналежним виконанням Замовником положень цього Договору.

5.4. Закінчення дії строку Договору не звільняє Сторони від відповідальності за порушення умов цього Договору, які мали місце під час дії Договору.

6. ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ

6.1. Сторони звільняються від відповідальності за невиконання (неналежне виконання) зобов’язань по даному Договору у випадку дії обставин непереборної сили, зокрема: пожежа, землетрус, інші стихійні лиха, епідемії, диверсії, війни тощо, що могли істотно вплинути на виконання зобов’язань. Сторона, що не виконала зобов’язань внаслідок обставин непереборної сили, повинна відповідними документами підтвердити іншій стороні наявність вказаних обставин та їх зв'язок із невиконанням (неналежним виконанням) зобов’язань. Документально не підтверджені обставини непереборної сили та їх зв'язок із невиконанням зобов’язань не розглядаються іншою стороною в якості таких. Сторони не звільняються від відповідальності за невиконання грошових зобов’язань.

7. ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

7.1.Усі спори, що пов’язані із цим Договором, вирішуються шляхом переговорів. Якщо спір неможливо вирішити шляхом переговорів, то він вирішується в судовому порядку відповідно до чинного законодавства України.

8.СТРОК ДІЇ ДОГОВОРУ

8.1. Договір набуває чинності з моменту його підписання уповноваженими представниками Сторін і діє з 15 Березня 2022 року до «30» Листопад 2022 р., але в будь-якому випадку до повного та належного виконання Сторонами зобов'язань, визначених цим Договором.

8.2. У випадку, якщо за 30 календарних днів до закінчення строку дії цього Договору жодна із Сторін не направить на адресу іншої Сторони повідомлення про необхідність припинення дії даного Договору, то строк дії Договору вважається автоматично продовженим на кожен наступний рік.

8.3. Зобов’язання, прийняті Сторонами протягом терміну дії Договору, виконуються у строки, встановлені даним Договором.

8.4. Договір може бути достроково розірваний будь-якою зі Сторін за умови повідомлення такою Стороною іншої Сторони за тридцять днів до дня розірвання. В разі розірвання цього Договору Замовник зобов'язаний в термін протягом 7 (семи) днів з дати отримання повідомлення про розірвання цього Договору здійснити із Виконавцем остаточні розрахунки за Договором.

8.5. Неналежне виконання або невиконання умов Договору є підставою для розірвання однією зі Сторін Договору із відшкодуванням збитків відповідно до законодавства України.

8.6. Цей Договір не може бути розірваним без повного взаємного розрахунку Сторін за надані послуги.

9. ДОДАТКОВІ УМОВИ

9.1. У всіх інших випадках, що не передбачені даним Договором, Сторони керуються чинним законодавством України.

9.2. Зміни, доповнення та поправки до даного Договору здійснюються за взаємною згодою Сторін і мають рівноцінну з Договором юридичну силу, складають його невід’ємну частину, якщо вони укладені у письмовій формі та підписані двома Сторонами.

9.3. Жодна із Сторін не має права передавати права і обов'язки по цьому Договору іншим особам без письмової згоди на це іншої Сторони.

9.4. Сторони зобов’язані в термін протягом 5-ти днів повідомляти одна одну про будь-які зміни щодо місця знаходження чи будь-яких інших реквізитів.

9.5. Факсимільні та скановані копії Договору, а також всіх інших документів, що є невід’ємною його частиною, з підписами і відбитками печаток сторін, отриманими в електронному вигляді та за допомогою засобів факсимільного зв’язку, мають юридичну силу до моменту отримання оригіналів таких документів.

9.6. Протягом всього часу дії цього Договору Сторони зобов'язуються не розголошувати інформацію, отриману внаслідок виконання умов цього Договору, будь-якій іншій особі, підприємству, організації та установі, а у випадку порушення даної угоди зобов'язуються відшкодувати контрагенту завдану такими діями шкоду.

9.7. Своїм підписом під цим Договором кожна зі Сторін Договору відповідно до Закону України "Про захист персональних даних" від 01.06.2010р. №2297-VІ надає одна одній згоду на використання та обробку своїх персональних даних виключно в межах діючого законодавства України. Сторони зобов'язуються здійснювати захист персональних даних та підтверджують, що вони ознайомлені з правами, які визначені ст.8 Закону України "Про захист персональних даних", метою збору даних та з порядком надання доступу до персональних даних третім особам.

9.8. Сторони підтверджують, що при укладенні цього Договору між ними досягнуто згоди по всіх істотних умовах Договору і жодна із Сторін не вправі вважати цей Договір не укладеним.

9.9. Цей Договір складений українською мовою в двох примірниках, що мають однакову юридичну силу, по одному для кожної із Сторін.

10. АДРЕСИ, РЕКВІЗИТИ ТА ПІДПИСИ СТОРІН

ВИКОНАВЕЦЬ:

ТОВ "Фірма " Едельвейс "

76018, м. Львів ,вул. Незалежності, 40

IBAN:UA283223130000026001000007054

МФО 322313

ІПН 136608809157

ЄДРПОУ 13660888.

еmail: res@nadiyahotel.com;

тел.(0342), 72-70-75, ф.72-70-76

відділ бронювання:

тел.(0342) 72-70-79, ф.72-72-12

10.1. На підтвердження того, що цей Договір прочитано Сторонами, відображає їх наміри та містить предмет і всі істотні умови, за якими Сторони досягли згоди, поставили свої підписи.

Юридична адреса: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Поштова/фактична адреса: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

код за ЄДРПОУ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

рах. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ в

\_\_назва банку\_\_\_\_\_, м. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

МФО \_\_\_\_\_\_\_\_\_

св. пл. ПДВ/витяг з реєстру пл. ПДВ № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ін. под. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

За Замовника: За Виконавця:

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

(підпис) П.І.Б.

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

(підпис) П.І.Б.

Додаток Е

ДОГОВІР №\_

про надання послуг

м. Львів "15 "Березня 2022 р.

Товариство з обмеженою відповідальністю «Каретний двір» в особі директора Платок Ганни Михайлівни, яка діє на підставі Статуту, надалі іменується «ВИКОНАВЕЦЬ», пропонує необмеженому колу фізичних осіб, будь-якій правоздатній та дієздатній особі Власюка Олександра Олександровича – «Замовник» прийняти (акцептувати) цю пропозицію (публічну оферту) укласти Договір про надання оплатних послуг, згідно зі ст. 633, 634, 641, 642 Цивільного Кодексу України, з метою отримання Послуг на умовах приєднання до цього Договору.

Терміни, які використовуються в договорі:

Публічна пропозиція - пропозиція Виконавця викладена на його офіційному сайті: https://horseua.com/karetnij-dvir/ та розміщена на інформаційних стендах у манежах ТОВ «Каретний двір», адресована невизначеному колу фізичних осіб, укласти Договір на вказаних в ній умовах.

Акцепт - повне й беззастережне прийняття Замовником умов Публічної оферти, викладених в цьому Договорі, шляхом надання Виконавцю письмової Заяви про приєднання до Договору та оплати повної вартості Послуг.

Договір – цей Договір, який розміщений на Веб-сайті Виконавця, що регулює взаємні відносини між Виконавцем та Замовником у процесі надання Послуг та згідно з яким ТОВ «Каретний двір», як Виконавець, зобов’язується надавати Послуги кожному Замовнику, який до нього звернеться, та встановлює однакові для всіх Клієнтів умови надання цих Послуг, а Замовник зобов’язується своєчасно та у повному обсязі оплачувати їхню вартість та повністю дотримуватись умов цього договору. Договір публічно доводиться до відома усіх Замовників шляхом його розміщення (публікації) на офіційному сайті Виконавця та у куточку споживача в манежах.

Виконавець - ТОВ «Каретний двір», реквізити якого зазначено у розділі 6 даного Договору.

Замовник (Клієнт) - правоздатна та дієздатна фізична особа, що прийняла умови Договору та ознайомлена з його умовами разом з усіма додатками, зобов’язується їх дотримуватись та надала згоду на обробку своїх персональних даних.

Заява-приєднання до Договору – розроблений та затверджений Виконавцем письмовий зразок документа, шляхом підписання якого Замовник підтверджує факт прийняття публічної оферти (пропозиції) про приєднання до цього Договору, ознайомлений з його змістом та погоджується з його умовами. У Заяві вказуються дані Замовника: прізвище, ім’я, по-батькові, адреса місця реєстрації, контактний телефон, реєстраційний номер облікової картки платника податків, паспортні дані (з наданням копії паспорта та реєстраційного номеру облікової картки платника податків), дані дитини, яку представляє Замовник та, за необхідності, іншу додаткову інформацію.

Прайс-лист – прейскурант ― письмовий документ, який містить у собі перелік та вартість відповідних Послуг, а також розмір фінансових (штрафних) санкцій, які діють у ТОВ «Каретний двір» та можуть бути застосовані до порушника цього Договору, є Додатком №1 до Договору.

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1.Цей Договір визначає умови відповідно до ст.ст. 633, 634, 641, 642 Цивільного кодексу України та є офіційною публічною пропозицією (публічною офертою) Виконавця щодо надання послуг ТОВ «Каретний двір», адресованою будь-якій правоздатній та дієздатній фізичній особі, для можливості отримання комплексу послуг. Надалі по тексту Договору Виконавець та Замовник разом іменуються Сторони, а кожен окремо – Сторона.

1.2.По договору надання оплатних послуг, Виконавець організовує для Замовника (дитини/дітей Замовника) відпочинок і розваги з елементами отримання навичок спілкування з тваринами (катання на конях) згідно попередньо затвердженого розкладу, а Замовник зобов’язаний оплатити такі послуги.

1.3.Конкретний перелік послуг що надаються та їх вартість визначаються в додатку №1 до цього договору.

1.4.Замовник, який укладає договір в інтересах дитини/дітей, гарантує наявність у нього повноважень на здійснення правочину в інтересах дитини і згоду дитини на дотримання умов цього договору, в першу чергу щодо дотримання правил техніки безпеки. Якщо Замовник є одним з батьків дитини, він гарантує інформування і згоду іншого з батьків з умовами цього Договору.

1.5.Допуск Замовника (дитини/дітей Замовника) до приміщень Виконавця та до спілкування з конями дозволяється лише після пред’явлення Замовником документів, що посвідчують особу та/або повноваження Замовника.

2. ПРАВА ТА ОБОВ’ЯЗКИ СТОРІН

2.1.Обов’язки Виконавця:

2.1.1. Здійснювати свою діяльність з метою популяризації верхової їзди, кінного туризму, сприяння у всебічному і гармонічному розвитку особистості.

2.1.2. Забезпечити надання послуг за цим договором Замовнику (дитині/ дітям Замовника) відповідно до розкладу з належною якістю.

2.1.3. Організувати надання послуг із забезпеченням заходів техніки безпеки (Додаток №2 до Договору).

2.1.4. Забезпечити надання послуг за цим договором підготовленими спеціалістами.

2.2.Права Виконавця:

2.2.1. Самостійно розробляти програми і визначати форми, засоби і методи заходів відпочинку, визначати їх розклад.

2.2.2. Змінювати розклад з подальшим повідомленням про таку зміну Замовника.

2.2.3. Відмовляти в наданні послуг (постійно або тимчасово відстороняти) у випадку: 2.2.3.1.Неоплати Замовником послуги

2.2.3.2.Відсутності у Замовника (Замовника) спеціального екіпірування

2.2.3.3.Недотримання Замовником (Замовника) правил техніки безпеки

2.2.3.4.Внаслідок дій Замовника (дитини/дітей Замовника), які, на думку Виконавця, можуть становити небезпеку для самого Замовника (дитини/дітей Замовника) та/або тварин, третіх осіб.

2.3.Обов’язки Замовника (дитини/дітей Замовника):

2.3.1. Своєчасно здійснювати оплату послуг, що надаються Замовником у формі передоплати.

2.3.2. Під час прибуття до приміщень де надаються Виконавцем послуги, підписатись у відповідному журналі про прибуття.

2.3.3. Отримувати послуги у відповідності до розкладу та неухильно дотримуватись такого розкладу або відповідно до індивідуальної домовленості.

2.3.4. Суворо дотримуватись правил техніки безпеки (Додаток №2 до Договору) та правил екіпірування (Додаток №3 до Договору).

2.3.5. Замовник (особа, яка супроводжує дитину/дітей) під час надання послуг зобов’язані знаходитись за межами манежу, за виключенням надання окремого дозволу представника Виконавця, не втручатись в хід надання послуг, не підходити до коней.

2.3.6. Неухильно дотримуватись вказівок працівників Виконавця при користуванні послугами.

2.3.7. Перевірити правильність написання своїх персональних даних та/ або персональних даних особи, яку представляє Замовник на законних підставах.

2.4. Права Замовника:

2.4.1. Відмовитись від надання послуг за цим договором та розірвати його, при цьому оплативши всі фактично надані Виконавцем послуги.

3. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН ТА РОЗВ’ЯЗАННЯ СПОРІВ

3.1.У випадку невиконання або неналежного виконання Сторонами обов’язків за цим Договором вони несуть відповідальність відповідно до вимог чинного законодавства України.

3.2.Виконавець не несе відповідальності за наслідки, спричинені порушенням Замовником (дитиною/дітьми Замовника) умов даного Договору, в тому числі умов Додатків до нього.

3.3.Виконавець не несе відповідальності перед Замовником за невиконання або неналежне виконання зобов'язань за цим Договором, якщо воно виникло внаслідок дії форс-мажорних обставин, як то: пожежі, стихійне лихо, військові дії, громадські заворушення, епідемії, блокади, страйки, землетруси, повені, а також внаслідок рішень чи приписів органів державної влади та місцевого самоврядування, внаслідок яких на сторони покладатимуться додаткові обов'язки чи встановлюватимуться додаткові обмеження і які роблять неможливим подальше повне чи часткове виконання Договору, а також інші дії чи події, що існують поза волею Сторін тощо.

3.4.Спори і суперечки, що виникають під час реалізації цього договору, будуть вирішуватись шляхом переговорів.

3.5.У випадку неможливості дійти згоди між сторонами їх суперечки вирішуються в судовому порядку відповідно до вимог чинного законодавства України.

4. ЗАКЛЮЧНІ ПОЛОЖЕННЯ

4.1.Договір є публічним і безстроковим та діє до його припинення будь-якою зі Сторін у порядку, встановленому цим Договором або чинним законодавством.

4.2.Виконавець самостійно та на виконання вимог чинного законодавства України визначає умови Договору. Виконавець самостійно має право змінити умови Договору з обов’язковим повідомленням про це Замовників на своєму Вебсайті. При цьому Виконавець гарантує та підтверджує, що розміщена на Вебсайті Виконавця поточна редакція тексту цього Договору та додатків до нього, включаючи правила надання та отримання Послуг за даним Договором, є дійсною. Продовження користування Послугами свідчить про згоду Замовника зі змінами, внесеними до Договору. 4.3.Виконавець має право припинити дію цього Договору в односторонньому порядку, попередивши Замовника шляхом розміщення оголошення про це на своєму Веб-сайті не пізніше ніж за 15 (п'ятнадцять) календарних днів до такого припинення.

4.4.У випадку припинення дії цього Договору у порядку, передбаченому п. 4.3 Договору, Виконавець не звільняється від обов’язку надати Послуги всім Замовникам, які вже підписали заяви-приєднання та внесли оплату за Послуги до відповідного оприлюднення повідомлення про припинення дії цього Договору.

4.5.Всі повідомлення в зв'язку з виконанням цього Договору здійснюються шляхом оприлюднення інформації на Веб-сайті Виконавця.

4.6.Оформивши (підписавши) заяву-приєднання до Договору, відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» Замовник надає згоду на обробку своїх персональних даних уповноваженим особам Виконавця, а також третім особам, за умови, що зазначені дані необхідні (потрібні) для виконання умов цього Договору.

5. Термін дії договору

5.1. Договір набирає чинності 15.03.2022, з моменту підписання сторонами і діє до «30» Листопад 2022 р.

6. РЕКВІЗИТИ ВИКОНАВЦЯ ТОВ «Каретний двір»

од ЄДРПОУ 36124819

Юридична адреса: 03680, м. Київ,

вул. Довженка 3

IBAN: UA 24 320649 00000 26000052682004

в АТ КБ «Приватбанк», МФО 320649 Платник єдиного податку (3 група)

Не платник ПДВ

Юридична адреса: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Поштова/фактична адреса: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

код за ЄДРПОУ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

рах. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ в

\_\_назва банку\_\_\_\_\_, м. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

МФО \_\_\_\_\_\_\_\_\_

св. пл. ПДВ/витяг з реєстру пл. ПДВ № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ін. под. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

За Замовника: За Виконавця:

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

(підпис) П.І.Б.

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

(підпис) П.І.Б.

Додаток Ж

ДОГОВІР №

про надання послуг

м. Львів «15» Березня 2022 р.

Товариство з обмеженою відповідальністю «Розумна Йога» Філіпова Маргарита Сергіївна, далі – «Виконавець», в особі, який(-а) діє на підставі (документ, що посвідчує повноваження особи), з однієї сторони, та

Публічне акціонерне товариство «Престиж Тур», Власюка Олександра Олександровича – «Замовник», в особі (посада, ПІБ уповноваженої особи), який(-а) діє на підставі (документ, що посвідчує повноваження особи), з іншої сторони, разом іменовані – «Сторони», а кожна окремо – «Сторона», уклали цей Договір про наступне:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1. У порядку та на умовах, визначених цим Договором, Виконавець зобов’язується надати Замовнику послуги, визначені в Додатку до цього Договору (далі – «Послуги»), а Замовник зобов’язується прийняти та оплатити надані Послуги.

1.2. Перелік, строки виконання Послуг, а також їх вартість за взаємною згодою Сторін можуть коригуватися в процесі надання Послуг шляхом оформлення Сторонами додаткових угод до цього Договору.

2. ПРАВА ТА ОБОВ’ЯЗКИ СТОРІН

2.1. Замовник має право:

2.1.1. У будь-який час перевіряти хід, якість, вартість та обсяг надання Послуг, не втручаючись при цьому в господарську діяльність Виконавця.

2.1.2. У будь-який момент давати Виконавцю вказівки та пропозиції з приводу надання Послуг, які є обов‘язковими для виконання.

2.1.3. Якщо при прийманні-передачі Послуг виявляються недоліки (дефекти), Замовник має право не приймати такі Послуги до усунення недоліків.

2.1.4. Якщо Виконавець відступив від умов цього Договору, що погіршило якість Послуг або допустив інші недоліки, вимагати безоплатного виправлення цих недоліків у визначений Замовником строк або виправити їх за свій рахунок з правом на відшкодування понесених витрат чи відповідного зменшення плати за Послуги.

2.1.5. Вимагати відшкодування завданих йому збитків, зумовлених порушенням цього Договору, якщо цим Договором або законом не передбачено інше.

2.1.6. Замовник має інші права, визначені чинним законодавством України та цим Договором.

2.2. Замовник зобов’язаний:

2.2.1. Вчасно та у повному обсязі здійснювати оплату вартості належним чином наданих Виконавцем і прийнятих Замовником Послуг у порядку, передбаченому цим Договором.

2.2.2. При необхідності сприяти Виконавцю у наданні Послуг.

2.2.3. Приймати надані Послуги відповідно до умов цього Договору і в разі виявлення допущених відхилень від умов Договору або інших недоліків наданих Послуг негайно заявити про них Виконавцю.

2.3. Виконавець має право:

2.3.1. Вимагати від Замовника оплатити Послуги, надані відповідно до умов цього Договору належним чином та у визначені строки.

2.3.2. Вимагати від Замовника підписання в установленому порядку документів про виконання цього Договору у випадку, коли Послуги надані відповідно до умов, визначених цим Договором.

2.3.3. Виконавець має інші права, що передбачені чинним законодавством України та цим Договором.

2.4. Виконавець зобов’язаний:

2.4.1. Якісно, своєчасно та у повному обсязі надавати Замовнику Послуги, передбачені цим Договором.

2.4.2. Повідомляти Замовника про всі обставини, які можуть негативно впливати на якість Послуг.

2.4.3. На запит Замовника надавати останньому будь-яку інформацію про хід виконання цього Договору протягом 1 (одного) робочого дня з моменту отримання від Замовника відповідного запиту.

2.4.4. Вживати заходів для збереження майна, переданого Замовником.

2.4.5. Забезпечити ведення та передачу Замовнику в установленому порядку документів про виконання цього Договору.

2.4.6. Оформляти належним чином та своєчасно надавати Замовнику всі документи, передбачені цим Договором та/або чинним законодавством України.

2.4.7. Своєчасно та за власний рахунок усувати недоліки Послуг.

2.4.8. Відшкодувати відповідно до чинного законодавства та цього Договору завдані Замовнику збитки.

2.4.9. Інформувати в установленому порядку Замовника про хід виконання зобов'язань за Договором, обставини, що перешкоджають його виконанню, а також про заходи, необхідні для їх усунення.

2.4.10. Реєструвати в Єдиному реєстрі податкових накладних відповідно до вимог Податкового кодексу України відповідну податкову накладну.

2.4.11. Виконавець має інші права та обов’язки, визначені цим Договором та чинним законодавством.

3. ВАРТІСТЬ ПОСЛУГ. УМОВИ ТА ПОРЯДОК ЗДІЙСНЕННЯ РОЗРАХУНКІВ

3.1. Загальна вартість Послуг по цьому Договору становить, у тому числі ПДВ.

3.2. Ціни на Послуги встановлюється відповідно до Додатку № до цього Договору.

3.3. Оплата вартості Послуг здійснюється після отримання Замовником примірника належним чином підписаного Сторонами оригіналу Договору у такому порядку:.

3.4. Всі суми, що підлягають сплаті за цим Договором, здійснюються в національній валюті України, в безготівковій формі на банківські рахунки Сторін, що зазначені у цьому Договорі.

3.5. Сторони повідомляють одна одну про зміну своїх реквізитів протягом 20 (двадцяти) календарних днів з дати виникнення відповідних змін, але у будь-якому випадку Сторона, що є одержувачем грошових коштів, має повідомити Сторону платника про зміну своїх банківських реквізитів не пізніше ніж за 5 (п‘ять) банківських днів до запланованого отримання грошових коштів.

4. СТРОКИ НАДАННЯ ПОСЛУГ

4.1. Виконання Послуг здійснюється згідно з Додатком. У Додатку відображається вид, обсяг Послуг, строк їх виконання, а також гарантійний строк експлуатації результату цих Послуг. Такий Додаток підписується уповноваженими представниками Сторін.

5. ПОРЯДОК ПРИЙМАННЯ НАДАНИХ ПОСЛУГ

5.1. Фактом, що підтверджує передачу Виконавцем та приймання Замовником наданих у повному обсязі Послуг за цим Договором, є підписання Сторонами Акту приймання-передачі наданих Послуг (далі - Акт), який датується останнім днем надання Послуг.

Акт складається Виконавцем в 2 (двох) оригінальних примірниках, які мають бути підписані, скріплені печаткою Виконавця та надані Замовнику не пізніше 2 (двох) робочих днів з дати підписання.

5.2. Замовник зобов’язаний протягом 5 (п’яти) робочих днів з дати одержання від Виконавця відповідного Акту, підписати його або направити Виконавцю письмову відмову від прийняття наданих Послуг та підписання Акту, із зазначенням переліку зауважень та виявлених недоліків у наданих Послугах та/або викладенням обставин, які унеможливлюють підписання Акту. У своїй мотивованій відмові Замовник має право визначити строк для усунення зазначених ним недоліків. При цьому визначений Замовником строк є обов’язковим для Виконавця.

5.3. Якщо Виконавець не усуне повністю та/або у строк, визначений Замовником або повідомить Замовника про неможливість усунення недоліків, визначених Замовником у відмові, та/або неможливості їх усунення у строк, що визначається згідно з п. 5.2 цього Договору, Замовник має право прийняти надані фактично Послуги, але у такому випадку вартість наданих Послуг зменшується та визначається Замовником з урахуванням недоліків у наданих Послугах.

5.4. Якщо надання Послуг Виконавцем внаслідок їх прострочення/неналежної якості часткового надання втратило інтерес для Замовника, Замовник має право розірвати цей Договір та вимагати від Виконавця відшкодування завданих збитків.

5.5. Замовник має право не підписувати Акт до моменту усунення Виконавцем недоліків та не оплачувати неякісно надані Послуги.

6. ГАРАНТІЙНІ СТРОКИ ТА ЗОБОВ’ЯЗАННЯ

6.1. Замовник гарантує, що Послуги будуть надаватися професійно підготовленим персоналом відповідно до всіх вимог цього Договору

6.2. Строк гарантії в кожному окремому випадку надання Послуги зазначається в Додатку, який підписується обома Сторонами за цим Договором. Гарантія якості поширюється на все, що становить результат наданих Послуг.

6.3. Виконавець зобов’язаний усунути за письмовою вимогою Замовника і за свій рахунок недоліки наданих Послуг, що виявлені протягом гарантійного строку.

7. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

7.1. За невиконання або неналежне виконання цього Договору Сторони несуть відповідальність у порядку та на умовах, що передбачені чинним законодавством України та цим Договором.

7.2. При виконанні цього Договору Виконавець зобов'язаний своєчасно та правильно, із зазначенням податкових реквізитів Замовника, виписувати та реєструвати податкові накладні відповідно до вимог Податкового кодексу України. У випадку, якщо прострочення реєстрації податкової накладної/розрахунку коригування до податкової накладної в Єдиному реєстрі податкових накладних перевищує граничний строк реєстрації, визначений законодавством, Виконавець сплачує на користь Замовника штраф у розмірі, еквівалентному сумі податку на додану вартість, що відображена або мала би бути відображена в податковій накладній/розрахунку коригування.

7.3. У разі неналежного виконання Виконавцем зобов’язання щодо своєчасного та правильного складання і реєстрації податкових накладних відповідно до вимог Податкового кодексу України та застосування у зв'язку з цим контролюючими органами штрафних (фінансових) санкцій до Замовника, Виконавець компенсує (відшкодовує) Замовнику понесені внаслідок застосування санкцій витрати, що розраховуються за такою формулою:

Компенсація = ПК + ФС, де:

ПК - сума податкового кредиту з ПДВ, яким не зміг скористатись Замовник у зв'язку з невиконанням Виконавцем своїх обов'язків згідно з цим пунктом Договору;

ФС - сума фінансових санкцій, які підлягають застосуванню до Замовника внаслідок невиконання Виконавцем своїх обов'язків згідно з цим пунктом Договору.

Зазначена сума компенсації (відшкодування) підлягає перерахуванню на банківський рахунок Замовника в строк не пізніше 10 (десяти) банківських днів з дня отримання Виконавцем від Замовника розрахунку суми компенсації (відшкодування) та доказів застосування до Замовника штрафних (фінансових) санкцій контролюючими органами.

7.4. Виконавець усуває за свій рахунок недоліки, виявлені в ході їх приймання та протягом гарантійного строку.

7.5. При порушенні строків надання Послуг Виконавець на вимогу Замовника сплачує йому штраф у розмірі 10 % від договірної ціни.

7.6. Сторони, керуючись приписами ст. 536 Цивільного кодексу України, погодили, що за користування чужими грошовими коштами боржник зобов'язаний сплачувати проценти за весь період користування чужими грошовими коштами у розмірі подвійної облікової ставки НБУ, яка діяла в період, за який нараховуються проценти. При цьому періодом користування чужими грошовими коштами для цілей цього пункту цього Договору визнається проміжок часу, що починається з першого дня прострочення виконання боржником свого обов’язку передати грошові кошти за цим Договором і закінчується у день повного виконання ним цього обов’язку. Проценти за користування чужими грошовими коштами нараховуються на суму невиконаного або несвоєчасно виконаного боржником обов’язку передати грошові кошти за цим Договором.

7.7. У разі несвоєчасної або неповної оплати Послуг відповідно до п. 3.3. цього Договору Замовник несе відповідальність, передбачену ст. 625 Цивільного кодексу України.

7.8. Сплата неустойки не звільняє Сторони від виконання своїх зобов’язань за цим Договором у повному обсязі.

8. ОБСТАВИНИ, ЩО ВИКЛЮЧАЮТЬ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

8.1. Сторона, яка порушила зобов'язання за цим Договором, звільняється від відповідальності за порушення зобов'язання за цим Договором, якщо це порушення сталося внаслідок обставин форс-мажору (непереборної сили). Обставинами форс-мажору (обставинами непереборної сили) є надзвичайні та невідворотні обставини, перелік яких наведений у ч. 2 ст. 14-1 Закону України "Про торгово-промислові палати в Україні", що об’єктивно унеможливлюють виконання зобов’язань, передбачених умовами цього Договору. Звільнення від відповідальності за цим положенням застосовується з моменту, коли непереборна сила стала причиною порушення зобов'язання та до моменту, коли непереборна сила припинила перешкоджати виконанню обов'язку.

8.2. Сторона, виконанню зобов'язань за цим Договором якої перешкоджають обставини форс-мажору, повинна не пізніше 7 (семи) календарних днів повідомити іншу Сторону про початок та припинення дії таких обставин на виконання обов'язків за цим Договором.

8.3. Сторона, яка посилається на обставини форс-мажору, повинна довести наявність таких обставин. Належним доказом наявності таких обставин і їх тривалості є документи, видані Торгово-Промисловою палатою України (регіональною палатою), іншими відповідними органами чи організаціями в Україні, уповноваженими посвідчувати відповідні факти.

8.4. Якщо форс-мажорні обставини тривають більше 1 (одного) місяця будь-яка зі Сторін має право відмовитися від подальшого виконання Договору (відповідного Додатку) за умови попереднього письмового повідомлення іншої Сторони не пізніше ніж за 10 (десять) днів до дати припинення Договору (скасування Додатку). У такому випадку Сторони повинні здійснити відповідний взаєморозрахунок згідно з умовами цього Договору за фактично передані Послуги.

8.5. Грошові кошти, перераховані згідно з цим Договором за виконання зобов’язань, невиконаних у зв’язку з наявністю обставин форс-мажору, мають бути повернуті Замовнику протягом 5 (п’яти) банківських днів з дати дострокового розірвання цього Договору.

9. ПРАВО, ЩО ЗАСТОСОВУЄТЬСЯ. ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

9.1. Цей Договір підлягає регулюванню та тлумачиться відповідно до чинного законодавства України.

9.2. Спори, що прямо чи опосередковано стосуються та випливають з цього Договору, які передані на врегулювання до суду, вирішуються у судовому порядку відповідно до чинного законодавства України.

10. КОНФІДЕНЦІЙНІСТЬ

10.1. Сторони домовились, що для цілей цього Договору «конфіденційна інформація» означає будь-які дані або інформацію (що не є публічною (загальнодоступною) інформацією, що випливає або пов’язана з цим Договором, включаючи існування цього Договору, будь-яку інформацію, якою Сторони обмінялись або яку будь-яка Сторона отримала відповідно до та/або у зв’язку з цим Договором, а також інформація, яку будь-яка зі Сторін вважає конфіденційною, про що повідомляє іншу Сторону.

10.2. Сторони зобов’язуються зберігати конфіденційність та не розкривати і не розголошувати конфіденційну інформацію, за виключенням попередньої письмової згоди іншої Сторони, а також випадків, коли конфіденційна інформація підлягає розкриттю відповідно до чинного законодавства, а також для виконання цього Договору.

10.3. Сторони погоджуються, що в разі порушення цього положення про конфіденційність однією зі Сторін, інша Сторона матиме право на вжиття заходів забезпечення з метою припинення розголошення та/або розкриття будь-якої конфіденційної інформації. Крім заходів забезпечення така Сторона має право на інші способи захисту свого порушеного права, а також на відшкодування витрат, включаючи послуги адвоката (які мають бути співрозмірними з огляду на розумну необхідність судових витрат), яких така Сторона зазнала в рамках провадження щодо порушення цього положення.

10.4. Сторони також погоджуються, що в разі порушення цього положення про конфіденційність однією зі Сторін, інша Сторона матиме право на відшкодування збитків.

11. ПОВІДОМЛЕННЯ

11.1. Усі повідомлення, запити, вимоги або будь-яка інша кореспонденція за цим Договором виконуються в письмовій формі українською мовою та доставляються кур’єром або поштовим відправленням та для зручності можуть дублюватися електронним (факсимільним) зв’язком відповідній Стороні (надалі - «Повідомлення») за такими адресами:

11.1.1. Якщо направляється Замовнику:

вул. \_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_, \_\_\_\_\_, м. \_\_\_\_\_\_\_\_

e-mail: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

До уваги: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

11.1.2. Якщо направляється Виконавцю:

вул. \_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_, \_\_\_\_\_, м. \_\_\_\_\_\_\_\_

e-mail: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

До уваги: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

11.2. У випадку зміни реквізитів, зазначених у цьому розділі, відповідна Сторона зобов’язана повідомити їх іншій Стороні у строк не пізніше 3-х календарних днів з дати, коли відбулася така зміна. Сторона не несе відповідальності за виконання будь-якого обов’язку за реквізитами, що були змінені, але на момент такого виконання не були повідомлені такій Стороні.

12. СТРОК ДІЇ ДОГОВОРУ. ПРИПИНЕННЯ

12.1. Договір набирає чинності 15.03.2022, з моменту підписання сторонами і діє до «30» Листопад 2022 р.

12.2. Цей Договір набирає чинності з моменту його підписання Сторонами і діє до повного виконання Сторонами своїх зобов'язань за цим Договором чи його розірвання.

12.2. Продовження строку дії цього Договору здійснюється за згодою Сторін, шляхом підписання додаткової угоди до цього Договору.

13. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

13.1. З дати набрання чинності цим Договором усі попередні усні та письмові домовленості Сторін щодо всіх істотних умов цього Договору втрачають свою чинність.

13.2. Зобов’язання за цим Договором будуть обов’язковими та матимуть юридичну силу по відношенню до правонаступників Сторін.

13.3. Ніякі зміни або доповнення до цього Договору чи будь-яких угод, пов’язаних з цим Договором, не будуть дійсними до тих пір, доки вони не будуть складені в письмовій формі, українською мовою та належним чином підписані Сторонами.

13.4. Будь-які зміни та доповнення до цього Договору, виконані у відповідності до цього Договору, складають його невід’ємні частини.

13.5. Жодна зі Сторін цього Договору не має права передавати третім особам свої права та/або обов'язки за цим Договором без попередньої письмової згоди іншої Сторони. Договір відступлення права вимоги, укладений без такої попередньої письмової згоди, вважається недійсним.

13.6. Виконавець протягом 7 (семи) робочих днів з моменту отримання для підписання цього Договору має повернути належним чином підписаний зі своєї Сторони примірник цього Договору Замовнику.

Якщо, протягом 20 (двадцяти) календарних днів з дати направлення Виконавцю для підписання цього Договору, Замовник не отримав оригінал підписаного Сторонами Договору, то Сторони звільняються від виконання зобов’язань за цим Договором.

13.7. Сторони домовились, що відповідно до ч. 3 ст. 207 Цивільного кодексу України цей Договір, а також пов’язані з ним додаткові угоди, додатки, акти, рахунки, накладні, повідомлення, вимоги, претензії, листи та інші документи Замовник може підписувати за допомогою факсимільного відтворення підпису особи уповноваженої на підписання цього Договору. На вимогу Виконавця Замовник може надавати зразки відповідного аналога власноручного підпису особи, уповноваженої на підписання цього Договору.

13.8. Сторони домовились, що позовна давність за цим Договором стосовно оплати, якості Послуг, стягнення неустойки встановлюється тривалістю в три роки.

13.9. Сторони підтверджують, що Замовник і Виконавець за цим Договором є платниками податків відповідно до Податкового кодексу України.

13.10. Сторони зобов'язуються письмово повідомляти одна одну у випадку прийняття рішення про ліквідацію, реорганізацію або банкрутство однієї зі Сторін у строк не пізніше 3-х календарних днів із дати прийняття такого рішення.

13.11. Будь-які заголовки, використані в розділах і пунктах Договору, не несуть окремого юридичного значення і використані в цьому Договорі лише для зручності.

13.12. Цей Договір складений при повному розумінні Сторонами його умов та термінології, українською мовою, у двох автентичних примірниках, які мають однакову юридичну силу, – по одному для кожної зі Сторін.

14. ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ І РЕКВІЗИТИ СТОРІН

ЗАМОВНИК: ВИКОНАВЕЦЬ:

ПАТ «Розумна Йога»:

04053, м.Львів,

пров. Несторівський, 3-5

код за ЄДРПОУ 00135390

рах. № 26008010005562 в

ПАТ «Престижм» м . Львів

МФО 328209

св. пл. ПДВ № 100332806

ін. под. № 001353926654

Юридична адреса: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Поштова/фактична адреса: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

код за ЄДРПОУ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

рах. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ в

\_\_назва банку\_\_\_\_\_, м. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

МФО \_\_\_\_\_\_\_\_\_

св. пл. ПДВ/витяг з реєстру пл. ПДВ № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ін. под. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

За Замовника: За Виконавця:

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

(підпис) П.І.Б.

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

(підпис) П.І.Б.

Додаток З

ДОГОВІР №

про надання туристичних послуг

м. Тернопіль «15» Березня 2022 р.

Престиж Тур (повне найменування юридичної особи або фізичної особи - підприємця), далі – «Виконавець», в особі Власюка Олександра Олександровича (посада, ПІБ уповноваженої особи), який(-а) діє на підставі (документ, що посвідчує повноваження особи), з однієї сторони, та

Публічне акціонерне товариство «Престиж Тур», далі – «Замовник», в особі \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (посада, ПІБ уповноваженої особи), який(-а) діє на підставі \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (документ, що посвідчує повноваження особи), з іншої сторони, разом іменовані – «Сторони», а кожна окремо – «Сторона», уклали цей Договір про наступне:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1. У порядку та на умовах, визначених цим Договором, Виконавець зобов’язується надати Замовнику послуги, визначені в Додатку до цього Договору (далі – «Послуги»), а Замовник зобов’язується прийняти та оплатити надані Послуги.

1.2. Перелік, строки виконання Послуг, а також їх вартість за взаємною згодою Сторін можуть коригуватися в процесі надання Послуг шляхом оформлення Сторонами додаткових угод до цього Договору.

2. ПРАВА ТА ОБОВ’ЯЗКИ СТОРІН

2.1. Замовник має право:

2.1.1. У будь-який час перевіряти хід, якість, вартість та обсяг надання Послуг, не втручаючись при цьому в господарську діяльність Виконавця.

2.1.2. У будь-який момент давати Виконавцю вказівки та пропозиції з приводу надання Послуг, які є обов‘язковими для виконання.

2.1.3. Якщо при прийманні-передачі Послуг виявляються недоліки (дефекти), Замовник має право не приймати такі Послуги до усунення недоліків.

2.1.4. Якщо Виконавець відступив від умов цього Договору, що погіршило якість Послуг або допустив інші недоліки, вимагати безоплатного виправлення цих недоліків у визначений Замовником строк або виправити їх за свій рахунок з правом на відшкодування понесених витрат чи відповідного зменшення плати за Послуги.

2.1.5. Вимагати відшкодування завданих йому збитків, зумовлених порушенням цього Договору, якщо цим Договором або законом не передбачено інше.

2.1.6. Замовник має інші права, визначені чинним законодавством України та цим Договором.

2.2. Замовник зобов’язаний:

2.2.1. Вчасно та у повному обсязі здійснювати оплату вартості належним чином наданих Виконавцем і прийнятих Замовником Послуг у порядку, передбаченому цим Договором.

2.2.2. При необхідності сприяти Виконавцю у наданні Послуг.

2.2.3. Приймати надані Послуги відповідно до умов цього Договору і в разі виявлення допущених відхилень від умов Договору або інших недоліків наданих Послуг негайно заявити про них Виконавцю.

2.3. Виконавець має право:

2.3.1. Вимагати від Замовника оплатити Послуги, надані відповідно до умов цього Договору належним чином та у визначені строки.

2.3.2. Вимагати від Замовника підписання в установленому порядку документів про виконання цього Договору у випадку, коли Послуги надані відповідно до умов, визначених цим Договором.

2.3.3. Виконавець має інші права, що передбачені чинним законодавством України та цим Договором.

2.4. Виконавець зобов’язаний:

2.4.1. Якісно, своєчасно та у повному обсязі надавати Замовнику Послуги, передбачені цим Договором.

2.4.2. Повідомляти Замовника про всі обставини, які можуть негативно впливати на якість Послуг.

2.4.3. На запит Замовника надавати останньому будь-яку інформацію про хід виконання цього Договору протягом 1 (одного) робочого дня з моменту отримання від Замовника відповідного запиту.

2.4.4. Вживати заходів для збереження майна, переданого Замовником.

2.4.5. Забезпечити ведення та передачу Замовнику в установленому порядку документів про виконання цього Договору.

2.4.6. Оформляти належним чином та своєчасно надавати Замовнику всі документи, передбачені цим Договором та/або чинним законодавством України.

2.4.7. Своєчасно та за власний рахунок усувати недоліки Послуг.

2.4.8. Відшкодувати відповідно до чинного законодавства та цього Договору завдані Замовнику збитки.

2.4.9. Інформувати в установленому порядку Замовника про хід виконання зобов'язань за Договором, обставини, що перешкоджають його виконанню, а також про заходи, необхідні для їх усунення.

2.4.10. Реєструвати в Єдиному реєстрі податкових накладних відповідно до вимог Податкового кодексу України відповідну податкову накладну.

2.4.11. Виконавець має інші права та обов’язки, визначені цим Договором та чинним законодавством.

3. ВАРТІСТЬ ПОСЛУГ. УМОВИ ТА ПОРЯДОК ЗДІЙСНЕННЯ РОЗРАХУНКІВ

3.1. Загальна вартість Послуг по цьому Договору становить \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, у тому числі ПДВ.

3.2. Ціни на Послуги встановлюється відповідно до Додатку № \_\_\_\_\_\_\_ до цього Договору.

3.3. Оплата вартості Послуг здійснюється після отримання Замовником примірника належним чином підписаного Сторонами оригіналу Договору у такому порядку: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

3.4. Всі суми, що підлягають сплаті за цим Договором, здійснюються в національній валюті України, в безготівковій формі на банківські рахунки Сторін, що зазначені у цьому Договорі.

3.5. Сторони повідомляють одна одну про зміну своїх реквізитів протягом 20 (двадцяти) календарних днів з дати виникнення відповідних змін, але у будь-якому випадку Сторона, що є одержувачем грошових коштів, має повідомити Сторону платника про зміну своїх банківських реквізитів не пізніше ніж за 5 (п‘ять) банківських днів до запланованого отримання грошових коштів.

4. СТРОКИ НАДАННЯ ПОСЛУГ

4.1. Виконання Послуг здійснюється згідно з Додатком. У Додатку відображається вид, обсяг Послуг, строк їх виконання, а також гарантійний строк експлуатації результату цих Послуг. Такий Додаток підписується уповноваженими представниками Сторін.

5. ПОРЯДОК ПРИЙМАННЯ НАДАНИХ ПОСЛУГ

5.1. Фактом, що підтверджує передачу Виконавцем та приймання Замовником наданих у повному обсязі Послуг за цим Договором, є підписання Сторонами Акту приймання-передачі наданих Послуг (далі - Акт), який датується останнім днем надання Послуг.

Акт складається Виконавцем в 2 (двох) оригінальних примірниках, які мають бути підписані, скріплені печаткою Виконавця та надані Замовнику не пізніше 2 (двох) робочих днів з дати підписання.

5.2. Замовник зобов’язаний протягом 5 (п’яти) робочих днів з дати одержання від Виконавця відповідного Акту, підписати його або направити Виконавцю письмову відмову від прийняття наданих Послуг та підписання Акту, із зазначенням переліку зауважень та виявлених недоліків у наданих Послугах та/або викладенням обставин, які унеможливлюють підписання Акту. У своїй мотивованій відмові Замовник має право визначити строк для усунення зазначених ним недоліків. При цьому визначений Замовником строк є обов’язковим для Виконавця.

5.3. Якщо Виконавець не усуне повністю та/або у строк, визначений Замовником або повідомить Замовника про неможливість усунення недоліків, визначених Замовником у відмові, та/або неможливості їх усунення у строк, що визначається згідно з п. 5.2 цього Договору, Замовник має право прийняти надані фактично Послуги, але у такому випадку вартість наданих Послуг зменшується та визначається Замовником з урахуванням недоліків у наданих Послугах.

5.4. Якщо надання Послуг Виконавцем внаслідок їх прострочення/неналежної якості часткового надання втратило інтерес для Замовника, Замовник має право розірвати цей Договір та вимагати від Виконавця відшкодування завданих збитків.

5.5. Замовник має право не підписувати Акт до моменту усунення Виконавцем недоліків та не оплачувати неякісно надані Послуги.

6. ГАРАНТІЙНІ СТРОКИ ТА ЗОБОВ’ЯЗАННЯ

6.1. Замовник гарантує, що Послуги будуть надаватися професійно підготовленим персоналом відповідно до всіх вимог цього Договору

6.2. Строк гарантії в кожному окремому випадку надання Послуги зазначається в Додатку, який підписується обома Сторонами за цим Договором. Гарантія якості поширюється на все, що становить результат наданих Послуг.

6.3. Виконавець зобов’язаний усунути за письмовою вимогою Замовника і за свій рахунок недоліки наданих Послуг, що виявлені протягом гарантійного строку.

7. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

7.1. За невиконання або неналежне виконання цього Договору Сторони несуть відповідальність у порядку та на умовах, що передбачені чинним законодавством України та цим Договором.

7.2. При виконанні цього Договору Виконавець зобов'язаний своєчасно та правильно, із зазначенням податкових реквізитів Замовника, виписувати та реєструвати податкові накладні відповідно до вимог Податкового кодексу України. У випадку, якщо прострочення реєстрації податкової накладної/розрахунку коригування до податкової накладної в Єдиному реєстрі податкових накладних перевищує граничний строк реєстрації, визначений законодавством, Виконавець сплачує на користь Замовника штраф у розмірі, еквівалентному сумі податку на додану вартість, що відображена або мала би бути відображена в податковій накладній/розрахунку коригування.

7.3. У разі неналежного виконання Виконавцем зобов’язання щодо своєчасного та правильного складання і реєстрації податкових накладних відповідно до вимог Податкового кодексу України та застосування у зв'язку з цим контролюючими органами штрафних (фінансових) санкцій до Замовника, Виконавець компенсує (відшкодовує) Замовнику понесені внаслідок застосування санкцій витрати, що розраховуються за такою формулою:

Компенсація = ПК + ФС, де:

ПК - сума податкового кредиту з ПДВ, яким не зміг скористатись Замовник у зв'язку з невиконанням Виконавцем своїх обов'язків згідно з цим пунктом Договору;

ФС - сума фінансових санкцій, які підлягають застосуванню до Замовника внаслідок невиконання Виконавцем своїх обов'язків згідно з цим пунктом Договору.

Зазначена сума компенсації (відшкодування) підлягає перерахуванню на банківський рахунок Замовника в строк не пізніше 10 (десяти) банківських днів з дня отримання Виконавцем від Замовника розрахунку суми компенсації (відшкодування) та доказів застосування до Замовника штрафних (фінансових) санкцій контролюючими органами.

7.4. Виконавець усуває за свій рахунок недоліки, виявлені в ході їх приймання та протягом гарантійного строку.

7.5. При порушенні строків надання Послуг Виконавець на вимогу Замовника сплачує йому штраф у розмірі 10 % від договірної ціни.

7.6. Сторони, керуючись приписами ст. 536 Цивільного кодексу України, погодили, що за користування чужими грошовими коштами боржник зобов'язаний сплачувати проценти за весь період користування чужими грошовими коштами у розмірі подвійної облікової ставки НБУ, яка діяла в період, за який нараховуються проценти. При цьому періодом користування чужими грошовими коштами для цілей цього пункту цього Договору визнається проміжок часу, що починається з першого дня прострочення виконання боржником свого обов’язку передати грошові кошти за цим Договором і закінчується у день повного виконання ним цього обов’язку. Проценти за користування чужими грошовими коштами нараховуються на суму невиконаного або несвоєчасно виконаного боржником обов’язку передати грошові кошти за цим Договором.

7.7. У разі несвоєчасної або неповної оплати Послуг відповідно до п. 3.3. цього Договору Замовник несе відповідальність, передбачену ст. 625 Цивільного кодексу України.

7.8. Сплата неустойки не звільняє Сторони від виконання своїх зобов’язань за цим Договором у повному обсязі.

8. ОБСТАВИНИ, ЩО ВИКЛЮЧАЮТЬ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

8.1. Сторона, яка порушила зобов'язання за цим Договором, звільняється від відповідальності за порушення зобов'язання за цим Договором, якщо це порушення сталося внаслідок обставин форс-мажору (непереборної сили). Обставинами форс-мажору (обставинами непереборної сили) є надзвичайні та невідворотні обставини, перелік яких наведений у ч. 2 ст. 14-1 Закону України "Про торгово-промислові палати в Україні", що об’єктивно унеможливлюють виконання зобов’язань, передбачених умовами цього Договору. Звільнення від відповідальності за цим положенням застосовується з моменту, коли непереборна сила стала причиною порушення зобов'язання та до моменту, коли непереборна сила припинила перешкоджати виконанню обов'язку.

8.2. Сторона, виконанню зобов'язань за цим Договором якої перешкоджають обставини форс-мажору, повинна не пізніше 7 (семи) календарних днів повідомити іншу Сторону про початок та припинення дії таких обставин на виконання обов'язків за цим Договором.

8.3. Сторона, яка посилається на обставини форс-мажору, повинна довести наявність таких обставин. Належним доказом наявності таких обставин і їх тривалості є документи, видані Торгово-Промисловою палатою України (регіональною палатою), іншими відповідними органами чи організаціями в Україні, уповноваженими посвідчувати відповідні факти.

8.4. Якщо форс-мажорні обставини тривають більше 1 (одного) місяця будь-яка зі Сторін має право відмовитися від подальшого виконання Договору (відповідного Додатку) за умови попереднього письмового повідомлення іншої Сторони не пізніше ніж за 10 (десять) днів до дати припинення Договору (скасування Додатку). У такому випадку Сторони повинні здійснити відповідний взаєморозрахунок згідно з умовами цього Договору за фактично передані Послуги.

8.5. Грошові кошти, перераховані згідно з цим Договором за виконання зобов’язань, невиконаних у зв’язку з наявністю обставин форс-мажору, мають бути повернуті Замовнику протягом 5 (п’яти) банківських днів з дати дострокового розірвання цього Договору.

9. ПРАВО, ЩО ЗАСТОСОВУЄТЬСЯ. ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

9.1. Цей Договір підлягає регулюванню та тлумачиться відповідно до чинного законодавства України.

9.2. Спори, що прямо чи опосередковано стосуються та випливають з цього Договору, які передані на врегулювання до суду, вирішуються у судовому порядку відповідно до чинного законодавства України.

10. КОНФІДЕНЦІЙНІСТЬ

10.1. Сторони домовились, що для цілей цього Договору «конфіденційна інформація» означає будь-які дані або інформацію (що не є публічною (загальнодоступною) інформацією, що випливає або пов’язана з цим Договором, включаючи існування цього Договору, будь-яку інформацію, якою Сторони обмінялись або яку будь-яка Сторона отримала відповідно до та/або у зв’язку з цим Договором, а також інформація, яку будь-яка зі Сторін вважає конфіденційною, про що повідомляє іншу Сторону.

10.2. Сторони зобов’язуються зберігати конфіденційність та не розкривати і не розголошувати конфіденційну інформацію, за виключенням попередньої письмової згоди іншої Сторони, а також випадків, коли конфіденційна інформація підлягає розкриттю відповідно до чинного законодавства, а також для виконання цього Договору.

10.3. Сторони погоджуються, що в разі порушення цього положення про конфіденційність однією зі Сторін, інша Сторона матиме право на вжиття заходів забезпечення з метою припинення розголошення та/або розкриття будь-якої конфіденційної інформації. Крім заходів забезпечення така Сторона має право на інші способи захисту свого порушеного права, а також на відшкодування витрат, включаючи послуги адвоката (які мають бути співрозмірними з огляду на розумну необхідність судових витрат), яких така Сторона зазнала в рамках провадження щодо порушення цього положення.

10.4. Сторони також погоджуються, що в разі порушення цього положення про конфіденційність однією зі Сторін, інша Сторона матиме право на відшкодування збитків.

11. ПОВІДОМЛЕННЯ

11.1. Усі повідомлення, запити, вимоги або будь-яка інша кореспонденція за цим Договором виконуються в письмовій формі українською мовою та доставляються кур’єром або поштовим відправленням та для зручності можуть дублюватися електронним (факсимільним) зв’язком відповідній Стороні (надалі - «Повідомлення») за такими адресами:

11.1.1. Якщо направляється Замовнику:

вул. \_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_, \_\_\_\_\_, м. \_\_\_\_\_\_\_\_

e-mail: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

До уваги: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

11.1.2. Якщо направляється Виконавцю:

вул. \_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_, \_\_\_\_\_, м. \_\_\_\_\_\_\_\_

e-mail: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

До уваги: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

11.2. У випадку зміни реквізитів, зазначених у цьому розділі, відповідна Сторона зобов’язана повідомити їх іншій Стороні у строк не пізніше 3-х календарних днів з дати, коли відбулася така зміна. Сторона не несе відповідальності за виконання будь-якого обов’язку за реквізитами, що були змінені, але на момент такого виконання не були повідомлені такій Стороні.

12. СТРОК ДІЇ ДОГОВОРУ. ПРИПИНЕННЯ

12.1. Договір набирає чинності 15.03.2022, з моменту підписання сторонами і діє до «30» Листопад 2022 р.

12.2. Цей Договір набирає чинності з моменту його підписання Сторонами і діє до повного виконання Сторонами своїх зобов'язань за цим Договором чи його розірвання.

12.2. Продовження строку дії цього Договору здійснюється за згодою Сторін, шляхом підписання додаткової угоди до цього Договору.

13. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

13.1. З дати набрання чинності цим Договором усі попередні усні та письмові домовленості Сторін щодо всіх істотних умов цього Договору втрачають свою чинність.

13.2. Зобов’язання за цим Договором будуть обов’язковими та матимуть юридичну силу по відношенню до правонаступників Сторін.

13.3. Ніякі зміни або доповнення до цього Договору чи будь-яких угод, пов’язаних з цим Договором, не будуть дійсними до тих пір, доки вони не будуть складені в письмовій формі, українською мовою та належним чином підписані Сторонами.

13.4. Будь-які зміни та доповнення до цього Договору, виконані у відповідності до цього Договору, складають його невід’ємні частини.

13.5. Жодна зі Сторін цього Договору не має права передавати третім особам свої права та/або обов'язки за цим Договором без попередньої письмової згоди іншої Сторони. Договір відступлення права вимоги, укладений без такої попередньої письмової згоди, вважається недійсним.

13.6. Виконавець протягом 7 (семи) робочих днів з моменту отримання для підписання цього Договору має повернути належним чином підписаний зі своєї Сторони примірник цього Договору Замовнику.

Якщо, протягом 20 (двадцяти) календарних днів з дати направлення Виконавцю для підписання цього Договору, Замовник не отримав оригінал підписаного Сторонами Договору, то Сторони звільняються від виконання зобов’язань за цим Договором.

13.7. Сторони домовились, що відповідно до ч. 3 ст. 207 Цивільного кодексу України цей Договір, а також пов’язані з ним додаткові угоди, додатки, акти, рахунки, накладні, повідомлення, вимоги, претензії, листи та інші документи Замовник може підписувати за допомогою факсимільного відтворення підпису особи уповноваженої на підписання цього Договору. На вимогу Виконавця Замовник може надавати зразки відповідного аналога власноручного підпису особи, уповноваженої на підписання цього Договору.

13.8. Сторони домовились, що позовна давність за цим Договором стосовно оплати, якості Послуг, стягнення неустойки встановлюється тривалістю в три роки.

13.9. Сторони підтверджують, що Замовник і Виконавець за цим Договором є платниками податків відповідно до Податкового кодексу України.

13.10. Сторони зобов'язуються письмово повідомляти одна одну у випадку прийняття рішення про ліквідацію, реорганізацію або банкрутство однієї зі Сторін у строк не пізніше 3-х календарних днів із дати прийняття такого рішення.

13.11. Будь-які заголовки, використані в розділах і пунктах Договору, не несуть окремого юридичного значення і використані в цьому Договорі лише для зручності.

13.12. Цей Договір складений при повному розумінні Сторонами його умов та термінології, українською мовою, у двох автентичних примірниках, які мають однакову юридичну силу, – по одному для кожної зі Сторін.

14. ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ І РЕКВІЗИТИ СТОРІН

ЗАМОВНИК: ВИКОНАВЕЦЬ:

ПАТ «Престиж Тур»:

04053, м. Львів,

пров. Несторівський, 3-5

код за ЄДРПОУ 00135390

рах. № 26008010005562 в

Юридична адреса: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Поштова/фактична адреса: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

код за ЄДРПОУ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

рах. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ в

\_\_назва банку\_\_\_\_\_, м. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

МФО \_\_\_\_\_\_\_\_\_

св. пл. ПДВ/витяг з реєстру пл. ПДВ № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ін. под. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

За Замовника: За Виконавця:

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

(підпис) П.І.Б.

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

(підпис) П.І.Б.

Додаток І

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Туристична фірма  Престиж Тур | Адреса фірми:  6 Героїв Євромайдану площа, Тернопіль, Тернопільська область | Adress:  6 Heroiv Euromaidan square, Ternopil, Ternopil region |
| Тел./факс: [+38 093 838 29 49](tel:+380508382949) | |

ТЕХНОЛОГІЧНА КАРТА

туристської подорожі за маршрутом

«З Карпатами на одинці»

(назва маршруту)

на 2022 р.

1. Основні показники маршруту:

Вид маршруту —Автобусно-пішохідний;

(за конфігурацією маршруту, за формою організації, за видом транспорту)

Термін подорожі (дн./ночівель) — 7 днів/6 ночівель

Число туристів в групі — 10 осіб

Початок обслуговування на маршруті першої групи —15.03.2022 року

Початок обслуговування на маршруті останньої групи —30.11.2022року

Закінчення обслуговування останньої групи —20.11.2022року

Вартість путівки - (може змінюватися в залежності від обраного розміщення)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Місяць року | Кількість туристів в місяць | Графік заїзду туристських груп за датами місяця | Кількість груп в місяць |
| Березень | 70 | 15, 22, 29, | 6 |
| Квітень | 70 | 5, 12, 19, 26, | 6 |
| Травень | 70 | 3, 10, 17, 24, 31, | 6 |
| Червень | 70 | 7, 14, 21, 28, | 6 |
| Липень | 70 | 5, 13, 20, 27, | 6 |
| Серпень | 70 | 4,11, 18, 25, | 6 |
| Вересень | 70 | 1, 8, 15, 22, 29, | 6 |
| Жовтень | 70 | 6, 13, 20, 27, | 6 |
| Листопад | 70 | 3, 10, 17, 24, 30. | 6 |

Адреса туристського підприємства, з якого починається подорож: 6 Героїв Євромайдану площа, Тернопіль, Тернопільська область

1. Програма обслуговування туристів за маршрутом

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Населені пункти, відстань між ними, способи пересування, час прибуття до пункту та виїзду з нього | Найменування туристських підприємств та умови розміщення | Заплановані туристські послуги | Внутрімаршрутні перевезення на маршруті (в місці перебування) здійснюються |
| Львів - Січових Стрільців 2н, Корчин, Львовская область(106 км),  Прибуття: 11:15; | РАНЧО "ЕДЕЛЬВЕЙС"  Номер «Сфера» | Послуги: розміщення | Київська компанія «Євроклуб» (Перевізник) |
| Січових Стрільців 2н, Корчин, Львовская область - річка Стрий (2 км)  Прибуття: 16:00;  Виїзд: 18:00 | РАНЧО "ЕДЕЛЬВЕЙС"  Номер «Сфера» | Послуги:  Спеціальній провідник;  Фотосесія | Пішки |
| Січових Стрільців 2н, Корчин, Львовская область -«Мертве озеро» (8,6 км)  Прибуття: 11:00  Виїзд: 12:00 | РАНЧО "ЕДЕЛЬВЕЙС"  Номер «Сфера» | Послуги:  Прокат велосипедів;  Фотосесія | Вело-прогулянка |
| Січових Стрільців 2н, Корчин, Львовская область – Трускавець вул. Суховоля, 19  Прибуття:15:00;  Виїзд:18:00 | РАНЧО "ЕДЕЛЬВЕЙС"  Номер «Сфера» | Послуги:  Масаж загальний оздоровчий;  Прийом мінеральних вод;  Консультація лікаря.  кисневі пінки, фіто-чай | Київська компанія «Євроклуб» (Перевізник) |
| Січових Стрільців 2н, Корчин, Львовская область - М. Львів, вул. Шевченка 21 (109 км)  Прибуття:11:30;  Виїзд:16:30 | РАНЧО "ЕДЕЛЬВЕЙС"  Номер «Сфера» | Послуги:  Екскурсія,  Дегустація;  Фотосесія | Київська компанія «Євроклуб» (Перевізник) |
| Січових Стрільців 2н, Корчин, Львовская область - Водоспад Гуркало (7,6 км)  Прибуття: 11:30;  Виїзд: 16:30 | РАНЧО "ЕДЕЛЬВЕЙС"  Номер «Сфера» | Послуги:  Спеціальній провідник;  Фотосесія | Пішки |
| Січових Стрільців 2н, Корчин, Львовская область - річка Опір(3 км)  Прибуття: 11:30;  Виїзд:16:30 | РАНЧО "ЕДЕЛЬВЕЙС"  Номер «Сфера» | Послуги:  Спеціальній провідник;  Фотосесія | Пішки |
| Січових Стрільців 2н, Корчин, Львовская область –вул. Винниця, 43, Львів, Львівська область, 79000 (111 км)  Прибуття: 11:30;  Виїзд: 16:30 | РАНЧО "ЕДЕЛЬВЕЙС"  Номер «Сфера» | Послуги:  Спеціальній провідник;  Фотосесія;  Прогулянка на конях | Київська компанія «Євроклуб» (Перевізник);  «Каретний двір» |
| Січових Стрільців 2н, Корчин, Львовская область - водоспад Кам’янка(9 км)  Прибуття: 10:00;  Виїзд:14:30 | РАНЧО "ЕДЕЛЬВЕЙС"  Номер «Сфера» | Послуги:  Спеціальній провідник;  Фотосесія | Пішки |
| На території:  РАНЧО "ЕДЕЛЬВЕЙС" | РАНЧО "ЕДЕЛЬВЕЙС"  Номер «Сфера» | Послуги:  Спеціальній провідник;  Курс йоги ««Баланс-йога» | На території:  РАНЧО "ЕДЕЛЬВЕЙС" |

1. Короткий опис подорожі

Туристі відновлюють та підтримують свій організм, та насолоджуються видами природи.

Керівник туристського підприємства, що обслуговує маршрут:

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

П.І.Б. Підпис

Додаток К

**ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЛИСТОК**

**до путівки туристської подорожі**

«З Карпатами на одинці»

(найменування маршруту)

Інформаційний листок складається за наступним змістом:

1. Обов'язкова інформація:
2. Вид туру: Лікувально-оздоровчий туризм; тип туру: автобусно-пішохідний; тривалість туру: 7 днів/6ночей;
3. Умови розміщення: тип будівлі: сфера; число місць: двомісні номери;
4. Короткий опис району подорожі: особливості рельєфу: галявині серед гір, прилеглий ліс.
5. Перелік послуг, що надаються за додаткову плату: басейн, початкова туристична підготовка, астрономія.
6. У таборі РАНЧО "ЕДЕЛЬВЕЙС"є скеледром, сучасний екстрім-парк, 2 басейни, полігон для стрільби з лука, пневматичні гвинтівки, гончарні круги, слеклайн, ігровий та спортивний інвентар, туристичне спорядження.
7. Адреса туристського підприємства: 6 Героїв Євромайдану площа, Тернопіль, Тернопільська область.

2. Приблизний перелік додаткової інформації:

1. Дуже важливо, щоб батьки довели до відома адміністрації табора та лікаря про особливості здоров’я і харчування дитини.

Додаток Л

ГРАФИК ЗАВАНТАЖЕННЯ

туристичного підприємства

групами туристів З Березня по Листопад 2022p.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер групи туристів | Номер маршруту туристського підприємства | Дати обслуговування | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |
| 1 | 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | Х | Х | Х | Х | Х | Х | Х |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | Х | Х | Х | Х | Х | Х | Х |  |  |  |
| 3 | 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | Х | Х | Х | Х |
| 4 | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | 5 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | 6 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

(Березень)

Додаток М

ЗАЯВКА НА БРОНЮВАННЯ (бланк замовлення)

Дата заявки / зміни:15 Березня 2022року

Офіційна назва: Престиж Тур

Телефони: +380984536373

Адреси: Львівська область

Направлення: Оздоровий

Дата заїзду: з .15.2022 року по 330.11.2022року

Кількість ночей: 6 ночей

Готель: «Едельвейс»

Харчування: у готелі

Розміщення: Двомісний

Тип номеру: Стандарт;

Номер СПО:

Вартість: на групу - 137.040 грн

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | ПІБ туриста | Стать | Дата народження | Паспорт |
| 1 | Степанова Вікторія Андріївна | Жіноча | 01.03.2000 | ЕЛ 884332 |
| 2 | Попова Ірина Сергіївна | Жіноча | 10.02.1984 | ЕН 945275 |
| 3 | Андріїв Іван Степанович | Чоловіча | 05.02.1999 | ЕК 204638 |
| 4 | Арсенова Марія Богданівна | Жіноча | 09.07.1990 | ЕН 006735 |
| 5 | Кім Джексон Андрійович | Чоловіча | 14.12.1988 | ЕК113574 |
| 6 | Мартинова Олена Вікторівна | Жіноча | 05.11.2001 | ЕЛ 986001 |
| 7 | Максименко Антон Данилович | Чоловіча | 16.03.2002 | ЕЛ 125040 |
| 8 | Лиман Анна Едуардівна | Жіноча | 05.06.1973 | ЕН 000678 |
| 9 | Філіпченко Шакир Максимович | Чоловіча | 18.05.1975 | ЕК 061157 |
| 10 | Ковальов Давид Олегович | Чоловіча | 27.10.2003 | ЕЛ 115700 |

Додаток Н

ДОГОВІР №

на надання послуг

М. Львів «15» березня 2019р.

Товариство з обмеженою відповідальністю SPA-салон «Шарель» в особі директора Кривонос Ірини Михайлівни, яка діє на підставі Статуту, надалі іменується «ВИКОНАВЕЦЬ», пропонує необмеженому колу фізичних осіб, будь-якій правоздатній та дієздатній особі Власюка Олександра Олександровича – «Замовник» прийняти (акцептувати) цю пропозицію (публічну оферту) укласти Договір про надання оплатних послуг, згідно зі ст. 633, 634, 641, 642 Цивільного Кодексу України, з метою отримання Послуг на умовах приєднання до цього Договору.

Терміни, які використовуються в договорі:

Публічна пропозиція - пропозиція Виконавця викладена на його офіційному сайті: <http://sharel.com.ua/index.php/ciny/> та розміщена на інформаційних стендах у манежах SPA-салон «Шарель», адресована невизначеному колу фізичних осіб, укласти Договір на вказаних в ній умовах.

Акцепт - повне й беззастережне прийняття Замовником умов Публічної оферти, викладених в цьому Договорі, шляхом надання Виконавцю письмової Заяви про приєднання до Договору та оплати повної вартості Послуг.

Договір – цей Договір, який розміщений на Веб-сайті Виконавця, що регулює взаємні відносини між Виконавцем та Замовником у процесі надання Послуг та згідно з яким SPA-салон «Шарель», як Виконавець, зобов’язується надавати Послуги кожному Замовнику, який до нього звернеться, та встановлює однакові для всіх Клієнтів умови надання цих Послуг, а Замовник зобов’язується своєчасно та у повному обсязі оплачувати їхню вартість та повністю дотримуватись умов цього договору. Договір публічно доводиться до відома усіх Замовників шляхом його розміщення (публікації) на офіційному сайті Виконавця та у куточку споживача в манежах.

Виконавець - SPA-салон «Шарель», реквізити якого зазначено у розділі 6 даного Договору.

Замовник (Клієнт) - правоздатна та дієздатна фізична особа, що прийняла умови Договору та ознайомлена з його умовами разом з усіма додатками, зобов’язується їх дотримуватись та надала згоду на обробку своїх персональних даних.

Заява-приєднання до Договору – розроблений та затверджений Виконавцем письмовий зразок документа, шляхом підписання якого Замовник підтверджує факт прийняття публічної оферти (пропозиції) про приєднання до цього Договору, ознайомлений з його змістом та погоджується з його умовами. У Заяві вказуються дані Замовника: прізвище, ім’я, по-батькові, адреса місця реєстрації, контактний телефон, реєстраційний номер облікової картки платника податків, паспортні дані (з наданням копії паспорта та реєстраційного номеру облікової картки платника податків), дані дитини, яку представляє Замовник та, за необхідності, іншу додаткову інформацію.

Прайс-лист – прейскурант ― письмовий документ, який містить у собі перелік та вартість відповідних Послуг, а також розмір фінансових (штрафних) санкцій, які діють у SPA-салон «Шарель» та можуть бути застосовані до порушника цього Договору, є Додатком №1 до Договору.

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1.Цей Договір визначає умови відповідно до ст.ст. 633, 634, 641, 642 Цивільного кодексу України та є офіційною публічною пропозицією (публічною офертою) Виконавця щодо надання послуг SPA-салон «Шарель», адресованою будь-якій правоздатній та дієздатній фізичній особі, для можливості отримання комплексу послуг. Надалі по тексту Договору Виконавець та Замовник разом іменуються Сторони, а кожен окремо – Сторона.

1.2.По договору надання оплатних послуг, Виконавець організовує для Замовника (дитини/дітей Замовника) відпочинок і розваги з елементами отримання навичок спілкування з тваринами (катання на конях) згідно попередньо затвердженого розкладу, а Замовник зобов’язаний оплатити такі послуги.

1.3.Конкретний перелік послуг що надаються та їх вартість визначаються в додатку №1 до цього договору.

1.4.Замовник, який укладає договір в інтересах дитини/дітей, гарантує наявність у нього повноважень на здійснення правочину в інтересах дитини і згоду дитини на дотримання умов цього договору, в першу чергу щодо дотримання правил техніки безпеки. Якщо Замовник є одним з батьків дитини, він гарантує інформування і згоду іншого з батьків з умовами цього Договору.

1.5.Допуск Замовника (дитини/дітей Замовника) до приміщень Виконавця та до спілкування з конями дозволяється лише після пред’явлення Замовником документів, що посвідчують особу та/або повноваження Замовника.

2. ПРАВА ТА ОБОВ’ЯЗКИ СТОРІН

2.1.Обов’язки Виконавця:

2.1.1. Здійснювати свою діяльність з метою популяризації верхової їзди, кінного туризму, сприяння у всебічному і гармонічному розвитку особистості.

2.1.2. Забезпечити надання послуг за цим договором Замовнику (дитині/ дітям Замовника) відповідно до розкладу з належною якістю.

2.1.3. Організувати надання послуг із забезпеченням заходів техніки безпеки (Додаток №2 до Договору).

2.1.4. Забезпечити надання послуг за цим договором підготовленими спеціалістами.

2.2.Права Виконавця:

2.2.1. Самостійно розробляти програми і визначати форми, засоби і методи заходів відпочинку, визначати їх розклад.

2.2.2. Змінювати розклад з подальшим повідомленням про таку зміну Замовника.

2.2.3. Відмовляти в наданні послуг (постійно або тимчасово відстороняти) у випадку: 2.2.3.1.Неоплати Замовником послуги

2.2.3.2.Відсутності у Замовника (Замовника) спеціального екіпірування

2.2.3.3.Недотримання Замовником (Замовника) правил техніки безпеки

2.2.3.4.Внаслідок дій Замовника (дитини/дітей Замовника), які, на думку Виконавця, можуть становити небезпеку для самого Замовника (дитини/дітей Замовника) та/або тварин, третіх осіб.

2.3.Обов’язки Замовника (дитини/дітей Замовника):

2.3.1. Своєчасно здійснювати оплату послуг, що надаються Замовником у формі передоплати.

2.3.2. Під час прибуття до приміщень де надаються Виконавцем послуги, підписатись у відповідному журналі про прибуття.

2.3.3. Отримувати послуги у відповідності до розкладу та неухильно дотримуватись такого розкладу або відповідно до індивідуальної домовленості.

2.3.4. Суворо дотримуватись правил техніки безпеки (Додаток №2 до Договору) та правил екіпірування (Додаток №3 до Договору).

2.3.5. Замовник (особа, яка супроводжує дитину/дітей) під час надання послуг зобов’язані знаходитись за межами манежу, за виключенням надання окремого дозволу представника Виконавця, не втручатись в хід надання послуг, не підходити до коней.

2.3.6. Неухильно дотримуватись вказівок працівників Виконавця при користуванні послугами.

2.3.7. Перевірити правильність написання своїх персональних даних та/ або персональних даних особи, яку представляє Замовник на законних підставах.

2.4. Права Замовника:

2.4.1. Відмовитись від надання послуг за цим договором та розірвати його, при цьому оплативши всі фактично надані Виконавцем послуги.

3. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН ТА РОЗВ’ЯЗАННЯ СПОРІВ

3.1.У випадку невиконання або неналежного виконання Сторонами обов’язків за цим Договором вони несуть відповідальність відповідно до вимог чинного законодавства України.

3.2.Виконавець не несе відповідальності за наслідки, спричинені порушенням Замовником (дитиною/дітьми Замовника) умов даного Договору, в тому числі умов Додатків до нього.

3.3.Виконавець не несе відповідальності перед Замовником за невиконання або неналежне виконання зобов'язань за цим Договором, якщо воно виникло внаслідок дії форс-мажорних обставин, як то: пожежі, стихійне лихо, військові дії, громадські заворушення, епідемії, блокади, страйки, землетруси, повені, а також внаслідок рішень чи приписів органів державної влади та місцевого самоврядування, внаслідок яких на сторони покладатимуться додаткові обов'язки чи встановлюватимуться додаткові обмеження і які роблять неможливим подальше повне чи часткове виконання Договору, а також інші дії чи події, що існують поза волею Сторін тощо.

3.4.Спори і суперечки, що виникають під час реалізації цього договору, будуть вирішуватись шляхом переговорів.

3.5.У випадку неможливості дійти згоди між сторонами їх суперечки вирішуються в судовому порядку відповідно до вимог чинного законодавства України.

4. ЗАКЛЮЧНІ ПОЛОЖЕННЯ

4.1.Договір є публічним і безстроковим та діє до його припинення будь-якою зі Сторін у порядку, встановленому цим Договором або чинним законодавством.

4.2.Виконавець самостійно та на виконання вимог чинного законодавства України визначає умови Договору. Виконавець самостійно має право змінити умови Договору з обов’язковим повідомленням про це Замовників на своєму Вебсайті. При цьому Виконавець гарантує та підтверджує, що розміщена на Вебсайті Виконавця поточна редакція тексту цього Договору та додатків до нього, включаючи правила надання та отримання Послуг за даним Договором, є дійсною. Продовження користування Послугами свідчить про згоду Замовника зі змінами, внесеними до Договору. 4.3.Виконавець має право припинити дію цього Договору в односторонньому порядку, попередивши Замовника шляхом розміщення оголошення про це на своєму Веб-сайті не пізніше ніж за 15 (п'ятнадцять) календарних днів до такого припинення.

4.4.У випадку припинення дії цього Договору у порядку, передбаченому п. 4.3 Договору, Виконавець не звільняється від обов’язку надати Послуги всім Замовникам, які вже підписали заяви-приєднання та внесли оплату за Послуги до відповідного оприлюднення повідомлення про припинення дії цього Договору.

4.5.Всі повідомлення в зв'язку з виконанням цього Договору здійснюються шляхом оприлюднення інформації на Веб-сайті Виконавця.

4.6.Оформивши (підписавши) заяву-приєднання до Договору, відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» Замовник надає згоду на обробку своїх персональних даних уповноваженим особам Виконавця, а також третім особам, за умови, що зазначені дані необхідні (потрібні) для виконання умов цього Договору.

5. Термін дії договору

5.1. Договір набирає чинності 15.03.2022, з моменту підписання сторонами і діє до «30» Листопад 2022 р.

6. РЕКВІЗИТИ ВИКОНАВЦЯ SPA-салон «Шарель»

од ЄДРПОУ 36124819

Юридична адреса: 03680, м. Київ,

вул. Довженка 3

IBAN: UA 24 320649 00000 26000052682004

в АТ КБ «Приватбанк», МФО 320649 Платник єдиного податку (3 група)

Не платник ПДВ

Юридична адреса: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Поштова/фактична адреса: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

код за ЄДРПОУ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

рах. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ в

\_\_назва банку\_\_\_\_\_, м. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

МФО \_\_\_\_\_\_\_\_\_

св. пл. ПДВ/витяг з реєстру пл. ПДВ № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ін. под. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

За Замовника: За Виконавця:

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

(підпис) П.І.Б.

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

(підпис) П.І.Б.