

ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА  
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА ІМЕНІ  
ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ  
Кафедра публічного управління та адміністрування

## БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему: «*«Вдосконалення організації культурно-пізнавальних  
туристичних подорожей»»*  
(назва теми)

**Виконав(ла):** студент(ка)  
Кукуруза М.М.  

---

(прізвище імя та по-батькові)

**Керівник:** Старший викладач  
кафедри;  
Діль Г. В.  

---

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

**Рецензент** кандидат економічних  
:  
наук, доцент;  
Ваганова Л.В.  

---

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

Хмельницький – 2022 рік  
АНОТАЦІЯ

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ Й НОРМАТИВНІ АСПЕКТИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДІЄВИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОДороЖЕЙ.....	5
1.1. Подієвий туризм: сутність, особливості та місце в структурі сфери Туризму.....	5
1.2. Зарубіжний досвід організації подієвих туристичних подорожей.....	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ОРГАНІЗАЦІЙ ПОДІЄВИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОДороЖЕЙ. ....	23
2.1. Оцінка подієвих туристичних подорожей в Україні .....	23
2.2. . Нормативно правове регулювання туристичних подорожей.....	38
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДІЄВИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОДороЖЕЙ. ....	45
3.1. Перспективи розвитку подієвого туризму в Україні та світі.....	45
3.2. Прогнозування попиту на подієві туристичні подорожі.....	55
ВИСНОВКИ.....	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65
ДОДАТКИ.....	69

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Туристично-рекреаційна галузь – одна з найбільш динамічних та розвинутих у світі сфер економічної діяльності. Сьогодні в межах існуючого туристичного простору формується його особливий сегмент – подієвий простір, частка якого в секторі туристичних послуг щорічно збільшується. Поява та розвиток на міжнародному ринку туристичних послуг подієвого туризму зумовили підвищення попиту серед споживачів на цей досить новий напрям в означеній галузі. З року в рік кількість відвідувачів подієвих турів зростає, що викликає необхідність у створенні модернізованої інфраструктури, вивченні туристичного попиту на подієвий туризм та факторів, що впливають на нього, підготовці спеціалістів для взаємодії зі споживачами під час проведення заходів та залученні грошових коштів для просування, реалізації та розвитку event-турів. Впровадження подієвого туризму на території України сприятиме підвищенню економічного рівня країни, розвитку внутрішнього туризму та росту туристопотоків.

**Метою дипломної роботи є** визначення теоретичного обґрунтування та практичної доцільності особливостей розвитку подієвого туризму в Україні.

**Виходячи з мети дослідження, у роботі поставлені наступні завдання:**

- розкрити сутність та особливості подієвого туризму;
- дослідити підходи до класифікації ринків подієвого туризму;
- вивчити зарубіжний досвід організації подієвого туризму;
- охарактеризувати вплив подієвого туризму на розвиток регіонів України;
- проаналізувати сучасний стан подієвого туризму в Україні;
- дослідити проблеми розвитку подієвого туризму в Україні;
- навести перспективні напрями розвитку подієвого туризму в Україні.

**Об'єктом** дослідження є подієвий туризм в Україні.

**Предметом** дослідження є сукупність теоретичних та прикладних аспектів щодо особливостей розвитку подієвого туризму.

**Методи дослідження** є логічно-теоретичний (при дослідженні сутності подієвого туризму); статистичні, прогностичні та економіко-математичні методи (при дослідженні аналізі розвитку подієвого туризму); системного аналізу і

синтезу, узагальнення (при дослідженні проблемних аспектів розвитку подієвого туризму в Україні).

**Структура і обсяг роботи** - дипломна робота складається зі вступу, 3 трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ Й НОРМАТИВНІ АСПЕКТИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДІЄВИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОДороЖЕЙ

#### 1.1. Подієвий туризм: сутність, особливості та місце в структурі сфери туризму

Подієвий туризм – напрямок туризму в Україні, який з’явився нещодавно так, як і у більшості країнах світу, у ньому головною мотивацією споживачів є інтерес до відвідування спортивних, розважальних, музичних чи інших заходів та взяття в них участь. Унікальні подієві туристичні подорожі поєднують відпочинок і розваги одночасно. В наш час подієвий туризм є одним з найбільш перспективних видів туризму по всьому світі [1].

Потрібно надати увагу тому, що видатний учений Дональд Гетц зазначає, насичений подіями туризм зорієнтований на використання можливостей заходу в порядку прагнення розвитку туризму в приймаючих громадах [2].

Так як і у всіх видах подорожей з особливим інтересом, подієвий туризм необхідно розглядати як попит, так і пропозицію. Позиція споживача вимагає визначити, хто їде на подію і чому, а також хто бере участь у заході. Цей підхід до попиту включає оцінку цінності подій у популяризації позитиву місця, розміщення напрямки маркетингу та обміну.

Щодо пропозиції, то напрямки подієвого туризму розвиваються, сприяють просуванню заходів різного характеру для досягнення цілей: заохочення туристів, розвиток та маркетинг спеціальні заходи, які діють як каталізатор розвитку інфраструктури, економічного зростання та туристичних потоків, формування позитивного зображення [3].

У процесі створення продукту подієвого туризму бере участь багато людей – міські адміністрації, місцева громада, бізнес, фонди ЗМІ, приймаючі організації, туристи. Чітке розуміння їх інтересів та зацікавлень є основою успіху проекту.

Варто відзначити основні переваги подієвого туризму для міста: створення та зміцнення іміджу, розвиток інфраструктури та послуг, здатність залучати туристів і створювати економічні вигоди [1].

Дослідження основних особливостей подієвого туризму та чинників, які впливати на його розвиток, можна проаналізувати позитивні ознаки подієвого туризму. Однією з його позитивних рис щорічний сезон. Багато країн, незалежно від сезону, влаштовують заходи для залучення туристів не тільки в «високий сезон», а й у «низький» або, як їх ще називають, «мертвий». Наприклад, Венеціанський карнавал наприкінці січня проходив в Італії, карнавал помаранчевої битви в лютому рим Фондовий фестиваль у квітні, Феста дель Реденторе у липні та Фестиваль шоколаду в Перуджі в жовтні та листопаді – «Білий фестиваль трюфелі в Сан-Мініато» [4].

Варто відзначити особливість прямого зв'язування відповідних дат туру з конкретними датами вибраної діяльності. Крім позитивних рис, є певні труднощі з розміщенням через велику кількість транспортних засобів, локацій тощо. Як наслідок, квитки на великі заходи досить дорогі та обмежують загальну кількість місць. Тому деякі країни організують додаткове проживання і знижують вартість туристичних груп, пропонуючи альтернативне проживання.

Окрім цього, відвідувачі також повинні провести захід:

- проживання в готелі в пішій доступності або в декількох зупинках від ділянки;
- забезпечити достатню кількість квитків на різні категорії заходів (від найдешевших до VIP місць);
- можливість спланувати пляжний відпочинок або додаткові екскурсії в місці проведення заходу (всю інформацію про можливі додаткові екскурсії необхідно надати заздалегідь, вказавши місце і час зустрічі, приблизну тривалість і вартість).

Наступним позитивним моментом подієвого туризму є його економічна привабливість для національних організаторів. Звичайно, це стосується країн, де бізнес стабільний і підтримується місцевою інфраструктурою [2].

Подієвий туризм постійно розвивається. Щороку кількість подій збільшується разом із кількістю мандрівників. Туристичні агенції, які займаються подієвим туризмом, завжди намагаються включати певні події, фестивалі та заходи у свої туристичні проекти. Наприклад, Франція може

провести парад у Парижі, якщо туристи захочуть відвідати великий захід за участю зірок світового шоу-бізнесу та кіно – салони високої моди.

Якщо туристи хочуть взяти участь у колоритному карнавалі, їм потрібно відправитися в Гоа, Барселону, Венецію або Ріо-де-Жанейро. На основі супутніх заходів туроператори планують новорічні тури та мають можливість брати участь у таких фестивалях та заходах [5].

Слід зазначити, що недоліком подієвого туризму є неможливість передбачити стабільність попиту на нові види діяльності чи події з урахуванням усіх складових організації події. Різноманітність заходів змушує організаторів щоразу організовувати нові форми суспільного залучення.

Крім того, безпека, розташування та створення максимального комфорту для відпочиваючих – все це вимагає значних інвестицій.

Туристи, які відвідують туристичну країну чи регіон, приходять із позитивними емоціями, і вони часто повертаються в цей туристичний простір не лише для гастрономічних турів, а й для відпочинку, історичних та освітніх турів.

Результуюча динаміка включає ресурси події, туристичні потоки, оскільки вони включають мотиваційні передумови для подорожі на подію або місце події. Спортивні змагання, культурні, мистецькі заходи, політичні події, унікальні природні явища – далеко не повний перелік подій, які надихають людину на подорож.

Ресурси подій висвітлити з нього найвизначніші прояви сучасного суспільного життя мода на глобалізацію, екологію, активний і здоровий спосіб життя, переконання та уявлення про поведінку та стереотип людини суспільства, включають механізми його просування та реалізації. Це необхідно тому, що ця теза найбільш актуальна для всього світу [3].

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), одна з найперспективнішими напрямками є туристичні заходи. Інклюзивні екскурсії є власна культура свята та участь у багатьох подіях як у світі, так і в Україні, сьогодні стрімко набирає популярності. На таку подію подорожі з різноманітними подіями та подіями, такими як святкування, карнавали, паради,

конференції, конференції, конференції, тренінги, спортивні змагання, концерти, кінопокази, вистави тощо [6]

Варто зазначити, що не існує єдиного визначення подієвого туризму, так різні автори систематизують його по різному, детальніше в таб.1.1.

Таблиця 1.1.

## Систематизація визначень авторами

Автор	Визначення
М. Б. Біржаков	подієвий туризм є значною частиною культурного туризму, на який орієнтується відвідування місць призначення в певний час, пов'язаний з подією у житті суспільства чи громади, який спостерігаються рідко.
А.В. Бабкін	ініціативний туризм як перспективний вид туризму, що динамічно розвивається зі святковою атмосферою, індивідуальними умовами відпочинку та незабутніми враженнями. Головною особливістю подієвого туризму є різноманітні яскраві неповторні моменти.
О.О. Лакомова	подієвий туризм відноситься до туристичної діяльності, пов'язаної з найрізноманітнішими значущими для людей подій, а також рідкісні природні явища, які приваблюють своєю неповторністю, екзотичністю, унікальністю великої кількості туристів з різних країн.
С. О. Мельниченко	подієвий туризм - це подієвий туризм у формі подієвої діяльності, яка спрямована на просування компанії, послуг, товарів і брендів за допомогою яскравих пам'ятних подіях.
О.О. Бейдік	подієві рекреаційно-туристичні ресурси як найбільш значущі прояви соціального і природного руху, визначні події в історії певної місцевості.
Д. Гетц	подієвий туризм спрямований на повне використання можливостей

	заходу для досягнення розвитку туризму в приймаючих громадах. Як всі форми подорожей з особливим інтересом, необхідно враховувати попит і пропозицію.
--	---

Примітка – складено автором на основі інтернет джерел.

Ми бачимо, що ніхто не може дати точного визначення подієвий туризм. Тому напрошується висновок, що термін «подія» говорить сам за себе. Визначення представлені у таб. 1.1. не дають нам повного розуміння даного терміну. Отже, можна сказати, що найбільше вдало, але не безперечно дав визначення О.О.Лакомова, який трактує цей вид туризму як туристичну діяльність, пов'язану з різними важливими суспільними подіями, а також унікальні природні явища, які приваблюють своєю рідкістю, екзотична, незрівнянна велика кількість туристів з різних країн. [3]

Деякі типи ресурсів подій найкраще класифікувати за

Тематика заходу: національні та релігійні свята, гастрономічні, музичні, театральні фестивалі, спортивні змагання, покази мод, карнавали, технсалони та виставки, економічні форуми тощо [5] А більш детальну класифікацію подієвих ресурсів наведемо у табл. 1.2.

Таблиця 1.2.

#### Класифікація подієвих ресурсів

Вид ресурсів	Тематика	Приклади події
Громадські	Гастрономічні фестивалі	Пивний фестиваль "Октоберфест" (Мюнхен, Німеччина), свято молодого вина Божоле Нуво (Франція), фестиваль морепродуктів на о. Гров (Іспанія), "Свято меду" (Мукачево, Закарпаття)
	Фестивалі і виставки квітів	Виставка тюльпанів (Нідерланди), фестиваль квітів у Челсі (Велика Британія), свято троянд (травень) і жасмину (серпень) у Грассі (Франція), фестиваль

		хризантем (Японія), фестиваль квітів (Таїланд), виставка квіткових експозицій на Співочому полі (Київ)
Мистецькі	Музичні театральні фестивалі і конкурси	Музичний конкурс "Євробачення", фестиваль джазу в Монтре (Швейцарія), "Слов'янський базар" (Білорусь), "Нова хвиля" (Латвія), "Таврійські ігри" (Україна), Фестиваль художнього драматичного мистецтва (Франція)
	Кінофестивалі	Канський (Франція), Берлінський (Німеччина) кінофестивалі, кінофестиваль "Молодість" (Україна)
	Фольклорні обряди, свята і фестивалі	Midsummer's Day (Велика Британія), фестиваль кельтської музики (Франція), фольклорний фестиваль у Шешорах (Україна)
Спортивні	Спортивні змагання	Літні і зимові Олімпійські ігри, чемпіонати світу і Європи з футболу й інших видів спорту, спартакіади
	Ралі, перегони і регати	Перегони Формули-1, міжнародні автоперегони, напр. Париж – Дакар, регати: Vendee Globe, Volvo Ocean Race
	Спортивні фестивалі	"Лижний фестиваль" (Норвегія), "Перегони човнів" (Велика Британія)
Культурноісторичні	Театралізовані шоу	Шоу Lord of the Dance (Велика Британія), "Кіносценія" (Франція),

		"Наше Різдво" (Україна)
	Карнавали	Карнавал в Новому Орлеані (США), Венеціанський карнавал (Італія), карнавал в Ріо-деЖанейро (Бразилія), карнавал в Мацатлані (Мексика)
	Національні фестивалі і свята	Фестиваль Святого Патрика (Велика Британія, Ірландія), "Парад кохання" (Німеччина), весняні та осінні фестивалі (Китай), Дівалі або "Фестиваль Вогнів" (Індія)
Економічні і політичні	Аукціони	Сотбі'с, Крісті'с (твори мистецтва, антикваріат, Велика Британія), NAFA (хутра, Канада), Гелос (твори мистецтва, Росія), FFS (хутра, Фінляндія), Flora Holand (квіти, Нідерланди)
	Покази мод	Тиждень високої моди в Парижі (Франція), Milano Moda Donna (Італія), Тижні моди Mercedes-Benz
	Ярмарки і виставки	"Райзен Гамбург" (туристичний ярмарок, Німеччина), Брюссельський міжнародний книжковий ярмарок (Бельгія)
	Автомобільні й авіаційні Салони	Детройтський (США), Франкфуртський (Німеччина), Лондонський (Велика Британія), Женевський (Швейцарія), Токійський (Японія) автосалони, авіасалон в Ле Бурже (Франція), авіасалон на о. Лангкави (Малайзія)

	Політичні й економічні форуми	Всесвітній економічний форум у Давосі (Швейцарія), Генеральна асамблея ООН, зустрічі світових лідерів
Релігійні	Релігійні свята, ходи і події.	Сходження Благодатного вогню у переддень Воскресіння Христового (Єрусалим)

Примітка – складено автором на основі інтернет джерел.

Отже, подієвий туризм - це унікальний вид туризму, оскільки він включає багато пропозицій, заходів для туристів практично будь-якої цільової аудиторії. З кожним роком збільшується кількість заходів та мандрівників. Відмінні риси, які складають сильні сторони цього напрямку в туризмі і які необхідно враховувати в процесі планування розвитку туристичного сектора на будь-якій території, - це круглий рік, економічна привабливість, оновлення пропозицій, мультиплікаційний ефект (розвиток суміжних галузей) та унікальність [6].

## **1.2. Нормативно-правове регулювання туристичних подорожей**

У сучасному світі туризм є багатограним явищем, тісно пов'язаним з наукою та сферами життя, такими як економіка, історія, географія, архітектура, медицина, культура, спорт тощо. Однак ніхто не може повно і всебічно описати його як об'єкт свого дослідження, і жодна з існуючих соціально-економічних систем не може вирішити її низку проблем. За сучасних умов розвитку туризму в ЄС основними пріоритетами є: підвищення туристичного попиту, удосконалення та розширення асортименту туристичних продуктів і послуг, підвищення їх якості, екологічності та доступності, використання інформаційно-комунікаційних технологій, посилення соціальних та база економічних знань тощо.[7]

Саме тому так важливий контроль за дотриманням якості туристичного продукту, тому й виникла потреба в нормативно-правовому регулюванні туристичних подорожей. У 1980 році, Всесвітня туристична Манільська декларація, прийнята Всесвітньою туристичною конференцією в Манілі,

Філіппіни, визнала туризм важливим видом діяльності в житті людей. Ця діяльність вважається однією з основних галузей світової економічної діяльності, активним і безперервним чинником, що сприяє взаєморозумінню та взаєморозумінню, є основою досягнення найвищого рівня поваги та довіри між народами світу.

У 1989 р. у Гаазькій декларації було проголошено, що туризм, як послуга і діяльність, необхідні для життя людини і сучасного суспільства, став ефективною формою особистого дозвілля та основним засобом міжособистісного спілкування та політичного, економічного та культурного спілкування, стають необхідними для всіх сфер національного життя. Відповідно до ст. Стаття 1 Гаазької декларації «Туризм — це вільне переміщення людей з місць, де вони живуть і працюють, і сфера послуг, створена для задоволення потреб, що виникають у результаті цих переміщень»[8].

У більш вузькому розумінні під туризмом вважаються всі спеціально організовані маршрути пересування громадян, що здійснюються за їх рахунок (або за рахунок організації, яка їх направила), за винятком подорожей, пов'язаних з виконанням професійних обов'язків. Туристичний бізнес у вузькому розумінні керується спеціалізованими організаціями (турфірмами, бюро, установами тощо), і є основним органом туризму. Чинне державне законодавство визначає загальні правові, організаційні, освітні та соціально-економічні засади державної політики у сфері туризму, комплексно регулює туристичну діяльність в Україні, створює умови для стимулювання комерційної діяльності у сфері туризму, забезпечує найкращий рівень державного регулювання внутрішніх справ. справи Туризм. Основним документом є Закон України «Про туризм» № 324/95-ВР від 15.09.1995 р. [9].

Слід зазначити, що цей закон став правовою основою для розробки комплексу галузевих нормативно-правових актів та нормативних документів, що регулюють окремі аспекти туризму. Про визнання свідчать укази Президента України від 2 березня 2001 р. «Про підтримку розвитку туризму в Україні» та від 14 грудня 2001 р. «Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у сфері туризму», постанови. про значення туризму та його вплив на розвиток

життя в країні. Кабінет Міністрів України «Про затвердження заходів щодо розвитку зовнішнього та внутрішнього туризму» від 27.06.2003 № 390-р, розпорядження Кабінету Міністрів України. Міністри України «Про затвердження Стратегії розвитку туризму і курортів на період до 2026 року». та інші [10; 11; 12].

Детальніше нормативно-правове регулювання туристичних подорожей розглянемо на прикладі туристичної фірми «Центр подорожей «TRAVEL CITY», яка надає послуги з організації подорожей. Згідно свідоцтва про реєстрацію (Додаток А), агентство було засновано 08.09.2009 року, номер запису в Єдиному реєстрі юридичних осіб та фізичних-осіб підприємців 2 673 000 0000 033694. При реєстрації туристична фірма була зареєстрована у Державній податковій службі України та обрала форму господарювання Фізична-особа підприємець. З моменту створення та до 01.01.2012 року туристичне агентство знаходилося на загальній системі оподаткування, та здійснювало діяльність за КВЕД 63.30.0 – Послуги з організації подорожуваль.

У 2012 році було прийнято рішення про перехід на спрощену систему оподаткування, фірмі було видано Свідоцтва платника єдиного податку (Додаток Б). Згідно даного свідоцтва туристична фірма обрала КВЕД 79.11 – Діяльність туристичних агентств, та згідно чинного законодавства, оподаткування за III – групою єдиного податку, що складає 5% від прибутку фірми. Фірма не являється платником ПДВ. Більш детально прослідкувати дані про сплату податків ми можемо у декларації за 2019, 2020 та 2021 рік ( додаток В). При створенні туристична фірма також пройшла процедуру реєстрації у Державному комітеті статистики та у Пенсійному фонді України.

На момент створення туристичної фірми згідно Закону України «Про туризм», турагентська діяльність підлягала обов'язковому ліцензуванню. Відповідно 23.09.2009 фірма отримала ліцензію від Державної служби туризму та курортів при Міністерстві культури і туризму України. Ліцензія (Додаток Г) була видана строком на 5 років та закінчилась 18.09.2014 року.

Далі ліцензія не пролонгувалась, оскільки було внесені зміни до законодавства, що відмінили ліцензування турагентської діяльності.

Директором туристична фірми «Центр подорожей «TRAVEL CITY» є Тригуба Тетяна Вікторівна, яка зареєстрована як приватний підприємець, про що свідчить витяг з єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб підприємців та громадських формувань( Додаток Д).

Відповідно до вимог туристична фірма «Центр подорожей «TRAVEL CITY» має елемент фірмового стилю, а саме логотип фірми .



При створенні логотипу, було обрано земну кулю, оскільки вона асоціюється з подорожами, та має вдале поєднання кольорів. Так синій колір сприяє фізичному і ментальному розслабленню, створює атмосферу безпеки і довіри. Зелений колір символізує надію, радість, достаток, свободу, здоров'я. Таке поєднання кольорів підсилює довіру туристів. Також фірмовий логотип містить назву фірми, що дозволяє асоціювати подорожі саме з даною туристичною фірмою.

Туристична фірма «Центр подорожей «TRAVEL CITY» має такі сновні (масові напрями):

1. TUI Ukraine,
2. Annex Tour,
3. Travel Professional Group,
4. Coral Travel,
5. КОМПАС Touroperator,
6. Join Up.

Круїзи:

1. "Інфлот Круїз енд Феррі Україна"

Спеціалізований туризм:

1. Nordic Travel, компанія спеціалізується на Фінляндії, Швеції, Норвегії, Ісландії та Данії і пропонує тури на риболовлю, полювання та дайвінг-тури в даних країнах.

2. СІТА. Компанія працює на ринку туризму 26 років, та пропонує унікальний подієвий продукт до усіх країн світу.

3. ВВ Yachting, оператор займається організацією яхтингу у Хорватії, Чорногорії, Франції, Італії, Сейшелах, Канарах та у країнах Карибського басейну.

4. Магонія які організують дайвінг-тури.

5. Албіз які організують дайвінг-тури.

6. West Travel Group заснована в 2004 році, та основними напрямками є: Китай, Тайвань, Японія, Південна Корея, В'єтнам, Камбоджа, Лаос, Таїланд, Сінгапур, Індонезія, Малайзія, Індія, Непал, Бутан, ОАЕ, Філіппіни, Мадагаскар, Марокко, Австралія, Нова Зеландія, Фіджі, Мальдіви, Сейшельські о-ви. Компанія пропонує усі види відпочинку в даних країнах а саме: пляжний відпочинок; огляд культурних та історичних пам'яток; бізнес-тури на виставки; екстрим-тури: дайвінг, рафтинг, серфінг; круїзи; шоп-тури, подієві тури, медичний туризм.

7. China Tour Club - оператор покликаний сприяти розвитку китайсько-українських відносин і залученню уваги до Китаю. Компанія пропонує: лікувальні тури, подієві тури, екстрим-тури, гірськолижні тури, шоппінг-тури, екскурсійні та паломницькі тури до Китаю.

Звичайно ж туристична фірма «Центр подорожей «TRAVEL CITY» співпрацює й з іншими партнерами наведеними у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3.

#### Інші партнери

Назва туристичної компанії	Основна спеціалізація
Моноліт	Відпочинок в Україні (сімейний, дитячий, екскурсійний)
Міст-тур	Відпочинок в Україні (сімейний, дитячий, екскурсійний)
Клуб Мандрівників	Відпочинок в Україні (сімейний, дитячий, екскурсійний)
Аккорд-тур	Екскурсійні автобусні та авіаційні

	тури по Європі; тури по Україні.
Алголь	Автобусні та авіаційні тури по Європі; гірськолижні тури.
Танго Тревел	Автобусні тури до Європи та по Україні; тематичні тури до Європи; дитячий відпочинок.
Феєрія	Екскурсійні автобусні та авіатури; SPA і лікувальні тури; тури по Україні.
Річ-тур	Екскурсійні автобусні та авіатури до Європи; гастрономічні тури; шоппінг-тури.
Mouzenidis Travel	Відпочинок в Греції; автобусні та авіатури; круїзи; дитячий відпочинок.
Єременко та партнери	Туристичні та MICE поїздки в Італію
Rondo	Відпочинок в Ізраїлі; екскурсійні тури; медичний туризм.
MFS Travel	Групові та індивідуальні тури і екскурсії по Франції, Італії.
1000 Доріг	Wellness і лікування в більш як 40 країнах світу.
Alekom Travel	Освітні тури в більш як 20 країнах світу.

Примітка – складено автором.

Відповідно туристична фірма «Центр подорожей «TRAVEL CITY», підписувала договори з даними туроператорами та з споживачами даних туристичних послуг: складання договорів на туристичне обслуговування (Додаток Е), оформлення страхування, надання гарантій (Додаток Є) та ін. Тому ми можемо зробити висновок, що нормативно-правове регулювання туристичних подорожей є досить важливим, особливо в випадках коли існують спірні питання або настають страхові випадки.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ СТАНУ ОРГАНІЗАЦІЙ ПОДІЄВИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ.

#### 2.1. Оцінка подієвих туристичних подорожей в Україні

В Україні подієвий туризм почався не так давно, у 1990-х роках. Це відбувається тому, що споживачі вимагають нових емоцій та вражень. Офіційно туристичні компанії почали реалізовувати подієві тури лише в 2002 році. Зараз розвиток такого туризму в моїй країні йде відносно повільно. Як правило, українці їздять в інші країни для участі у великих всесвітньо відомих подіях, зокрема Олімпіаді, Євробачення (захід пройде в Україні у 2023 році, і експерти прогнозують, що він приверне велику кількість іноземних туристів). Бразильський або Венеціанський карнавал. На жаль, відсоток іноземців, які приїжджають в Україну на певний захід, дуже малий. Найбільший попит на український подієвий туризм з боку іноземців був зафіксований у 2005 році, коли в Києві відбувся перший всесвітньо відомий пісенний конкурс «Євробачення», а в 2012 та 2016 році Україна приймала чемпіонат Європи з футболу.

Низький попит може бути пов'язаний з тим, що наша країна не підтримує та не інвестує в розвиток такої перспективної туристичної галузі в Україні. Крім того, поширення подієвого туризму залежить від правильної організації подієвого туризму туристичними агентствами, їх обізнаності з регіональними, глобальними та національними економічними проблемами ресторанів, розміщення, своєчасної реклами та просування заходів, надання відповідної інформації споживачам тощо.

На нашу думку, необхідне створення заходів для збільшення частки офіційних, комерційних та освітніх цілей. З цією метою передбачається організація конференцій, конгресів, ярмарків, виставок, лекцій, професійних спортивних заходів. [13, с 121].

Український туристичний портал «УкрТуризм» аналізує доступні тури та туристичні запити про діяльність в Україні. На основі отриманої інформації було створено список найбільш відвідуваних заходів до 2020 року (у випадковому порядку):

- 1) кінофестиваль в м. Одесі;
- 2) Юморина в м. Одесі;
- 3) «Таврійські» ігри в Новій Каховці;
- 4) джазовий фестиваль в Коктебелі;
- 5) Національний Сорочинський ярмарок на Полтавщині;
- 6) Чорноморські ігри в Херсонській області;
- 7) фестиваль «Файне місто Тернопіль»;
- 8) КиївМузикФест;
- 9) міжнародний Гуцульський фестиваль;
- 10) столичне Автошоу;
- 11) Ліга чемпіонів, УЄФА;
- 12) сучасне мистецтво в Україні від “Pinchuk art centre” у м. Києві;
- 13) «Тера Героїка» у Каменець-Подільському тощо [14].

Звичайно ж щоб провести оцінку подієвих туристичних подорожей в Україні потрібно проаналізувати статистичні дані. Варто відзначити, що ситуація в країні вплинула не лише на туризм, а й на інші сфери життя, тому знайти статистичні данні про останні роки в туризмі не вдалося, через тимчасово відсутні функції на сайті державної служби статистики України. Тому проведемо аналіз на основі статистики в минулі роки.

Статистичні дані щодо туризму подає Державна служба статистики України, узагальнюючи інформацію з профільних міністерств і відомств. Кількість іноземних громадян, що в'їжджають в Україну власне з метою туризму, є нестабільною, з тенденцією до спадання. Максимум (1,6 млн осіб) зафіксовано 2008, мінімум (38 тис.) — 2017. Зокрема, 2017 із такою ціллю прибули понад 17 тис. осіб із Республіки Білорусь, більш як 7 тис. — із Турецької Республіки, понад 4 тис. — із Російської Федерації тощо.

Окрім того, метою поїздки, згідно з інформацією Державної прикордонної служби України, є службові й ділові питання, навчання, культурний обмін тощо. Так, загалом 2017 в Україну приїхало більш ніж 14 млн осіб. У 2018 зросла кількість туристів із неприкордонних країн, зокрема з Королівства Іспанія — на 68 %, Республіки Індія — на 57,4 %, Великої Британії — на 47,3 %.

Туристи часто вдаються до послуг спеціальних туристичних операторів та агентів або організують подорож самостійно, спираючись на інформацію з різних джерел. Так, у 2019 туроператори й турагенти здійснили обслуговування загалом понад 6 млн осіб, з них майже 87 тис. — в'їзні туристи.

В Україні є різні колективні засоби розміщування, в останні роки спостерігається збільшення їх кількості. Так, на 2019 налічувалося понад 3 тис. готелів і мотелів. Утім, після 2014 там зупиняються до 1 млн іноземців щороку.[15]

Таблиця.2.1

## Колективні засоби розміщування в Україні

Рік	Кількість колективних засобів розміщування, одиниць	Кількість місць, тис. одиниць	Кількість осіб, що там перебували, тис. осіб	
			усього	з них іноземці
2011	5882	567,3	7426,9	1427,7
2012	6041	583,4	7887,4	1554,8
2013	6411	586,6	8303,1	1665,1
2014	4572	406,0	5423,9	551,5
2015	4341	402,6	5779,9	665,8
2016	4256	375,6	6544,8	863,7
2017	4115	359,0	6661,2	824,5
2018	4719	300,0	7006,2	917,9
2019	5335	370,6	6960,9	959,4

Примітка - складено автором на основі інтернет джерел.

Отже, ми можемо зробити висновок, що в'їзний туризм в Україні має ресурси для подальшого розвитку, проте його ще потрібно вдосконалювати. Найкращий та найдоступніший спосіб – це розвивати подієвий туризм. Тому ми вважаємо доцільним провести дослідження подієвого туризму у різних областях України.

На думку експертів, саме туристичний туризм є одним із провідних напрямків в туристичній галузі. Міста, села, селища, цілі регіони та навіть країни реалізують різноманітні творчі проекти, втілені в однаково різноманітних, яскравих, видовищних заходах, які дають можливість долучитися до культури, історії та традицій, продемонструвати досягнення, розвивати та зміцнювати бізнес дружні комунікаційні та туристичні можливості.

Варто відзначити, що туристичний досвід є сукупністю всіх вражень, сформованих у туриста від поїздки. У нього виникає комплекс емоцій, в основному позитивних, і досягає певного фізичного і духовного стану - все це визначає задоволеність, лояльність, відданість, тобто ставлення відвідувача як споживача до туристської дестинації або компанії (бренду). Негативні емоції, отримані на одному з етапів подорожі, можуть негативно забарвити загальне враження від поїздки, тому так важливо комплексно підходити до сфери туризму [16]

Майже будь-яка подія може бути використана як маркетинг подій, але найчастіше це спеціалізовані заходи з просування бренду компанії: презентації, покази мод, покази доріг, корпоративні вечірки, семінари тощо.

На основі аналізу визначено такі сильні й слабкі сторони та можливості і загрози на подальший соціальний та економічний розвиток Миколаївської області (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

#### SWOT - аналіз туристичної галузі Миколаївської області

<u>Сильні сторони</u>	<u>Слабкі сторони</u>
-----------------------	-----------------------

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. дале географічне розташування міста.</li> <li>2. Місто має привабливі для туристів місця у регіоні.</li> <li>3. За останні роки значно збільшилася кількість щорічних міських фестивалів.</li> <li>4. У Миколаєві добре розвинута готельна інфраструктура.</li> <li>5. У місті функціонує розгалужена різнопланова мережа закладів харчування.</li> <li>6. Населення міста складає 42 % молоді.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Низький рівень розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури.</li> <li>2. Недостатня промоція міста та подій, що проводяться в місті, в національних ЗМІ.</li> <li>3. Відсутність пізнаваної і відомої туристичної атракції, якаб заохочувала приїзд і перебування у місті.</li> <li>5. Не розвинуті й недоступні найбільші туристичні атракції міста.</li> <li>6. Недостатній обсяг пропонованої туристичної інформації іноземними мовами.</li> <li>7. Незадовільний стан розвитку рекреаційного туризму, зокрема, недостатня кількість сучасних спортивно-відпочинкових комплексів та мережі веломаршрутів.</li> <li>8. Незадовільний стан доріг.</li> <li>9. Відсутня ефективна система управління туристичною галуззю.</li> <li>10. Низький рівень благоустрою околиць міста для туристичних потреб.</li> </ol>
--	---

<u>Можливості</u>	<u>Загрози</u>
<p>1. Розвиток аеропорту в напрямку залучення авіакомпаній - лоукостерів.</p> <p>2. Організація промоційно- інформаційних компаній та розробка туристичних пакетів для внутрішніх і в'їзних туристів.</p> <p>3. Розроблення інноваційних форм проведення екскурсій.</p> <p>4. Розвиток рекреаційного туризму</p> <p>5. Створення вільного та безбар'єрного доступу туристів до усіх туристичних атракцій міста.</p> <p>6. Розвиток бізнес - туризму.</p> <p>7. Створення міста у віртуальній- реальності в плані повноцінної гри, для залучення ще більшої кількості креативної молоді у місто.</p>	<p>1. Закріплення за Миколаєвом статусу «транзитного міста».</p> <p>2. Непізнаваність міста як туристичної дестинації через брак визначеного бренду міста і його промоції у вітчизняних і закордонних ЗМІ.</p> <p>3. Відсутність комплексної туристичної пропозиції як для внутрішнього, так і для в'їзного туриста, яка б охоплювала атракції як Миколаєва.</p> <p>4. Зростаюча конкуренція інших туристичних центрів Південної України.</p> <p>5. Низька зацікавленість мешканців міста в розвитку туристичної сфери.</p>

Примітка – інтернет джерело [17].

Таким чином, розвиток туристично-рекреаційної сфери у Миколаївському регіоні потрібно розглядати як інструмент мобілізації його конкурентних переваг, посилення ділової активності, підвищення рівня зайнятості населення, покращення фінансових показників діяльності

суб'єктів господарювання, формування позитивного туристичного іміджу, що в свою чергу, актуалізує питання ефективного використання потенціалу малого підприємництва в цій важливій сфері регіону.

За даними мобільних операторів 2019 року Миколаївську область відвідало 1 млн. 500 тис. туристів. Отже розглянемо заходи та фестивалі, які приваблюють туристів до Миколаївської області.

Фестиваль Mykolaiv River Fest - день Святителя Миколи Чудотворця (Літнього Миколая), що вважається покровителем Миколаєва. Фестиваль розкриває прекрасні можливості міста, має продюсерський центр. Відбуваються цікаві заходи: регата в честь Святого Миколая, історична реконструкція бою Чорноморської козачої флотилії, змагання з веслування, екстрим-авіашоу, майстер-класи, відкриття купального сезону, парад кораблів і суден. Анонсовано і перший в Миколаєві фестиваль електронної музики . [17]

Офіційно в 2019 році відкрився перший в Миколаєві україно-китайський фестиваль «Poetic Dragon Boat Festival» (PDBF). Проект, організований «Студентським парламентом НУК ім. адмірала Макарова», який став переможцем конкурсу молодіжних проектів Управління молодіжної політики Миколаївської міської ради. Основною ідеєю фестивалю є святкування традиційного китайського свята Дуань-у дня гонки на човнах-драконах і шанування китайського поета Цюй Юаня. Під час заходу проходила кунг-фу і карате-зарядка, запальний кей-поп, катання всіх охочих на яхтах НУК .

Цілий рік у Миколаєві та області проходять фестивалі та музичні фестивалі, театралізовані вистави та спортивні заходи; всі ці події збирають тисячі учасників, туристів, глядачів. Ми розкрили основні фестивальні напрямки Миколаївської області, серед яких кожен знайде щось цікаве для себе. Події туризму стали невід'ємною частиною життя регіону. Усі ці події позитивно впливають на економіку, об'єднують різні соціальні групи,

сприяють розвитку внутрішнього та в'їзного туризму, створюють привабливий туристичний імідж Миколаївської області.

Миколаївська область стрімко розвивається в туризмі. Практично всі можливі види подієвого туризму представлені в регіоні. Будь-який житель міста та гість зможуть знайти щось для себе на свій смак. Цілий рік починаючи з зимових місяців, в регіоні проходять фестивалі, змагання та міські заходи.

Саме у Миколаєві спільно з Представництвом ЄС та іншими посольствами країн-членів ЄС буде організовано святкування Дня Європи. Завдяки спільній підтримці міської та обласної влади, готовності співпрацювати з низкою громадських організацій та навчальних закладів, детальному плану заходів до Дня Європи, заявку від м. Миколаїв було обрано, як ту, що найбільше відповідає вимогам конкурсу.

На Миколаївську область припадає понад 14 щорічних фестивалів, які проводяться і взимку, і влітку. Тема подій настільки різноманітна, що туристи мають вибір, яку подію варто відвідати. Окрім спортивних заходів та змагань, проводяться музичні фестивалі всіх напрямків - від класичного до рок, джазового та барабанного ритмів, від пісенників до етнічних мотивів.  
[16]

Наступною розглянемо Вінницьку область. У Вінницькій області часто проходять заходи спрямовані на розвиток подієвого туризму. Прикладом є лицарський турнір присвячений пам'яті Героя Небесної сотні Максима Шимка. Історичний клуб «Аркона», що є ініціатором і організатором цього заходу вважає за потрібне донести до широкого загалу, важливість історичної реконструкції. Даний турнір – це єдиний середньовічний фестиваль, і на нього відгукнулося багато учасників з різних міст [18].

Крім цього вже традиційним для Вінницької області став open-air фестиваль «OPERAFEST-TULCHIN», який вже втретє збирає під відкритим небом прихильників опери не лише з України, але й з далекого зарубіжжя.

Драгрейсинг-шоу на аеродромі у м. Калинівка, щороку збирає учасників змагання та глядачів з усієї України, а в останні роки все частіше відвідують цей захід іноземні туристи. Крім цього багато подібних заходів проводиться у місті Вінниця, що вже мають статус традиційних, а відтак привертають увагу українських та іноземних туристів. [19].

Звичайно ж не потрібно обділяти увагою Одеську область, вона дуже красива, майже у кожному її місті є море, тому вона є досить відвідуюною, особливо внутрішніми туристами, а події допомагають їй розвиватися та бути ще більше цікавою. За останні 2 роки Одеська область значно розширила перелік розважальних заходів, багато з яких стали вже постійними:

- Фестиваль моди і шопінгу «Модний Look» .
- Фольклорно-спортивний фестиваль «Чорноморські доблесті День Помідора.
- Фестиваль "Покрова", «Козацька Оदेशина».
- «Сільський зелений туризм – запрошує
- Фестиваль вина і їжі «ТАКИ ДА, СМАЧНО!
- Фестиваль «Купальська ніч».
- Фестиваль кулінарної творчості "Дворик".
- Етно-фестиваль «Вінок Дунаю» на Дерибасівській.
- Відкритий Чемпіонат України з повітряного фрістайлу на базі спортивного аеродрому "Гідропорт".
- Фестиваль "Велобульвар" і щомісячний велопробіг
- "Критична маса" Авто-ралі «Кубок Лиманів" ралі "Куяльник".
- Чемпіонат України з історичного фехтування в Акерманській фортеці (м. Білгород-Дністровський).
- Виставка-фестиваль органічного стилю життя «Життя в стилі ЕКО».
- Виставка-конкурс «Виноградний калейдоскоп».

- Спеціалізована виставка «Medical SPA & Wellness Expo.

Та багато інших, не менш цікавих фестивалів, виставок, конгресів і т.д.[20]

Також коротко ми розглянули Волинську область. Щороку ТЗОВ “Л-Світ” та Волинська торгово-промислова палата організують і проводять в області 30 виставкових заходів. Тематичні розділи виставок: одяг, взуття, українські вишиванки, косметика, парфуми, галантерея, продукти харчування, товари для спорту та відпочинку, спортивне спорядження та інвентар, медичне обладнання, автомобілі вітчизняного й зарубіжного виробництва, засоби для експлуатації, догляду та технічного обслуговування автотехніки, автозапчастини, аксесуари, автокосметика, масла тощо

Сьогодення та перспективи” та “Волинь сільськогосподарська”; низька активність волинських товаровиробників щодо участі у виставках, недостатня кількість презентаційних матеріалів підприємств для представлення їх виробничого та інвестиційного потенціалу на інвестиційних та виставкових заходах.

Розглянемо деякі з існуючих подій до 2022 року:

- Громадські заходи (гастрономічні фестивалі, фестивалі та виставки квітів).
- Фестиваль ковальства та флористики “Солом’яна птаха” відбувається в межах Дня міста Луцька і проходить у стінах Луцького замку.
- Фестиваль народної творчості “Не будемо журитись, а будем веселитись” проходить у смт Іваничі.
- Мистецьке свято “Медова квітка”.
- Лейтмотив етнофесту “Рожищенська мальованка
- Міжнародний фестиваль “Поліське літо з фольклором
- Міжнародний фестиваль українського фольклору „Берегиня
- Всеукраїнський фестиваль української альтернативної музики “Бандерштат”

- Фестиваль мистецтв “Пісні Великої Волині”.

Та багато інших, не менш цікавих фестивалів, виставок, конгресів і т.д.  
[21]

Ну і звичайно, ми не могли уминати увагою нашу Хмельницьку область.

Туристичний потенціал Хмельниччини, в основному, включає мальовничу природу (р. Дністер, Товтри, ліси та озера на півночі області), сприятливі кліматичні умови, мальовничі краєвиди, значні лісові масиви, мінеральні води (джерела мінеральних вод поблизу Сатанова (маломінералізовані води типу «Нафтуся»), у Полонському районі (радонові води), історичну й архітектурну спадщину (м. Кам’янець-Подільський, селище Меджибіж, с. Самчики), санаторії для медичного лікування і відновлення здоров’я. Існує 269 природоохоронних зон і об’єктів: 198 пам’яток природи (4 державного значення), ботанічний сад у м. Кам’янець-Подільський, 24 парки, яким присвоєно статус пам’яток природи/паркового мистецтва (у тому числі 8 – державного значення), 7 природних заповідників, 39 заказників (із них 15 – державні) та одна пам’ятка ЮНЕСКО.

Останнім часом, Хмельниччина також почала долучатися до світових тенденцій формування справжньої індустрії подієвого туризму. На жаль, більшість цих подій має місцевий або регіональний масштаб, що не завжди приваблює навіть українських туристів, не говорячи вже про іноземців [22; 23]. До того ж за рівнем організації (регламентації) подієвий туризм в Хмельницькій області найчастіше носить самодіяльний характер, а це створює певну напругу в роботі транспорту та інших сервісних галузей.

В умовах глобалізації найкращим способом відчутти різноманіття існуючих культур, поспілкуватися з її носіями, провести спостереження за стародавніми традиціями, що зникають, врешті-решт просто насолодитися красою природи та архітектури певних регіонів є відвідування тематичних фестивалів.

Подієвий туризм на Хмельниччині має набагато більшу ресурсну базу [24], ніж та, що використовується сьогодні. Хоча варто відзначити, що деякі події, зокрема етнографічні фестивалі, в останні роки з поодиноких ініціатив місцевих краєзнавців почали виростати в більш-менш сформовану індустрію.

Спробуємо більш детально охарактеризувати основні фестивалі міста та області.

RespublicaFEST – один із найбільших музичних та street-art фестивалів, який розпочав свою історію в 2011 році в місті Кам'янець-Подільський. Цього ж року в Україні було проведено рейтинг фестивалів «TOP-Fest 2011» з метою розвитку українського фестивального руху, популяризації подієвого туризму в Україні та відзначення кращих фестивалів.

Зазначимо, що фестиваль залишається чи не єдиним некомерційним проектом в Україні. Його мета – виступити інструментом «зрушення фестивальної аудиторії із стадії мистецтвоспоглядання і споживання до мистецтвотворення», тобто перетворити гостей фестивалю та громаду міста з простих глядачів на безпосередніх учасників трансформації міста

Respublica FEST – це подія сучасного вуличного мистецтва у всіх його проявах: музики, малюнку (графіті), танцю, відео-мистецтва [25].

Фестиваль історичних реконструкцій «Стародавній Меджибіж» проходить у старовинному замку «Білий Лебідь». Тут проходять лицарські турніри, звучить середньовічна й рок-музика, вирує ярмарок і частування. На фестивалі історичних реконструкцій беруть участь військово-історичні клуби, бойова програма проходить впродовж двох фестивальних днів [24].

Унікальність фестивалю «Rock&Vuh» в тому, що його засновниками є Хмельницька міська рада, а співорганізатори рок-гурти «Мотор'Ролла»,

«Чумацький шлях», «Станза», ГО «Територія» та ГО «Спелеологічний клуб «Атлантида». Фестиваль ставить перед собою амбітне завдання – популяризацію української рок-музики. Молоді виконавці з усіх куточків

України подають заявки на участь. Організатори відбирають кращих і ті виступають на одній сцені з відомими гуртами перед тисячами глядачів. Вхід на фестиваль безкоштовний.

Поділля Джаз Фест проводиться у Хмельницькому раз на два роки. З кожним наступним фестивалем аудиторія любителів джазу збільшується. Українські та міжнародні колективи виступають два дні на сцені під відкритим небом біля пам'ятника Шевченку.

Молодіжний фестиваль «Green Fest», що проводиться за підтримки управління молоді Хмельницької міської ради, і передбачає велику галерею, кіно, майстер-класи, музику, танці на хмельницькому пляжі .

Щороку на базі Хмельницького міського монотеатру «Кут» відбувається Міжнародний фестиваль моновистав «Відлуння», який ознайомлює широкий глядацький загал з кращими досягненнями світового театрального мистецтва, сприяє розвитку цього жанру в Україні та активній інтеграції українського театру в європейський культурний контекст [26].

Регіональний різдвяний фестиваль «Благослови Боже, літо починати, Христа славити!» об'єднує автентичні фольклорні колективи сіл Хмельницької та Вінницької області, і найпотужніший етнографічний ансамбль обласного центру «Ладовиці». Охочих послухати колядки, щедрівки та інші обрядові народні пісні зазвичай досить багато .

Дводенний фестиваль дитячих театральних колективів «Театральна мозаїка» присвячений Міжнародному дню театру. Мета фестивалю – сприяння розвитку творчих здібностей дітей та юнацтва; дбайливе ставлення до історичної та культурної спадщини свого народу; виявлення та підтримка талановитої творчої молоді, створення умов для її самореалізації та відродження і підтримка розвитку дитячих аматорських театральних колективів регіону. У заходах беруть дитячі театральні колективи з Хмельниччини .

Влітку у Хмельницькому відбувається фестиваль «Медовий Спас». Захід проходить у парку культури і відпочинку ім. М. Чекмана. Програма фестивалю насичена різноманітними заходами, концертами та майстер-класами. Родзинкою фестивалю є масштабний ярмарок меду та продуктів бджолярства за участю бджолярів з Подільського краю та України [26].

Фестивалі вуличної їжі «Проскурівські смаколики» вперше відбувся восени 2016 року. До цього фестивалі подібного формату у Хмельницькому не проводилися, тому подія викликала неабиякий інтерес у мешканців міста і області. Організатори «Проскурівських смаколиків» мали на меті не тільки зібрати на фестивалі кращі заклади харчування, а й познайомити гостей з традиційними стравами подільської кухні та стравами європейських країн. Кожного року фестиваль був тематичним: ресторатори пропонували весільні та святкові страви, страви за старовинними і сімейними рецептами. Коровайниці з усієї Хмельниччини змагалися у майстерності випікання обрядового хліба. На Масляну кухарі представили ціле розмаїття млинців. На фестивалі, приуроченому дню Європи, пригощали італійською пастою, ризотто, устрицями, смачними ковбасками, стейками і рибою на грилі, вишуканими десертами тощо. Щоразу були на фестивалях розваги для дітей і дорослих: танцювальні, музичні, співочі та етнографічні колективи додавали святковості подіям. Для наймолодших хмельничан підготували масу розваг: дитяча кулінарна школа, майстер-класи та солодкі смаколики. Дорослі також мали змогу поспостерігати за дефіле моделей у традиційних костюмах, оцінити роботи народних майстрів та прослухати музичні виступи кращих подільських виконавців.

Міжнародний фестиваль «Хмельницький камерфест» має на меті розвиток українського камерного виконавства, знайомить шанувальників жанру з різноманітною палітрою музичного сьогодення у досконалій виконавській інтерпретації блискучих музикантів сучасності [26].

## **2.2. Зарубіжний досвід організації подієвих туристичних подорожей**

У нашій країні, і не тільки, подієвий туризм, як рух туризму з'явився нещодавно. Основною мотивацією споживачів є цікавість до відвідування розважальних, музичних та спортивних чи інших подій в яких можна прийняти участь. Саме унікальність інвентивних турів поєднує велику кількість відпочинку, розваг й рекреацій водночас. Тому за оцінками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) подієвий туризм на сьогоднішній час є одним з найперспективніших видів туризму в кожному куточку світу. Пояснюється це тим, що він має насичену програму, яскравість, атмосферу, видовищність, але найголовніше є те, що його ресурси невичерпні. Спираючись на останні дослідження, які були проведені до 2020-го року було винесено те, що кількість туристів подієвих турів може збільшити частку туристів екскурсійних турів та скласти майже 40% від усього попиту на різноманітні тури [27].

Подієвий туризм - напрям порівняно молода і надзвичайно цікаве. Основна мета поїздки приурочена до якогось події. Унікальні тури, поєднують в собі традиційний відпочинок та участь в самих видовищних заходах планети, поступово завойовують все більшу популярність. Подієвий туризм - це неперевершена атмосфера свята, індивідуальні умови відпочинку і незабутні враження. Головна особливість подієвого туризму - безліч яскравих неповторних моментів. Це один з спеціальних видів туризму, перспективний і динамічно розвиваючийся, який люди порозуміють як дозвілля, відпочинок спортивна подія [28].

В останні роки свого існування подієвий туризм приваблював багато Кількість вентиляторів. Такі подорожі дають унікальну можливість побачити З іншого боку, це відоме туристичне місце. Зрештою, останні дослідження Показує, що стандартних знань про країну вже недостатньо для сучасних

туристів, які хочуть отримати більше задоволення від своїх подорожей подорожі.

Сьогодні серед найпопулярніших подієвих турів можна виділити поїздки на карнавали, музичні фестивалі, національні свята, спортивні події, модні покази, гастрономічні тури, відвідування виставок, концерти зірок естради, сафарі, відвідування унікальних природних місць, спортивні заходи, заходи різних субкультур.

Поміж багатьох прикладів масштабних заходів світового значення варто відзначити ті, що кожного року приймають сотні тисяч людей.

1. Каннський кінофестиваль. У 2013 році дохід від його проведення склав близько 250 млн. євро. Він зайняв роботою 3200 чоловік; на нього довелось 10% річної заповнюваності всіх готелів в регіоні.

2. Свято пива Октоберфест у Мюнхені. щорічно Октоберфест відвідують близько 6 мільйонів відвідувачів. обслуговуванням фестивалю зайнято 12000 чоловік. Обороти свята в останні роки становить щорічно приблизно 500 мільйонів євро. 3. Бразильський карнавал в Ріо-де-Жанейро.

З роками народне свято перетворився в захід державної ваги і засобом поповнення скарбниці. У 2014 році, наприклад, тільки в Ріо-де-Жанейро туристи залишили 170 млн. доларів.

4. Венеціанський карнавал. Цей карнавал знаменитий участю величезних ляльок-двійників, що пародіюють відомих людей. Щорічно на карнавал в Венеції приїжджають більше 500 тис. туристів з різних країн світу.

5. Великі спортивні змагання: Олімпіади, Універсиади, автогонки «Формула-1», Чемпіонати світу з популярних видів спорту (футбол, хокей, легка атлетика, плавання), турніри Великого шолома з тенісу та інші. 6. Великі технічні виставки та салони: Експо, автосалони.

Також дуже відомі різні національні фестивалі і свята, театралізовані шоу, концерти зірок класичної, рок- і поп-музики, міжнародні покази мод,

великі гастрономічні свята, фестивали квітів тощо. Всі ці та ряд інших заходів збирають тисячі, а деякі – мільйони учасників

Подієві заходи мають вагоме економічне значення. У час в який їх проводять відтворюється діяльність усіх об'єктів туризму. Попит на подієві подорожі вагомо переважає пропозицію, тому через різкий туристичний потік значно збільшуються ціни на транспортні послуги та ціни на номери в готелях.

Так, стандартний номер в берлінському готелі Hilton надається зазвичай клієнтам по тарифам близько 150 євро на добу, але в період проведення в Німеччині чемпіонату світу з футболу він коштував 400 і більше євро в добу. Статистика стверджує, що кожен учасник Кельнського карнавалу витрачає на квитки, їжу, напої і сувеніри в середньому 160 євро на добу.

Окремою статтею витрат є придбання карнавальних костюмів. Кельнський карнавал щорічно приносить економіці Німеччини близько 250 млн. євро. У європейських країнах і США сфера подієвого туризму є розвиненою і пропонує споживачам широкий вибір заходів, гідних уваги. У цих країнах формуються тенденції в даній сфері, далі адаптуються до національної специфіки інших країн.

Розвиток подієвого туризму в Європейських країнах і США пов'язан з тим, що вони є організованими на найвищому рівні, де використовуються передові розважальні технології, яскраві декорації, якісний звук і світло. Велика увага тут приділяється безпеці заходів, швидкому доступу глядачів до заходів, мінімізація черг на вході і в установах, що надають послуги на території. Це все робить перебування туристів на дійстві комфортним і безпечним. По-третє, заходи, що проводяться, є брендовими. [30]

Ринок подієвого туризму в розвинених країнах добре забезпечений. Туристи з Великобританії, Нідерландів чи Італії дуже вибагливі до діяльності, які вони пропонують, і тому приділяють велику увагу якості

діяльності, безпеки, використання інноваційних технологій і, звичайно, актуальність продукції, яка представлена на заході.

Розглянемо розподіл туристів за метою поїздки в динаміці за 2019–2021 рр. у центрі подорожей «TRAVEL CITY» в таб.2.1

Таблиця 2.1.

Розподіл туристів за метою поїздки в динаміці за 2019–2021 рр.

Мета поїздки	Дані по роках					
	2019		2020		2021	
	кількість туристів,	Відсоток ваги, %	кількість туристів,	Відсоток ваги, %	кількість туристів,	Відсоток ваги, %
Службова поїздка	0	0%	0	0%	0	0%
Дозвілля та відпочинок	2003	7,2%	57	5,7%	66	7,1%
Лікування	28	1,3%	1	,6%	4	,4%
Спортивний туризм	1	,5%	2	,2%	1	,3%
Спеціалізований туризм	18	,8%	4	,4%	3	,1%
Всього	2060	100%	64	100%	74	100%

Примітка – складено автором.

Отже, ми бачимо, що найбільш поширена мета подорожей у відвідувачів «TRAVEL CITY» - дозвілля та відпочинок. Як ми знаємо подієвий туризм є одним з видів подорожей мета, якого є відпочинок.

Події є основною мотивацією в туризмі, яке займає значне місце в розробленні туристичних пакетів, які стимулюють велику кількість продажів туристичних напрямів. Всього декілька десятиліть тому розпочалось планування та створення подієвих турів і це призвело до збільшення попиту споживачів на нові враження від таких подій, наприклад, як шоу, карнавали, фестивалі і спортивні змагання. Сьогодні індустрія подієвого туризму є сферою, яка швидко розвивається та створює велику кількість робочих місць. Можемо визначити те, що події відіграють важливу роль в нашому житті, як духовний відпочинок, релігійні ідеї, зміцнення національних ідей, наукова пропаганда та культурний розвиток. Тому для України розвиток подієвого туризму є одним з ключових та перспективних напрямів [31].

Як ми вже дослідили у попередньому розділі у центр подорожей «TRAVEL CITY» розвинений лише виїзний туризм, тому для більш чіткого аналізу нам потрібно визначити його темпи зростання та падіння (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2

Кількість туристичних путівок (ваучерів) та туристів за 2019–2021 рр.

Показник	Дані по роках			Темпи зростання (падіння), %	
	2019	2020	2021	2020/19	2021/20
Кількість туристичних путівок (ваучерів), одиниць	82	16	27	-80%	67%
Кількість туристів, осіб	82	16	27	-80%	67%
Кількість туро-днів	16	19	24	-	26%

за реалізованими путівками, днів	480	68	66	88%	5%
-------------------------------------	-----	----	----	-----	----

Примітка – складено автором.

Слід зазначити те, що за останні роки кількість в'їзних, виїзних та внутрішніх подорожуючих в Україні, обслугованих туроператорами та турагентами значно зменшилась ніж за 2019 та 2018 роки, до такої статистики призвела пандемія.

Через пандемію туроператори почали розвивати не дуже популярні внутрішні тури такі, як – озеро Сиваш, Дністровський каньйон, гранд каньйон Станіслав та бальнеологічний курорт у селищі Сатанів. Також, треба відмітити вплив корона вірусу на туристичну діяльність, що є на сьогоднішній день важливим для нас. Адже корона вірус виніс свої корективи у туристичну діяльність. Тому проводились певні анкетування щодо оцінки роботи туроператорів в період COVID-19 (чіткість дій, лояльність тощо) [32].

Подія, як туристичний ресурс, має чітко помітний мультиплікаційний ефект – вона «змушує» прогресувати інші види туристичної індустрії для ефективнішого використання особистого потенціалу. Тому, коли йдеться про значну та численну подію, вона спонукає до процвітання інфраструктури регіону і безпосередньо надходження прибутку від туризму, отже регіон отримує велику вигоду завдяки проведенню певного заходу, прикладом є проведення фінальної частини Чемпіонату Європи з футболу у 2012 році та Євробачення у 2005 та 2017 роках [29]

Отже, ми визначили, що подієвий туризм являє собою цікавий вид туризму, бо він поєднує в собі безліч пропозицій, заходів для туристів практично будь-якої цільової аудиторії. Кожний наступний рік збільшується кількість заходів та подорожуючих. Відмінні риси, які формують сильні сторони цього напрямку в туризмі і які необхідно враховувати в процесі планування розвитку туристичного сектора на будь якій території, – це

економічна привабливість, оновлення пропозицій, мультиплікаційний ефект (розвиток суміжних галузей) та унікальність протягом всього року.

Крім того подієві туристичні заходи відносяться до динамічних факторів, які формують туристичні потоки, які вміщують в собі натхнення на подорож до місця проведення події чи місця де відбуваються незвичайні явища, інколи навіть ті, які б краще ніколи не ставалися. Яскравим прикладом цього є сучасна Україна, у яку попри війну приїжджають відомі люди, президенти інших країн та багато небайдужих іноземців

## **РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДІЄВИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ.**

### **3.1. Перспективи розвитку подієвого туризму в Україні**

Як зазначалося у попередніх розділах – подієвий туризм є досить преспективним та цікавим. Нажаль, на даний момент в Україні йде війна і, звичайно, ж більшість подій було скасовано. Прете, ми усі віримо в перемогу, після, якої Україна буде ще більш цікавою для відвідування іноземним туристам.

На нашу думка багато людей з ріних країн світу будуть приїжати в Україну. Одна з найближчих планованих подій, звичайно, це було б Євробачення 2023 року. Проте, нажаль, Європейський мовний союз (ЕВU) ухвалив рішення, що пісенний конкурс Євробачення-2023 відбудеться поза територією України через поточну ситуацію в країні.

Як передає Укрінформ, про це йдеться у заяві ЕВU.

«Після об'єктивного аналізу Референтна група, керівна рада Євробачення, з глибоким жалем прийшла до висновку, що з огляду на поточні обставини, безпекові та операційні гарантії, необхідні мовнику для організації та проведення пісенного конкурсу Євробачення, не можуть бути виконані UA:Суспільне. ЕВU хоче подякувати UA:Суспільне за щирю співпрацю та відданість дослідженню всіх сценаріїв протягом тижнів після перемоги Kalush Orchestra 14 травня в Турині та розділити сум і розчарування, що конкурс наступного року не відбудеться в Україні», - йдеться у заяві.

Зазначається, що в результаті цього рішення та відповідно до правил і для забезпечення безперервності конкурсу Євробачення, ЕВU тепер розпочне переговори з ВВС, адже Велика Британія цьогоріч посіла друге місце, щодо потенційного проведення пісенного конкурсу Євробачення-2023 року в Сполученому Королівстві.[35]

Саме через війну важко говорити чи прогнозувати якісь події. Після перемоги їх звичайно буде дуже багато, основною з яких буде день перемоги.

Також з позитивних моментів – це прискорений вступ до ЄС, що відкриє ще більше можливостей для туризму, зокрема подієвого.

Взагалі провідні українські туроператори вже багато років організовували тури на відомі івенти:

«Маланка-фест» у Чернівцях чи в інших містах Буковини (Красноільськ, Ваш ківці).

Маланка – народні святкування напередодні Старого Нового року, під час які люди переодягаються в костюмі тварин і фольклорних персонажів і де гармонійно переплелися язичницькі та християнські обряди.

Фестиваль «Червене вино» – найвідоміший і найбільший винний фестиваль України в центрі древнього Мукачева.

Гастрономічний фестиваль «Конкурс різників свиней – гентешів» – визнаний найкращим гастрономічним фестивалем Закарпаття.

Фестивальний туризм на Закарпатті набирає обертів. Система «Турінформ Закарпаття» упродовж року збирає інформацію про різноманітні події та фестивалі.

На нашу думку, ці івенти будуть популярними і надалі, а відвідувати їх буде ще більша кількість туристів.

Втім, варто зазначити, що в Україні є чимало відомих та популярних подій, але до яких, на жаль, туроператори не організовують тури. Це, особливо «молодіжні» фестивалі, що представляють мистецтво естради (зокрема музичне).

За останні роки фестивальний рух в Україні розвивався досить динамічно.

У регіонах нашої держави щороку мають різні численні заходи такого характеру, про що свідчити статистичні дані Українського центру культурних досліджень Міністерства культури і туризму України.

Не дивлячись на велику кількість подій, які мають місце в Україні, міжнародний статус мають лише деякі з них. Тому для того, щоб привернути увагу до України на світовому ринку, потрібно створити державну програму розвитку. оптимальним, доцільним є виокремлення регіональних центрів фестивального туризму. [35]

Одними з таких можуть стати Міжнародний музичний фестиваль «Країна мрія» на півночі України, Міжнародний фестиваль «Великдень у Космачі» на заході, Міжнародний фестиваль «АртПоле» у центральному регіоні, Одеська Гуморина на півдні, та Національний Сорочинський ярмарок у східній частині України. Вони обиралися за принципом масштабності проведення та можливості репрезентації те чи іншої частини держави. Розглянемо проблеми, варіанти їх вирішення, а також перспективи кожного із названих фестивалів.

Міжнародний фестиваль «Країна мрія» щороку музичного дня в Київ, у червні місяці. Він охоплює не тільки виступи музичних гуртів, а й різноманітні майстер-класи етнічних танців, співу, бойових мистецтв тощо.

Його було створено для ініціативи організатора та соліста гурту «ВВ» – Олега Скрипки, який давно займається пропагуванням української культури за кордоном. У рамках «Країни мрії 2009» брали участь гості з Японії, Норвегії, Румунії та Литви. Слід зауважити, що на думку від інших регіонів України Київ є зв'язком із різними видами рекреації за рахунок розвиненішої інфраструктури туризму. вона має перспективу залучення аудиторії яка звикла до високого рівня сервісу, але за умови її подальшого вдосконалення. Оскільки привернути увагу туристів, як би було цікаво відвідати цей фестиваль, але які не можуть відмовитися від комфортних умов проживання, якісному харчування та таке інше, неможливе за наявною матеріально-технічною бази індустрії гостинності.

Отже, у столиці в найбільш вдосконаленні потребує сам фестиваль, а лише потім інфраструктура. Ця риса відрізняється «Країну мрію» від інших регіональних центрів.

Міжнародний фестиваль «Великдень у Космачі». Мабуть, ніщо не може так яскраво представити Західну Україну, як Гуцульщина. Своєрідним центром самобутньої й неповторної гуцульської культури є село Космач ІваноФранківської області. Протягом останніх трьох років (2007-2009) на початку травня тут Міжнародний фестиваль «Великдень у Космачі», с рамках якого регулярними стали з'їзд писанкарів та симпозіум з гончарства. У 2009 року на нього були запрошені представники з багатьох країн, зокрема Франції, Великобританії, Німеччини, Польщі, Росії, США, Канади, Бразилії та Венесуелі. Особливої уваги в цьому регіоні потребує транспортне сполучення, як і для всієї західної частини нашої держави, їй характерний дуже низький рівень розвитку. Краща із із закладами розміщення та харчування, але їх рівень обслуговування не може забезпечую їм діяльність у світовому масштабі. Позитивним моментом є гостинність населення, а також його активна участь у розбудові системи національних осередків сільського зеленого туризму. Центр фестивалю розміщений неподалік від міст, багатих історико-культурною спадщиною – Коломії, Чернівців, Івано-Франківська, а, отже, туристам можна запропонувати їх відвідування. Крім того, гостям можна організувати поїздки й до природних об'єктів: Карпатського біосферного заповідника, природного заповідника «Горгани», Карпатського національного парку, водоспаду Шепіт і так далі. Узагалі, Карпати є одним із найпопулярніших місць відпочинку в Україна, тому розвиток матеріально-технічного забезпечення цієї території дасть значний економічний ефект.

Міжнародний фестиваль «АртПоле» – наймасштабніший фестиваль Поділля, більш відомий, як «Шешори». Цей захід щорічно проходить в середині липня на Вінниччині – у селі Воробіївка Немирівського району.

Основна тема «АртПоля» - взаємодія людини з навколишнім середовищем, тому він міг бути цікавим для іноземців, особливо із розвинених країн, тому що для них спілкування з природою не є таким доступним, як для українців.

Його такого можливого як об'єкт екологічного туризму і, важаючи на їх недостатність в Україні, подібні етнокультурні, суспільні та інші заходи могли би стати чудовою альтернативою. У 2017 році до участі в фестивалі були запрошені гості зі США, Росії, Білорусі, Польщі, Чехії, Франції, Великобританії та Швеції. Організаторами передбачені різноманітні екскурсії, що відповідає його від інших. Крім того, «АртПоле» поєднує в собі стандартні елементи програм разом із унікальними виступами нетипових театральних шкіл, уроками кінематографу, музичної імпровізації тощо.

Проект розвитку цього регіону в першу чергу має сприяти туристичної інфраструктури. Територія виражений гострий дефіцит категорійних закладах розміщення. Сфера громадського харчування розвинена краще, але недостатньо для міжнародного туризму. Транспортне сполучення територія має задовільний стан – за даними Вінницької обласної державної управління транспорту більше 94 % доріг мають тверде покриття.

Одеська Гуморина – це фестиваль сміху. Він може від інших запропонованих регіональних центрів своєї концепції, але не масштабністю.

Даний захід найяскравіше передає колорит південної України, тому обрано було саме його. День гумору святкують не тільки в Україні, а й за кордоном. швидше, у Франції, Великобританії, Італії, Швейцарії, Росії, Німеччини, Фінляндії, США, Індії та Австралії. Географія досить широка, тому можна з упевненістю стверджувати, що Гуморина в Україні могла би стати великим міжнародним центром святкування Дня гумору.

Інфраструктурне забезпечення індустрії туризму в Одесі перебуває на етапі становлення. У місті збільшується число реконструкцій об'єктів рекреації та дозвілля. На даний момент кількість закладів харчування та

розміщення високого класу, тому першочерговим завданням є розвиток функціонально-господарської підсистеми індустрії гостинності. Також, на інших фестивалях, які мають місце для Гуморини є популярністю заходу за кордоном. Це пояснюється тим фактом, що тільки в Одесі святкування Дня гумору проходить так масштабно, і країна, де також відзначають це свято є потужними ринками збуту даного товару. Не слід також нехтувати тим позитивним фактором розвитку туризму, що Одеса є приморським курортом. Отже, перспектива очевидна за умови досягнення відповідного рівня сервісу.

Національний Сорочинський ярмарок – це щорічний культурноторговельний фестиваль, який у кінці літа на Полтавщині. На приїжджих туристів тут працюють мало не всі господарі будинків, які до початку серпня готують свої для прийому гостей. Так, Великі Сорочинці можна умовно класифікувати як один великий осередок сільського зеленого туризму в Україні. На ярмарок приїздити туристів з Литви, Угорщини, Грузії. Росії, Естонії та Канади. Для створення турпродукту, основою якого буде Сорочинський ярмарок, можна використати кількість туристсько-рекреаційних ресурси Полтавщини. Серед природних – це, звичайно, цілющі мінеральні води, пелоїди, основи ліси, кліматичні ресурси. Серед історико-культурних пам'яток – Державний історико-культурний заповідник «Поле Полтавської битви»,

Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішному, Державний музей-заповідник М.В. Гоголя, Більське городище (залишки найбільшого поселення Європи доби раннього заліза), піраміди-усіпальниці с селах Комендантівка (належала роду Білевичів) та Березова Рудка (частина маєтку Закревських) і так далі. Отже, для туристів можуть бути запропоновані різноманітні варіанти дозвілля. [35]

Індустрія гостинності в регіоні розвиненості не достатньо. Найближчими містами з більш-менш прийнятою інфраструктурою є Полтава, Миргород, Кременчук, Кобеляки, Лубни, Пирятин і Хорол. На території

області спрямований єдиний об'єкт, який міг би задовольнити вимоги найвибагливішого клієнта. Це – сосновий SPA-курорт «Буймерівка», розташування за 100 км від Великих Сорочинців. Даний комплекс володіє сучасними європейськими умовами проживання, відповідним рівнем харчування, там надаю ь послуги SPA, дослідження індійської медицини (аюрведа), в користуються розважальні шоу та концерти, а також є облаштовані приміщення для конференцій та бізнес-зустрічей.

Отже, запропоновані вище регіональні центри фестивального туризму є дуже перспективними. Кожен із них має ряд унікальних характеристик, які зацікавити міжнародних туристів, та певну кількість недоліків, які потрібно усунути для досягнення бажаної мети. Оцінюючи сучасну тенденцію зростання число іноземних рекреантів, які щороку відвідують Україну, стає зрозумілим потреба розвитку туристичної галузі й, зокрема, її інфраструктури. Тому вдосконалення будь-якої зі складових індустрії дасть позитивний ефект на кількість відвідувачів. А, уважаючи на динамічне зростання частини подієвого туризму в структурі індустрії міжнародного туризму, розвиток саме цього необхідно вносити до першочергових завдань загальнодержавного плану розвитку галузі.[35]

Для біль шого розуміння перспектив розвитку подієвого туризму в Україні варто провести SWOT-аналіз конкурентоспроможності України щодо розвитку подієвого туризму для виявлення найсильніших та інших місць України. Дані взято для дослідженнями, до 2020-го року, також варто відзначити, що кількість учасників подієвих турів може перевищити кількість учасників екскурсійних турів серед населення та становить понад 35% від загального попиту на різнорідні тури.

#### Таблиця 2.1

SWOT-аналіз конкурентоспроможності України щодо розвитку подієвого туризму

<b>S – сильні сторони</b>	<b>W – слабкі сторони</b>
Сприятливі природно-кліматичні умови	Низька інноваційна активність
Значний транзитний потенціал та розвинена транспортна інфраструктура	Низький рівень впровадження новітніх технологій
Велика кількість об'єктів історико-культурної спадщини, рекреаційних зон	Низький рівень якості курортно-туристичних послуг
Значний потенціал подієвого туризму України	Неякісні дороги
Доброзичливе населення	Відсутність подієвих туристичних заходів світового рівня

<b>О – можливості</b>	<b>Т – загрози</b>
Покращання рівня обслуговування	Політична нестабільність
Зростання інвестиційної привабливості та нарощування міжнародної технічної допомоги	Нестабільність курсу національної валюти
Створення іміджу країни як стабільної та безпечної	Монополізація ринків та відсутність конкуренції, що обмежує розвиток малого й середнього бізнесу
Оновлення існуючих та створення нових подієвих турів	Можливість виникнення епідеміологічних захворювань
Висока орієнтація України на івент-туризм	Недостовірність інформації про Україну

Примітка – інтернет джерело

У сучасній Україні існує достатній туристичний потенціал для розвитку подієвого туризму і практично кожне місто цікаве своїми культурними і спортивними подіями. Необхідно пропонувати цікаві програми, знаходити легенди і в рамках проведення фестивалів, створюючи яскраві події, які можливо залучити і жителів і туристів.

Туроператорам слід звернути увагу не тільки на закордонні заходи, але і на заходи, що відбуваються в регіонах нашої країни. Турпродукти, розроблені на основі регіональних подій, можуть бути такими рентабельними і конкурентоспроможними.

Якщо всі подієві заходи з точки зору комунікативного впливу, то очевидна їхній прямий зв'язок з подієвим маркетингом, коли подія стає інструментом просування території. Технології подієвого маркетингу можна розкрити потенціал територій. Усі відомі події, які зробили ім'я того чи іншого міста, регіону, країни. Серед яскравих прикладів можна виділити карнавал у Ріо-де-Жанейро, про які знають на всіх континентах. Бразильський карнавал впевнено тримається в топі туризму серед найбільших відвідувачів світових подій. Ще одним прикладом є Канський фестиваль. Так само, одним з наймасовіших гулянь у світі є півний фестиваль Октоберфест. Сьогодні в світі налічується кілька десятків міст, які спеціалізуються на подієвій економіці. Ми сподіваємося, що з часом в цьому переліку будуть і події в Україні.[34]

### **3.2. Прогнозування попиту на подієві туристичні подорожі.**

Подієвий туризм – молодий вид туризму в нашій країні, тоді як на Заході він уже давно міцно увійшов у список найбільш перспективних і прибуткових видів бізнесу. Основною причиною вільного розвитку подієвого туризму є особливість організаційних характеристик у поєднанні з рівнем національного нагляду.

Звичайно, цю сферу важко віднести до типового типу бізнесу з невеликими інвестиціями та швидкою окупністю. Тут слід почекати деякий час для отримання прибутку після початку. Проте, враховуючи перспективи подієвого туризму в нашій країні, унікальний комплекс історичних, культурно-мистецьких пам'яток, традицій, заходів, можна припустити, що ця вільна бізнес-ніша незабаром стане чудовим джерелом доходу та покращення туристичної галузі української промисловості. Варто зазначити, що подієвий туризм є унікальним видом туризму, тому його зміст є невичерпним. Кількість експертів, які відвідують наступний захід, значно перевищує кількість людей, які відвідують екскурсію.

У всьому світі. подія та досвід, здобутий у подорожі, повинні взаємодіяти як ціла конструкція. Теоретики та психологи займаються вивченням впливу подієвого туризму на відвідувачів. Коло потенційних переживань під час споживання подій досить широке: від веселоців та карнавалів до урочистої духовності релігійного паломництва у священні місця. Багато подій повчального характеру, інші орієнтовані на торгівлю та прибуток.

Теорія розвитку та популярності подієвого туризму базується на трьох взаємопов'язаних аспектах:

- 1) поведінка людей, їх вольовий вибір;
- 2) емоції, настрої та установки;
- 3) пізнання, усвідомлення та розуміння події [2, с. 422].

Дослідження мотивації у сфері подій прийшли до висновку, що у туристів є багато причин брати участь у урочистостях або брати участь у подієвому туризмі: - пізнавати культуру, традиції та духовне життя інших країн, - спілкуватися з однодумцями; - бажання нового, невідомого, унікального; - спортивний інтерес; - потреба відчувати себе частиною великої дії; - відпочинок (психічний і фізичний); - глобальна видимість цієї події. Ніколсон і Пірс у 2001 році підтвердили ці гіпотези про мотивацію туристичної діяльності, провівши серію досліджень щодо 4 різних подій у Новій Зеландії, включаючи авіашоу, церемонії нагородження, фестивалі вуличної їжі та вина, а також музичні фестивалі. Вони дійшли висновку, що основні мотиви були подібними, лише з певними аспектами, які відрізнялися в залежності від місця, віку, учасників, новизни та унікальності події. Сезонність не має прямого впливу на подієві туризм, проте існує інша проблема, пов'язана зі збігом сезонного напливу туристів у певну дестинацію та проведенням події у цьому ж місці.

Тим більше, якщо район популярний, інфраструктура просто не витримує напливу туристів. Зі збільшенням кількості споживачів різко зросли й ціни, що створило нові проблеми, такі як переповнені вулиці, забруднення навколишнього середовища та злочинність. Ці фактори змушують місцевих жителів тимчасово залишати місце проживання або триматися подалі від дій. Менеджери подій зацікавлені у використанні туристичного потенціалу подієвого туризму, оскільки в цій сфері існує багато проблем, включаючи домінування кількох «знакових» подій, які займають більшість ринку і стають постійними, ігноруючи місцеві та регіональні дії. Під час заходу також виникла проблема завищених ставок. Менеджери заходу повинні приділяти більше уваги інформуванню відвідувачів про спектр послуг, доступних під час заходу. Наразі фахівці з туризму працюють над великою кількістю питань: – найбільш ефективно використовувати події для отримання максимально високого прибутку; – чи

здатні події локального масштабу повернути всі вкладені в них інвестиції; – як довго певні види подій зможуть тримати увагу публіки та збирати велику кількість споживачів; – які ризики можуть бути пов'язані з проведенням подієвих турів; – як зберегти навколишнє середовище від масового напливу туристів тощо.

Без зайвих труднощів наш час є періодом розвитку нових тенденцій у культурному житті, для українського регіону орієнтація на активний туризм стала особливо економічною, реальною можливістю, соціальним і культурним процвітанням. У той же час політична напруженість, яка виникла, стала зрозумілою, і, можливо, криза також є часом для готельєрів, рестораторів та турагентів, щоб переорієнтуватися на внутрішніх туристів.

Серед позитивних факторів розвитку подієвого туризму в Україні можна розділити:

- створення комфортного середовища життєдіяльності;
- стимулювання туристичного потоку;
- репозиціонування території і формування позитивного іміджу;
- накопичення нової культурної спадщини та актуалізація старої;
- розвиток бізнесу, в тому числі в сфері організації подієвих заходів;
- залучення зовнішніх інвестицій, чому сприятиме привабливість регіону;
- залучення інвестицій з державного бюджету, що буде сприяти модернізації інфраструктури.

Слід зазначити, що з адміністративної точки зору значно простіше і ефективніше, коли масштабні інвестиції в розвитку території приурочені до якого-небудь важливої події. Щодо перспектив розвитку подієвого туризму в нашій державі (поки війна та її наслідки не обговорюються), то можна виділити багато факторів, що сприяють розвитку такого туризму в українському регіоні. Їм не вистачає розвиненої туристичної інфраструктури,

кваліфікованого персоналу в індустрії подій, належної уваги до розробки календаря подій, низької місцевої ділової та інвестиційної активності.

Туристичним фірмам, що пропонують туристичні продукти в рамках подієвого туризму, необхідно розробити єдину систему інформаційних заходів, що пропонує просувати тури даного туристичного напрямку. Для того щоб вибрати, куди їхати відпочивати, треба знати, відбуваються цікаві події.[33]

Для розвитку інших об'єктів національної спадщини можна розвинути відповідну інфраструктуру та створення необхідних заходів для більш чіткої і згладженої роботи індустрії туризму.

У комплексі заходів щодо формування інформаційного середовища подієвого туризму нами заявлено захід зі створення іміджевої стратегії подієвого туризму. Механізмами просування України як туристичного напрямку на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках є наступні види діяльності:

- розробка і просування єдиного туристичного бренду України;
- організація участі у великих міжрегіональних, українських, міжнародних туристичних виставках єдиним регіональним туристичним стендом із залученням організацій туристичної галузі та суміжних галузей, а також органи місцевого самоврядування.

Ще один захід, пов'язаний зі створенням комфортного інформаційного середовища для туристів і заявлені нами в рамках комплексу заходів щодо формування інформаційного середовища це консолідація рекламно-інформаційної роботи різних учасників турринку України.

Для реалізації даного заходу буде потрібне створення державного інформаційно-аналітичного туристичного центру. Основними цілями створення даного туристичного інформаційно-аналітичного центру (ТІАЦ) будуть:

- збір і інформацію в сфері туризму на основі взаємодії з усім учасниками туристичного ринку;
- регулярне оновлення інформаційних баз даних та їх моніторингу;
- надання інформаційно-довідкових, туристичних і ділових послуг, як приїжджим, так і місцевим туристам;
- створення та розповсюдження рекламних та пропагандистських матеріалів про туристичний простір України.

В рамках маркетингової діяльності туристично-інформаційно-аналітичного центру передаються наступні заходи:

- створення та розповсюдження рекламних та пропагандистських матеріалів про туристичні комплекси України, про плановані в регіонах події і про сам ТІАЦ;
- проведення заходів із формування громадської думки про Україна як міжнародний туристичний об'єкт;
- вивчення туристичних ресурсів України, відстеження достовірності дані про ресурси, збережені в базах даних;
- просування нових туристичних ресурсів і організація презентацій нових турпродуктів із запрошенням їх власників, інвесторів, а також туроператорів і турагентств;
- комерційна діяльність (обслуговування в місцях, що найбільш часто відвідують туристи):
  - а) виписка ваучера на тур для виїзного туриста;
  - б) оформлення візи, бронювання квитків для відправки за кордон;
  - в) продаж рекламних площ в інформаційно-довідковій продукції ТІАЦ;
  - г) продаж чекових книжок і дисконтних карт «Карта гостя»;
  - г) продаж карт, путівників, брошур і подарункових видань, відео та CD тощо;
  - е) продаж сувенірної продукції;

ж) робота на міжнародних виставках і ярмарках, супроводжувана рекламними і промоушн-кампаніями;

з) організація конференцій по туризму за участю зарубіжних фірм.

Також варто:

- робота з іноземними журналістами, запрошеними в Україні, з національними тур представництвами інших країн;

- розробка і випуск рекламно-інформаційної продукції;

- щорічне видання зведеного календаря туристичних подій;

- організація міжнародних рекламних і PR-кампаній; участь в реалізації проектів, що мають великий суспільний резонанс, для створення безкоштовної реклами регіонів, ведення активної пропагандистської компанії в Україна, що пояснює і підтримує кроки влади щодо розвитку регіонів як туристичних центрів, яка виховує українців у душі гостинності та доброзичливого ставлення до туристів, що приймають – вітчизняних і іноземних; проведення багатоетапної рекламної компанії України.

- виготовлення та встановлення інформаційних вкладок, знаків і написів в громадських місцях, часто відвідуваних туристами, дублюючий український текстом в латинській транскрипції;

- створення і підтримка туристичного сервера України в мережі Інтернет; встановлення прямих відносин з основними зарубіжними туроператорами.

Створення і регулярне оновлення інформаційних баз даних туристів знайти:

- підготовку некомерційної рекламно-інформаційної друкованої, відео та електронної продукції для поширення її на найбільших міжнародних туристичних виставках і через українські закордонні представництва;

- поширення інформації про Україну як про туристичний напрям у глобальній мережі Інтернет, модернізація і наповнення туристичного Інтернет сайту;

- некомерційне рекламне просування українського туристичного продукту з підвищенням в'їзного та внутрішнього туристичних потоків;
- проведення комерційної рекламної компанії в усіх, регіональних, українських і міжнародних засобах масової інформації з використання популяризації туристичного образу України, поширення ширшої інформації про унікальну природу, національні традиції, промисловість і ремесло, подієві заходи і туристичні послуги;
- проведення інших акцій, наприклад, інформаційна підтримка національних свят подієвих заходів, що знаходяться в країні та ін.

Розвиток туризму в регіонах України розглядається як комплексна проблема, яка потребує структурованого глобального підходу. При цьому наголошується, що як і раніше недостатньо уваги приділятися питанням вивчення окремих видів туризму. Хоча принципи його розвитку як людської діяльності по суті однакові: кожен окремий вид туризму має свою історію, особливості функціонування.

Заходи з просування подієвого туризму в Україні:

- удосконалення законодавчої та нормативно-правової бази розвитку подієвого туризму;
- розробка регіональної автоматизованої системи планування подієвих заходів. Метою створення такої системи є складання календарного та галузевого графік проведення підєєвих заходів, з метою забезпечення стабільного туристичного потоку. Такий потік повинен підтримувати повне навантаження створеної туристичної інфраструктури;
- розвиток нових для України напрямів (наприклад, туризму за професійними спрямуваннями);
- розвиток та оптимізація інфраструктури щодо обслуговування туристичних потоків (готелей, хостелів, системи харчування, автобусних, залізничних та авіа- маршрутів);

- впровадження системи добровільної сертифікації якості таких туристичних послуг;
- формування сучасної системи підготовки та перепідготовки туристичних кадрів з урахуванням вимог подієвого туризму;
- надання туристичним компаніям інформаційної підтримки з просування заходи, випуску інформаційних матеріалів (каталоги, буклети), розробки всеукраїнського туристичного веб-сайту з календарем подій тощо;
- створення сукупності фінансових, організаційних умов для розвитку туристично-спортивного потенціалу (ТСП) в регіонах України;
- розробка туристичної карти регіонів, створення та розвиток спортивних, оздоровчих та інших центрів районів і міст, туристичних маршрутів виходячи з їх видів, сезону року, інтересів різних категорій туристів, акцентованих на певних населених пунктах, архітектурних, будівельних, археологічних, природно-ландшафтних, історичних та інших об'єктів;
- розвиток маркетингу та активної рекламної діяльності;
- підвищення зайнятості місцевого населення через розвиток інфраструктури, створення в них елементів курортно-рекреаційного комплексу в сферах туристичних послуг, в т.ч. ч. у виді організації обслуговуючих малих і сімейних підприємств;
- раціональне використання ландшафтних особливостей, природних ресурсів, та іншого спортивно-подієвого потенціалу в регіонах і містах України;
- охорона та покращення охорони навколишнього середовища, зведення мінімум негативних наслідків від туристів у регіонах;
- розвиток галузевої науки, здійснення наукових досліджень у сфері подієвого туризму;

- формування сучасної системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів з урахуванням специфіки подієвого туризму.

Для підвищення конкурентоспроможності регіонів України та приведення їх у відповідність до світових стандартів необхідно диверсифікувати існуючі туристичні продукти та наситити їх новими туристичними проектами. [34]

## ВИСНОВКИ

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що впровадження режимів подієвого туризму пробується в окремих регіонах України та й у всьому світі. Але до цього виду туризму пред'являються особливі вимоги. Система спортивно-подієвого туризму в першу чергу визначає принципи формування комплексного туристичного обслуговування, яке має включати в себе вболівальникам не лише базові та мінімальні витрати на проживання, харчування, транспортні та рекреаційні послуги.

Ще одна особливість полягає в тому, що виробництво та надання туристичних послуг і товарів повинні мати високі вимоги до навколишнього середовища чи матеріально-технічної бази туризму. Умовою нездатності до споживання є наявність основних засобів і послуг, матеріальної бази товарів.

Взагалом у світі подієвий туризм є досить розвинутим. Оскільки події завжди привертають увагу туристів. Варто відзначити, що в Україні також існує достатній туристичний потенціал для розвитку подієвого туризму і практично кожне місто цікаве своїми культурними і спортивними подіями.

Проте не потрібно пропускати поза увагою, те, що з 2019 року попит на подієві туристичні послуги та й на інші тури значно зменшився через пандемію. Зокрема це сталося через заборону великих скупчень людей, а як відомо – це є одним з ключових моментів будь-якої події. Щодо України то в 2022 році з'явився ще один всім нам відомий стримуючий фактор – війна. Але не дивлячись ні на, що – ми впевнені, що навіть такий неприємний момент в майбутньому стане, як відома подія на увесь світ і навіть з найвіддаленіших країн туристи будуть приїждати на День Перемоги, який ми надіємося настане найближчим часом.

Отже, подієвий туризм надалі буде розвиватися з кожним роком все більше по всьому світі і в Україні зокрема після завершення війни, оскільки – це дуже цікавий та перспективний вид туризму.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Олійник В.В., Шикіна О.В Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України. Глобальні та національні проблеми економіки. Вип. 12, 2016. С. 460-463.
2. Donald Getz, Event tourism: Definition, evolution, and research, ScienceDirect , Tourism Management 29 (2008) URL: <https://www.coris.uniroma1.it/sites/default/files/Event%20tourism%20Definition%20evolutionand%20research.pdf>
3. Concise Travel and Tourism Geography in English / Краткая география туризма и путешествий на английском языке. М.: Советский спорт, 2017. 248 с.
4. Корнілова Н.В. Подієвий туризм в Україні. Географія та туризм. с. 113-120. URL: [file:///C:/Users/Natali/Downloads/gt\\_2012\\_22\\_18.pdf](file:///C:/Users/Natali/Downloads/gt_2012_22_18.pdf)
5. Тищенко П.В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону. Науковий вісник Ужгородського університету. 2011. Серія Економіка. Спецвипуск 33. Частина 4. С.124-128.
6. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер. - М.: Юнити, 2016. 787 с.
7. Правове регулювання туристичної діяльності [Електронний ресурс]: підручник / Г. М. Брусільцева, О. Г. Зима. – Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. – 214 с.
8. Жарков Г.Н Юридичний супровід міжнародного туризму: навчання-практ. надбавка. / Г. Н. Жарков. – К. : Кондар, 2004. – 486 с.
9. Про туризм: Закон України № 324/95-ВР від 15.09.1995 // Відомості Верховної Ради України. - 1995. - № 31. - С. 31.)
10. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року: постанова Кабінету Міністрів України від 06.08.2014 № 385 // Офіційний вісник України. – 2014. – № 70. – С.

11. Про затвердження заходів щодо розвитку зовнішнього та внутрішнього туризму: Постанова Кабінету Міністрів України від 27.06.2003 р. № 390-р // Офіційний вісник України. – 2003. – № 27. – С. 207.
12. Сервер Верховної Ради України. – Режим доступу: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
13. Шикіна О.В. Аналіз структури туристичних потоків Одеської області / О.В. Шикіна, І.Л. Ліптуга // Глобальні та національні проблеми економіки – 2015. – № 7. – С. 114–127.
14. Український туристичний портал «УкрТуризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrtourism.com>
- 15/(2)
16. Прентіс Р. та Андерсен В. (2003). Фестиваль як креативне місце. *Аннали досліджень туризму*, 30(1), 7–30.
17. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL:<http://www.ukrstat.gov.ua/>
18. Плахтій Ю. [Електронний ресурс] / Ю. Плахтій // Вежа. – 2018. – Режим доступу: <https://vezha.vn.ua/do-vinnytsi-pruyihalo-65-lytsariv-na-turnir-prysvyachenuj-pam-yatizagybloga-pid-chas-revoljutsiyi-gidnosti-vinnychanyna-fotoroportazh/>
19. Про програму розвитку туризму у Вінницькій області на 2017 – 2020 роки: Рішення // Вінницька обласна рада. – 2017. – №380. – сес. 21. – Електронний ресурс. – [Режим доступу]: <https://vinrada.gov.ua/upload/files/progr/380.pdf> (заголовок екрану).
20. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. — Одеса : ОНЕУ, 2016. — 262 с.(ст 104)
21. Черчик Л. Сучасний стан розвитку туристично-рекреаційного комплексу Волинської області : Монографія / Л. Черчик, І. Єрко, Н. Коленда, О. Міщенко. – Луцьк : Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2014. – 152 с.

22. Державне агентство України з туризму та курортів. URL: <http://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 12.09.2020).
23. This is Ukraine – путівник по Україні. URL: <http://thisisukraine.org> (дата звернення: 12.09.2020).
24. Олійник В.В., Шикіна О.В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України.
25. Фестиваль вуличного мистецтва. URL: <https://moemisto.ua/km/festival-vulichnogo-mistetstva-misto-kamyanets-podilskiy-27099.html> (дата звернення: 12.09.2020).
26. Управління культури і туризму Хмельницької міської ради. URL: <https://kult.km.ua/Video> (дата звернення: 12.09.2020).
27. Бартошук О.В. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід) О.В. Бартошук // Держава і регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2011. №2. С. 62-68.
28. Бабкін О.В. Спеціальні види туризму / Бабкін О.В.. – Ростов-на-Дону: Фенікс, 2008. – 252 с.
29. Проноза П.В. Аналіз стану туристичної галузі в Україні / П.В. Проноза // Управління розвитком. № 3(181). 2015. С. 56-63.
30. Проблеми та перспективи розвитку подієвого туризму в світі та Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/42341/1/%D0%9D%D0%9D%D0%86%D0%86%D0%9E%D0%A2\\_2020\\_%D0%91%D0%B0%D0%BA\\_%D0%91%D0%B5%D1%81%D0%BB%D0%B8%D0%BA\\_%D0%9B.%D0%AE..PDF](https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/42341/1/%D0%9D%D0%9D%D0%86%D0%86%D0%9E%D0%A2_2020_%D0%91%D0%B0%D0%BA_%D0%91%D0%B5%D1%81%D0%BB%D0%B8%D0%BA_%D0%9B.%D0%AE..PDF).
31. . Бейдик О.О., Гончарук А.О. Розвиток культурно-розважального туризму в Україні (на прикладі фестивального туризму) [Електронний ресурс] // 79 Географія та туризм. 2010. Вип. 8. С. 45-49. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt\\_2010\\_8\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2010_8_12). Заголовок з титлу екрану.

32. Онисько М.Б. Міжнародний туризм: світові тенденції та українські реалії [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://sd.net.ua/2012/05/24/turizmukraine-mir.html>.
33. Олійник В.В., Шикіна О.В. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип.14. С.487-490.
34. Чайка Юлія Богданівна [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:  
<http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/34533/1/%D0%A7%D0%B0%D0%B9%D0%BA%D0%B0%20%D0%AE.%D0%91.pdf>.
35. Н. Є. Паньків,. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА ПРИКЛАДІ РОЗРОБЛЕНОГО ІВЕНТ-ТУРУ "ВІДКРИЙ ДЛЯ СЕБЕ ПОКУТТЯ" [Електронний ресурс] / Н. Є. Паньків,, В. Р. Мороз – Режим доступу до ресурсу:  
[https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2018/28\\_5/19.pdf](https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2018/28_5/19.pdf).

## ДОДАТКИ

## Додаток А

Серія В02	<b>СВІДОЦТВО</b>	№ 742570
<b>ПРО ДЕРЖАВНУ РЕЄСТРАЦІЮ ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ-ПІДПРИЄМЦЯ</b>		
<b>ТРИГУБА ТЕТЯНА ВІКТОРІВНА</b>		
Ідентифікаційний номер фізичної особи-платника податків та інших обов'язкових платежів або номер та серія паспорта	3281216822	
Місце проживання фізичної особи-підприємця	29000, ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛ., МІСТО ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ, ВУЛИЦЯ МОЛОДІЖНА, БУДИНОК 17/1, КВАРТИРА 15	
Місце проведення державної реєстрації	ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ	
Дата проведення державної реєстрації	08.09.2009	
Номер запису в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців	2 673 000 0000 033694	
Державний реєстратор		БАБІЙ О. М.
М.П.		

## Додаток Б

74820-43



**ДЕРЖАВНА ПОДАТКОВА СЛУЖБА УКРАЇНИ**

**СВІДОЦТВО**  
платника єдиного податку

Серія Б №106733

1. Видане суб'єкту господарювання ТРИГУБА ТЕТЯНА ВІКТОРІВНА  
(найменування суб'єкта господарювання (для юридичної особи), прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи – підприємця)

3281216822
------------

  
(Код за ЄДРПОУ (для юридичної особи), реєстраційний номер облікової картки платника податків або серія та номер паспорта (для фізичної особи – підприємця\*))

2. Податкова адреса суб'єкта господарювання \_\_\_\_\_  
29000 М. ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ ВУЛ. МОЛОДІЖНА-1715

3. Дані документа, що підтверджує державну реєстрацію суб'єкта господарювання (юридичної особи або фізичної особи – підприємця відповідно до закону)  
. СВДОЦТВО № 2673000000033694 від 08/09/2009  
(назва, номер, дата)

4. Дата (період) обрання або переходу на спрощену систему оподаткування з 01 січня 20 12 року  
(словами)

5. Ставка єдиного податку 5,00%

6. Місце провадження господарської діяльності м.Хмельницький вул.Маршала Рибалка 2а

7. Вид або види господарської діяльності 63.30.0 - Послуги з організації подорожувань  
(номер та назва згідно з КВЕД, у разі здійснення виробництва – також назва товару (продукції), що виробляється))

Найменування органу державної податкової служби, що видав свідоцтво  
ДП у м.Хмельницькому

31 травня 20 12 року

(Прошок Т.М., підписка органу державної податкової служби)



\* Для фізичної особи, що через свої особисті персональні відношення від прийняття реєстраційного номеру облікової картки платника податків не встановила при ньому податковий орган і місце облітку у паспорті.

**Інспектор Підприємств Ольга Павлівна** ДОКУМЕНТА, ЯКИЙ ПОСВІДЧУЄ ОСОБУ

## Додаток В

1010106		ЗаТВЕРДЖЕНО		10101010		
Відомості про особу (прізвище, ім'я, по батькові)		Наказ Міністерства фінансів України 19 червня 2015 року № 178 за змінами від 17.05.2017 № 300				
01	<b>ПОДАТКОВА ДЕКЛАРАЦІЯ ПЛАТНИКА ЄДИНОГО ПОДАТКУ - ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ - ПІДПРИЄМЦЯ</b>			01	<input checked="" type="checkbox"/>	звітна
				02	<input type="checkbox"/>	звітна форма
				03	<input type="checkbox"/>	співзвітна
				04	<input type="checkbox"/>	розрахунок <sup>а</sup>
02	Податковий (звітний) період: <input type="checkbox"/> I квартал <input type="checkbox"/> півріччя <input type="checkbox"/> три квартали <input checked="" type="checkbox"/> рік <input type="checkbox"/> _____ року <small>(співзвітна декларація)</small>					
03	Податковий (звітний) період, який уточнюється: <input type="checkbox"/> I квартал <input type="checkbox"/> півріччя <input type="checkbox"/> три квартали <input type="checkbox"/> рік _____ року <small>(співзвітна декларація)</small>					
04	2225 ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДІС У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ, ХМЕЛЬНИЦЬКА ДІП (МХМЕЛЬНИЦЬКІЙ) <small>(найменування підприємства, організації, фізичної особи, що здійснює діяльність)</small>					
05	Пітамок	<b>Тригуба Тетяна Вікторівна</b> <small>(прізвище, ім'я, по батькові повністю або частково, ініціаліальні літери прізвища)</small>				
06	Податкова адреса	29008, ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛ., М. ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ, ВУЛ. МОЛОДЕЖНА, БУД. 17/1, КВ. 15 <small>(найменування підприємства, організації, фізичної особи повністю)</small>				
07	Рестраційний номер облігової картки платника податків або серія та номер паспорта <sup>1</sup>	3281216822				
<b>I. ЗАГАЛЬНІ ПОКАЗНИКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b>						
08	Розрахунок чисельності зайнятих працівників у звітному періоді (особі)				1	
Види підприємницької діяльності у звітному періоді <sup>2</sup> :						
09	Код згідно з КВЕД	Назва згідно з КВЕД				
	79.11	Діяльність туристичних агентств				
<b>II. ПОКАЗНИКИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ ПЕРШОЇ ГРУПИ</b>						
Шестицифровий аналітичний код, грн., коп.						
I квартал		II квартал		IV квартал		
Назва показника				Код рядка	Обсяг (грн., коп.) <sup>3</sup>	
Обсяг доходу за звітний (податковий) період відповідно до статті 292 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України (згідно з підпунктом 1 пункту 291.4 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України)				01		
Обсяг доходу, що оподаткований за ставкою 15 відсотків (згідно з пунктом 293.4 статті 293 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України), у звітному (податковому) періоді <sup>4</sup>				02		
<b>III. ПОКАЗНИКИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ ДРУГОЇ ГРУПИ</b>						
Шестицифровий аналітичний код, грн., коп.						
I квартал		II квартал		IV квартал		
Назва показника				Код рядка	Обсяг (грн., коп.) <sup>3</sup>	
Обсяг доходу за звітний (податковий) період відповідно до статті 292 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України (згідно з підпунктом 1 пункту 291.4 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України)				03		
Обсяг доходу, що оподаткований за ставкою 15 відсотків (згідно з пунктом 293.4 статті 293 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України), у звітному (податковому) періоді <sup>4</sup>				04		
<b>IV. ПОКАЗНИКИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ ТРЕТЬОЇ ГРУПИ</b>						
Назва показника						
				Код рядка	Обсяг (грн., коп.) <sup>3</sup>	
Обсяг доходу за звітний (податковий) період, що оподатковується за ставкою 3%				05		
Обсяг доходу за звітний (податковий) період, що оподатковується за ставкою 3%				06	497884,58	
Обсяг доходу, що оподаткований за ставкою 15 відсотків (згідно з пунктом 293.4 статті 293 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України), у звітному (податковому) періоді <sup>4</sup>				07		

**V. ВИЗНАЧЕННЯ ПОДАТКОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ДО СДІВНОМУ ПОДАТКУ<sup>2</sup>**

Назва показника	Код рядка	Обсяг грош., коп. /
Відомий суми доходу за звітний (податковий) період (сума значень рядків 01 + 02 + 03 + 04 + 05 + 06 + 07)	08	497884,58
Сума податку за ставкою 15% (рядок 02 + рядок 04 + рядок 07) x 15%	09	
Сума податку за ставкою 3% (рядок 05 x 3%)	10	
Сума податку за ставкою 5% (рядок 06 x 5%)	11	24894,23
Варіаційно відомий за звітний (податковий) період (рядок 9 + рядок 10 + рядок 11)	12	24894,23
Варіаційно за попередній звітний (податковий) період (значення рядка 12 декларації попереднього звітного (податкового) періоду)	13	22396,97
Сума сандого податку, яка підлягає зарахуванню та сплаті в бюджет за підсумком поточного звітного (податкового) періоду (рядок 12 - рядок 13)	14	2497,26

**VI. ВИЗНАЧЕННЯ ПОДАТКОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ У ЗВ'ЯЗКУ З ВІНПРАВЛЕННЯМ САМОСТІЙНО ВИВІДЛЕНИХ ПОМИЛКІВ<sup>3</sup>**

Назва показника	Код рядка	Обсяг грош., коп. /
Сума сандого податку, яка підлягає зарахуванню до бюджету, за звітним звітним (податковим) періодом, в якому виявлено помилка (рядок 14 звітної декларації) <sup>4</sup>	15	
Відомий суми податкових зобов'язань за звітний (податковий) період, у якому виявлено помилка	16	
<b>Розрахунок у зв'язку з виправленням помилок:</b>		
Відомий суми, яка підлягає зарахуванню до бюджету (рядок 16 - рядок 15, якщо рядок 16 > рядка 15)	17	
Відомий суми, яка підлягає зарахуванню до бюджету (рядок 16 - рядок 15, якщо рядок 16 < рядка 15)	18	
Сума штрафу, яка нарахована платником податку за самостійно у зв'язку з виправленням помилок, - % (рядок 17 x 3% або 17 x 5%) <sup>5</sup>	19	
Сума грош., яка нарахована платником податку за самостійно відомий до відступку 129.1.2 пункту 129.1 статті 129 півні 12 розділу II Податкового кодексу України	20	

Додаток до податкової декларації (заповнюється і подається відповідно до пункту 46.4 статті 46 глави 2 розділу II Податкового кодексу України) як - др.

№ за \_\_\_\_\_

Дата подання декларації: 08.01.2020

**Інформація про особу, уповноважену на заповнення декларації**

Прізвище, ім'я, по батькові уповноваженої особи \_\_\_\_\_

Регістраційний номер облікової картки платника податків \_\_\_\_\_

або серія та номер паспорта<sup>6</sup> \_\_\_\_\_

Фізична особа - платник податку \_\_\_\_\_

або уповноважена особа \_\_\_\_\_

**Т. В. ТРИГУБА**

**На частину податкової декларації заповнюється відповідною особою органу державної податкової служби**

Верстка цієї декларації дана до електронної бази податкової служби \*... 20 року

Верстка цієї декларації дана до електронної бази податкової служби \*... 20 року №

<sup>2</sup> Податок з доходів громадян визначається за загальною ознакою, за винятком випадків, передбачених статтею 170 цього Кодексу.

<sup>3</sup> Згідно з пунктом 46.4 статті 46 глави 2 розділу II Податкового кодексу України, якщо платник податку у зв'язку з виправленням помилок подає декларацію за звітний період, в якому виявлено помилка, він зобов'язаний додати до цієї декларації додаток, заповнений відповідно до пункту 46.4 статті 46 глави 2 розділу II Податкового кодексу України.

<sup>4</sup> Згідно з пунктом 46.4 статті 46 глави 2 розділу II Податкового кодексу України, якщо платник податку у зв'язку з виправленням помилок подає декларацію за звітний період, в якому виявлено помилка, він зобов'язаний додати до цієї декларації додаток, заповнений відповідно до пункту 46.4 статті 46 глави 2 розділу II Податкового кодексу України.

<sup>5</sup> Згідно з пунктом 46.4 статті 46 глави 2 розділу II Податкового кодексу України, якщо платник податку у зв'язку з виправленням помилок подає декларацію за звітний період, в якому виявлено помилка, він зобов'язаний додати до цієї декларації додаток, заповнений відповідно до пункту 46.4 статті 46 глави 2 розділу II Податкового кодексу України.

<sup>6</sup> Згідно з пунктом 46.4 статті 46 глави 2 розділу II Податкового кодексу України, якщо платник податку у зв'язку з виправленням помилок подає декларацію за звітний період, в якому виявлено помилка, він зобов'язаний додати до цієї декларації додаток, заповнений відповідно до пункту 46.4 статті 46 глави 2 розділу II Податкового кодексу України.

F0102306

Відомості про податковий зобов'язаний (підприємство, фізична особа, дата, місцевий номер)
--

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ Міністерства фінансів України

19 червня 2015 року № 578

(зі змінами, затверджено наказом Міністерства фінансів  
України від 17 березня 2017 року № 309)

01	ПОДАТКОВА ДЕКЛАРАЦІЯ ПЛАТНИКА ЄДИНОГО ПОДАТКУ - ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ - ПІДПРИЄМЦІ подається за кварталний податковий (звітний) період або з метою отримання довідки про доходи за звітний період, ніж кварталний (річний) податковий (звітний) період ****	01	<input checked="" type="checkbox"/>	Звітний
		02	<input type="checkbox"/>	Звітний згодом
		03	<input type="checkbox"/>	Уточнюючий
		04	<input type="checkbox"/>	Додатковий*
02	Податковий (звітний) період: <input type="checkbox"/> I квартал <input type="checkbox"/> II квартал <input type="checkbox"/> III квартал <input checked="" type="checkbox"/> IV квартал <input type="checkbox"/> року <input type="text" value="2020"/> року <small>(назва/номер підприємства)</small>			
03	Податковий (звітний) період, який уточнюється: <input type="checkbox"/> I квартал <input type="checkbox"/> II квартал <input type="checkbox"/> III квартал <input type="checkbox"/> IV квартал <input type="checkbox"/> року <input type="text" value=""/> року <small>(назва/номер підприємства)</small>			
04	<b>ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ, ХМЕЛЬНИЦЬКЕ УПРАВЛІННЯ, ХМЕЛЬНИЦЬКА ДПС (М.ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ)</b> <small>(назва/номер підприємства, фізичної особи, дата, місцевий номер)</small>			
05	Платник	<b>ТРИГУБА ТЕТЯНА ВІКТОРІВНА</b> <small>(назва/номер підприємства, фізичної особи, дата, місцевий номер)</small>		
06	Податкова адреса	<b>УКРАЇНА, 29000, ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСТЬ, М.ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ, ВУЛ. МОЛОДІЖНА, БУД. 17, КОРП. 1, КВ.15</b> <small>(назва/номер підприємства, фізичної особи, дата, місцевий номер)</small>		
07	Регістраційний номер облікової картки платника податків або серія та номер паспорта <sup>1</sup>	1281216822		
<b>І. ЗАГАЛЬНІ ПОКАЗНИКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b>				
08	Фактична чисельність працівників у звітному періоді (осіб)	0		
09	Види підприємницької діяльності у звітному періоді <sup>2</sup>			
	Код згідно з КВЕД	Назва згідно з КВЕД		
1	79.11	Діяльність туристичного агентства		
<b>II. ПОКАЗНИКИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ ПЕРШОЇ ГРУПИ</b>				
Щорічний аналіз за місяць, грн., коп.				
I квартал		II квартал		III квартал
-		-		-
IV квартал		-		-
Назва податника				
		Код рядка	Обсяг (грн., коп.) <sup>3</sup>	
Обсяг доходу за звітний (податковий) період відповідно до статті 292 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України (згідно з підпунктом 1 пункту 291.4 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України)		01	-	
Обсяг доходу, що оподатковується за ставкою 15 відсотків (згідно з пунктом 293.4 статті 293 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України), у звітному (податковому) періоді <sup>4</sup>		02	-	
<b>III. ПОКАЗНИКИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ ДРУГОЇ ГРУПИ</b>				
Щорічний аналіз за місяць, грн., коп.				
I квартал		II квартал		III квартал
-		-		-
IV квартал		-		-
Назва податника				
		Код рядка	Обсяг (грн., коп.) <sup>3</sup>	
Обсяг доходу за звітний (податковий) період відповідно до статті 292 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України (згідно з підпунктом 2 пункту 291.4 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України)		03	-	
Обсяг доходу, що оподатковується за ставкою 15 відсотків (згідно з пунктом 293.4 статті 293 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України), у звітному (податковому) періоді <sup>4</sup>		04	-	
<b>IV. ПОКАЗНИКИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ ТРЕТЬОЇ ГРУПИ</b>				
Назва податника				
		Код рядка	Обсяг (грн., коп.) <sup>3</sup>	
Обсяг доходу за звітний (податковий) період, що оподатковується за ставкою 3 %		05	-	
Обсяг доходу за звітний (податковий) період, що оподатковується за ставкою 5 %		06	144635.71	
Обсяг доходу, що оподатковується за ставкою 15 відсотків (згідно з пунктом 293.4 статті 293 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України), у звітному (податковому) періоді <sup>4</sup>		07	-	
<b>V. ВИВЧАЧЕННЯ ПОДАТКОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПО ЄДИНОМУ ПОДАТКУ <sup>5</sup></b>				
Назва податника		Код рядка	Обсяг (грн., коп.) <sup>3</sup>	
Загальна сума податку за звітний (податковий) період (сума за рядки 01 + 02 + 03 + 04 + 05 + 06 + 07)		08	144635.71	
Сума податку за ставкою 15 % (рядок 02 + рядок 04 + рядок 07) x 15 %		09	-	
Сума податку за ставкою 3 % (рядок 05 x 3 %)		10	-	
Сума податку за ставкою 5 % (рядок 06 x 5 %)		11	7231.79	
Паралельно всього за звітний (податковий) період (рядок 9 + рядок 10 + рядок 11)		12	7231.79	
Паралельно за попередній звітний (податковий) період (звітний рядок 12 декларації попереднього звітного (податкового) періоду)		13	6854.97	
Сума єдиного податку, яка відображає паралельно за статті в бюджет та місцевим бюджетом звітного звітного (податкового) періоду (рядок 12 - рядок 13)		14	346.82	

VI. ВИВНЕСЕННЯ ПОДАТКОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ У ЗВ'ЯЗКУ З ВІНПРАВЛЕННЯМ САМОСТІЙНО ВИВЕЗЕННЯ ПОМИ ЗОК <sup>*</sup>		
Назва податку	Код рядка	Обсяг (грн., мін.) <sup>†</sup>
Сума єдиного податку, яка підлягає перерахуванню до бюджету, за даними звітного (податкового) періоду, в якому виникла податна (рядок 14 відповідної декларації) <sup>**</sup>	15	-
Уточнена сума податкових зобов'язань за звітний (податковий) період, у якому виникла податна	16	-
<b>Розрахунок у зв'язку з виправленням помилок:</b>		
Виправлена сума, яка підлягає перерахуванню до бюджету (рядок 16 - рядок 15, якщо рядок 16 > рядок 15)	17	-
Виправлена сума, яка підлягає перерахуванню до бюджету (рядок 16 - рядок 15, якщо рядок 16 < рядок 15)	18	-
Сума штрафів, яка нарахована клієнтами податку самостійно у зв'язку з виправленням помилок, - <sup>‡</sup> %рядок 17 + 3 % або 17 x 3 % <sup>§</sup>	19	-
Сума пені, яка нарахована платником податку самостійно відповідно до підпункту 129.1.2 пункту 129.1 статті 129 статті 12 розділу II Податкового кодексу України	20	-
<b>Додаток до податкової декларації (заповнюється і подається відповідно до пункту 46.4 статті 46 глави 2 розділу II Податкового кодексу України) на - грн.</b>		
№ за	Видаток документів	
1		

Дата подання декларації: **14.01.2021**

Інформація про особу, уповноважену на заповнення декларації	
Прізвище, ім'я, по батькові уповноваженої особи	
Регістраційний номер облікової картки платника податків або серія та номер паспорта <sup>†</sup>	<b>3281216822</b>

Фірма особи - платник податку  
або уповноважена особа**ТРИГУБА ТЕТЬЯНА ВІКТОРИВНА**

На частину декларації заповнюється виключно мобільним контрольною органом	
<input type="checkbox"/> Використати про внесення даних до електронної бази податкової звітності "____" _____ 20____ року	
<small>Ідентифікатор мобільного контролю (ІМКОМ) (код м.п. за адресою)</small>	
<input type="checkbox"/> За результатами контрольної перевірки декларації (контрольний підписаний)	Складено акт від "____" _____ 20____ року № _____
<small>Ідентифікатор мобільного контролю (ІМКОМ) (код м.п. за адресою)</small>	
"____" _____ 20____ року	

<sup>\*</sup> Подається з метою отримання даних про доходи за звітний період, згідно звітності (річної) податкової (звітної) період.<sup>\*\*</sup> Заповнюється номер календарного місяця, за який подається декларація з податком «Доходів».<sup>†</sup> Серія та номер паспорта зазначає фізична особа, яка має картку у паспорті про право здійснювати будь-які платежі за серією та номером паспорта.<sup>‡</sup> Код та назва виду економічної діяльності зазначається відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД).<sup>§</sup> Заповнюється нарахованим підсумком з початку року у гривнях з двома десятковими знаками після коми.<sup>\*</sup> **Включається:**

сума доходу, що перевищує обсяг, встановлений підпунктами 1, 2, 3 пункту 291.4 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України, у звітному (податковому) періоді;

сума доходу, отриманого від провадження діяльності, не зазначеної в реєстрі платників єдиного податку (для першої або другої групи), у звітному (податковому) періоді;

сума доходу, отриманого при застосуванні іншої способу розрахунку, ніж передбачено пунктом 291.6 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України, у звітному (податковому) періоді;

сума доходу, отриманого від здійснення видів діяльності, які не дають права на застосування спрощеної системи оподаткування, у звітному (податковому) періоді;

сума доходу, отриманого платником першої або другої групи від провадження діяльності, яка не передбачена в підпункті 1 або 2 пункту 291.4 статті 291 Кодексу;

<sup>†</sup> Заповнюється нарахованим підсумком з початку року (не заповнюється платником податку, що подає декларацію «Доходів»).<sup>‡</sup> Заповнюється платником податку, який уточнює податкові зобов'язання (не заповнюється платником податку, що подає декларацію «Доходів»). Для уточнення звітних періодів, що передували періоду запровадження нової форми декларації, у рядку 15 заповнюється сума єдиного податку, яка підлягає перерахуванню до бюджету, за даними звітного (податкового) періоду, в якому виникла податна (рядок 29 відповідної декларації, затвердженої наказом Міністерства фінансів України від 21 грудня 2011 року № 1488 «Про затвердження форми податкової декларації платника єдиного податку», зареєстрованою у Міністерстві юстиції України 27 грудня 2011 року за № 1533/202/11 (у редакції наказу Міністерства фінансів України від 07 листопада 2012 року № 1159)).<sup>§</sup> Заповнюється тільки як позитивне значення.<sup>†</sup> Вираховується платником у разі самостійного виявлення факту заниження податкових зобов'язань (пункт 50.1 статті 50 глави 2 розділу II Податкового кодексу України).

Р0101307

Вказати три квартали  
звітним (звітним) періодом: дата початку звітності

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
Наказ Міністерства фінансів України  
19 червня 2015 року № 378  
(у редакції наказу Міністерства фінансів України  
09.12.2020 року № 752)

1	<b>ПОДАТКОВА ДЕКЛАРАЦІЯ ПЛАТНИКА ЄДИНОГО ПОДАТКУ - ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ - ПІДПРИЄМЦІ</b>	01	<input checked="" type="checkbox"/>	Звітна
		02	<input type="checkbox"/>	Звітна звітна
		03	<input type="checkbox"/>	Узгоджена
		04	<input type="checkbox"/>	Довідкова*

2	Звітний (звітний) період	<input type="checkbox"/> I квартал	<input type="checkbox"/> II квартал	<input type="checkbox"/> III квартал	<input checked="" type="checkbox"/> X	ррр	<input type="checkbox"/>	2021	рррр
---	--------------------------	------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------------	-----	--------------------------	------	------

3	Звітний (звітний) період, який узгоджується	<input type="checkbox"/> I квартал	<input type="checkbox"/> II квартал	<input type="checkbox"/> III квартал	<input type="checkbox"/>	ррр	<input type="checkbox"/>		рррр
---	---	------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------	-----	--------------------------	--	------

4	<b>ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ, ХМЕЛЬНИЦЬКА ДП (МХМЕЛЬНИЦЬКІЙ)</b>								
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

5	Платник	<b>ТРИГУБА ТЕТЯНА ВІКТОРІВНА</b>							
---	---------	----------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

6	Податкова адреса	<b>УКРАЇНА, 29008, ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСТЬ, МХМЕЛЬНИЦЬКІЙ, ВУЛ. МОЛОДІЖНА, БУД. 17/1, КВ.15</b>							
	Електронна адреса		Телефон	<b>80970605506</b>					

7	Регістраційний номер облікової картки платника податків або серія (за відсутності) та номер паспорта <sup>1</sup>	3281216822
---	---	------------

8	8.1	платника податку, що подає декларацію за звітний податковий (звітний) період, на який вказана дата державної реєстрації підприємства <sup>2</sup>
	8.2	платника податку, що подає декларацію за звітний податковий (звітний) період, в якому здійснено перехід на систему оподаткування платника і об'єкта

<b>І. ЗАГАЛЬНІ ПОКАЗНИКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b>		
9	Фізична чисельність найвищих посадовців у звітному періоді ( осіб )	0

10	Види підприємницької діяльності у звітному періоді <sup>3</sup>	
	Код згідно з КВЕД	Назва згідно з КВЕД
1	79.11	Діяльність туристичних агентств

<b>II. ПОКАЗНИКИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ ПЕРШОЇ ГРУПИ</b>					
Щорічний звітний показник, грн., млн					
I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал		
-	-	-	-		
Назва показника				Код рядка	Обсяг (грн., млн.) <sup>4</sup>
Обсяг доходу за звітний (звітний) період відповідно до статті 292 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України (зіставно з підпунктом 1 пункту 293.4 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України)				01	-
Обсяг доходу, що оподаткований за ставкою 1% відсотків (зіставно з пунктом 293.4 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України), у звітному (звітновідомому) періоді				02	-

<b>III. ПОКАЗНИКИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ ДРУГОЇ ГРУПИ</b>					
Щорічний звітний показник, грн., млн					
I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал		
-	-	-	-		
Назва показника				Код рядка	Обсяг (грн., млн.) <sup>4</sup>
Обсяг доходу за звітний (звітний) період відповідно до статті 292 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України (зіставно з підпунктом 2 пункту 293.4 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України)				03	-
Обсяг доходу, що оподаткований за ставкою 1% відсотків (зіставно з пунктом 293.4 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України), у звітному (звітновідомому) періоді				04	-

<b>IV. ПОКАЗНИКИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ ТРЕТЬОЇ ГРУПИ</b>					
Назва показника					
Обсяг доходу за звітний (звітний) період, що оподатковується за ставкою 1%				05	-
Обсяг доходу за звітний (звітний) період, що оподатковується за ставкою 5%				06	380443,17
Обсяг доходу, що оподаткований за ставкою 1% відсотків (зіставно з пунктом 293.4 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України), у звітному (звітновідомому) періоді				07	-

<b>V. ВИВІЩЕННЯ ПОДАТКОВИХ КОДОВИДАНЬ ВОЄДИНОМУ ПОДАТКУ</b>					
Назва показника					
Кодові види доходів за звітний (звітний) період (сума звітних рядків 01 + 02 + 03 + 04 + 05 + 06 + 07)				08	380443,17
Сума податку за ставкою 15% (рядок 02 + рядок 04 + рядок 07) x 15 %				09	-

Сума податку за ставкою 3 % (рядок 01 + 3 %)	10	-
Сума податку за ставкою 5 % (рядок 06 + 5 %)	11	19322.16
Нархований збиток за звітний (податковий) період (рядок 9 + рядок 10 + рядок 11)	12	19322.16
Нархований за попередній звітний (податковий) період (звичайний рядок 12 декларації попереднього звітного (податкового) періоду)	13	13070.36
Сума єдиного податку, яка відображає зарплатування та сплачує в бюджет за підсумками звітного звітного (податкового) періоду (рядок 12 + рядок 13)	14	6251.80
<b>VI. ВИНАЧЕННЯ ПОДАТКОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ У ЗВ'ЯЗКУ З ВИПРАВЛЕННЯМ САМОСТІЙНО ВИЯВЛЕНИХ ПОМИЛОК</b>		
Назва помилки	Код рядка	Обсяг (грн., коп.) <sup>4</sup>
Сума єдиного податку, яка відображає зарплатування до бюджету, за даними звітного (податкового) періоду, в якому виявлено помилку (рядок 14 відповідної декларації)	15	-
Уточнена сума податкових зобов'язань за звітний (податковий) період, у якому виявлено помилку	16	-
<b>Результат у зв'язку з виправленням помилок:</b>		
Збільшена сума, яка подлягає перерахуванню до бюджету (рядок 16 - рядок 15, якщо рядок 16 - рядок 15)	17	-
Зменшена сума, яка подлягає перерахуванню до бюджету (рядок 16 - рядок 15, якщо рядок 16 - рядок 15)	18	-
Сума штрафів, яка нарахована платником податку самостійно у зв'язку з виправленням помилок, - * (рядок 17 + 3 % або 17 + 5 %)	19	-
Сума пені, яка нарахована платником податку самостійно відповідно до підпункту 129.1.3 пункту 129.1 статті 129.1 Закону України Про Податковий кодекс України	20	-
<b>VII. ВИНАЧЕННЯ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПІ СПЛАТИ ЄДИНОГО ВІНДЕКСУ ЗА ДАНИМИ ЗВІТНОГО (ПОДАТКОВОГО) ПЕРІОДУ</b>		
Назва помилки	Код рядка	Обсяг (грн., коп.) <sup>4</sup>
Сума єдиного ввіндексу, яка подлягає сплаті на зобов'язання розумки, за даними звітного (податкового) періоду (рядок Увіндексу графа 4 рядку 9 податку 1)	21	3960.00
Додатково до поданої декларації (зазначається 1 податковий відомістю до пункту 46.4 статті 46 Закону Про Податковий кодекс України на - при.		
№ ст.	Вид документа	
1	-	
1	Додаток 1 "Відомості про суми нарахованого податку застрахованими осіб та суми нарахованого єдиного ввіндексу" <sup>4</sup>	X

Дата подання декларації:

11.01.2022

<b>Інформація про особу, зобов'язану на подання декларації</b>	
Прізвище, ім'я, по батькові зупомовленої особи	
Регістраційний номер облікової картки платника податків або серія (за відсутності) та номер паспорта <sup>5</sup>	

Фізична особа - платник податку  
або зупомовлена особа**ТРИГУБА ТЕТЯНА ВІКТОРІВНА**

особа

особа та громадянин

<b>На частину декларації зазначається відповідно до вимог контролюючих органів</b>	
<input type="checkbox"/> Відсутня про внесення даних до електронної бази податкової звітності *	_____ 20__ року
<small>(вказати назву контролюючого органу, ознаки та прізвища)</small>	
<input type="checkbox"/> За результатами камеральної перевірки декларації (виробничі показники)	
<input type="checkbox"/> порушень (помилки) не виявлено	Складено акт від * _____ 20__ року № _____
<small>(вказати назву контролюючого органу, ознаки та прізвища)</small>	
* _____ 20__ року	

\* Податки з метою отримання доходу про доходи за звітний період, ніж квартальний (річний) податковий (звітний) період призначення пенсії матеріального забезпечення, страховий внесок. Для призначення пенсії матеріального забезпечення, страховий внесок обов'язково зазначається тип декларації "Вітня" або "Вітня мама" з податковим повідомленням "Додаток". Так декларації "Уточнювачі" про подання Додатку 1 "Відомості про суми нарахованого податку застрахованими осіб та суми нарахованого єдиного ввіндексу" (додаток - Додаток 1) для призначення пенсії матеріального забезпечення, страховий внесок не зазначається. У разі подання декларації для отримання доходу обов'язково зазначається тип декларації "Додаток", податковий звітний звітний період за даними податку в рядках V та VI декларації не зазначається та Додаток 1 не податється. Подання таких декларацій не впливає на внесення відомостей до бази податкової звітності у строк, встановлений для квартального (річного) податкового (звітного) періоду.

\*\* Для отримання доходу про доходи платником зазначається номер календарного місяця, за який податється декларація з податком "Додаток". Для призначення пенсії матеріального забезпечення та страхового внеску за загальнооб'єктивними критеріями державним соціальним страхуванням зазначається приблизним номером від 1 до 12 номер календарного місяця, в якому виставляється пенсія.

Серія (за відсутності) та номер паспорта зазначають фізична особа, які через регіональну перекладку відносяться від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та офіційно повідомляють про це відповідний контролюючий орган і номер відомості у паспорті.

<sup>3</sup> У разі подання декларації за останній податковий (звітний) період (квартал, півріччя, три квартали), на який прийнято дані державної реєстрації призначення пенсії за способом пенсії і зборів платником єдиного ввіндексу зазначається від обов'язку подання декларації у строк, встановлений для речового податкового (звітного) періоду (пункт 294.6 статті 294, підпункт 296.5.1 пункту 296.5 статті 296 Закону Про Податковий кодекс України).

<sup>4</sup> Код та назва виду економічної діяльності зазначаються відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД, ДК 009:2010).

<sup>5</sup> Зазначається зарплатування підсумком з початку року у гривнях з двома десятковими знаками після коми.

**\* Включається:**

сума доходу, що перевищує обсяги, визначені статтями 1, 2, 3 пункту 291.4 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України, у звітному (оподатковому) періоді;

сума доходу, отриманого від провадження діяльності, не зазначеної в реєстрі платників єдиного податку (для першої або другої групи), у звітному (оподатковому) періоді;

сума доходу, отриманого при застосуванні іншого способу розрахунку, ніж передбачено пунктом 291.6 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України, у звітному (оподатковому) періоді;

сума доходу, отриманого від здійснення видів діяльності, які не дають права на застосування спрощеної системи оподаткування, у звітному (оподатковому) періоді;

сума доходу, отриманого платниками першої або другої групи від провадження діяльності, яка не передбачена в підпункті 1 або 2 пункту 291.4 статті 291 Кодексу;

\* Значиться тільки як позитивне значення

\* Визначається платником у разі спосівного виявлення факту заниження податкового зобов'язання (пункт 50.1 статті 50 глави 2 розділу III Податкового кодексу України)

\* Додаток 1 є невід'ємною частиною декларації, подається та заповнюється фізичною особою - підприємцем - платником єдиного податку першої - третьої груп, відомістю до пунктів 296.2 та 296.3 статті 296 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України, та всієї платником єдиного внеску відповідно до пункту 4 частини першої статті 4 Закону України "Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування". Додаток 1 не подається та не заповнюється зазначеними платниками, за умови дотримання ними умов, визначених частинами 4 та 6 статті 4 Закону України "Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування", що дають право на звільнення таких осіб від збору та обліку єдиного внеску. Такі особи можуть подати Додаток 1 виключно за умови їх добровільної участі у системі загальнообов'язкового державного соціального страхування.

## Додаток Г

Серія АВ	<b>ЛІЦЕНЗІЯ</b>	№ 467768
<b>Міністерство культури і туризму України ДЕРЖАВНА СЛУЖБА ТУРИЗМУ І КУРОРТІВ</b>		
<b>Вид господарської діяльності</b>	<b>турагентська діяльність</b>	
<b>Прізвище, ім'я, по-батькові фізичної особи-підприємця</b>	<b>ТРИГУБА ТЕТЯНА ВІКТОРІВНА</b>	
<b>Місцепроживання фізичної особи - підприємця</b>	<b>29000, м.Хмельницький, вул.Молодіжна, буд.17/1, кв.15</b>	
<b>Ідентифікаційний номер фізичної особи - платника податків та інших обов'язкових платежів</b>	<b>3281216822</b>	
<b>Дата прийняття та номер рішення про видачу ліцензії 18/09/2009 №20</b>		
<b>Строк дії ліцензії</b>	<b>з 18/09/2009 до 18/09/2014</b>	
<b>Номер в ліцензійному реєстрі - 6908</b>		
<b>Заступник Голови Держтуризмкурортів</b>		<b>С.В.Сьомкін</b>
<b>Дата видачі ліцензії</b>	<b>23 ВЕР 2009</b>	
		

## Додаток Д



### ВИТЯГ з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб- підприємців та громадських формувань

Відповідно до статті 11 Закону України "Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань" на запит: **ТРИГУБА ТЕТЯНА ВІКТОРІВНА** від **22.06.2021** за кодом **246354735743** станом на **22.06.2021 19:32:24** відповідно до наступних критеріїв пошуку:

*Прізвище, ім'я та по батькові фізичної особи-підприємця:* Тригуба Тетяна Вікторівна

*Реєстраційний номер облікової картки платника податків або паспортні дані фізичної особи - підприємця:* XXXXXXXXXXXX

*Точний пошук за прізвищем та ім'ям:* Так

*До документу внести:*

Країна громадянства

Місцезнаходження (місце проживання або інша адреса, за якою здійснюється зв'язок з фізичною особою - підприємцем)

Види діяльності

Дата та номер запису в Єдиному державному реєстрі

Інформація для здійснення зв'язку з фізичною особою - підприємцем

Відомості про осіб, які можуть вчиняти дії від імені фізичної особи - підприємця, у тому числі підписувати договори, тощо

Місце зберігання реєстраційної справи в паперовій формі

Дані про надання відомостей з Єдиного державного реєстру

Відомості, отримані в порядку інформаційної взаємодії між Єдиним державним реєстром та інформаційними системами державних органів

Відомості про смерть фізичної особи - підприємця, визнання її безвісно відсутньою або оголошення її померлою

Дані про хронологію реєстраційних дій

надається інформація з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (ЄДР) у кількості 1 записів:

#### **Запис 1**

**Прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи-підприємця:**

ТРИГУВА ТЕТЯНА ВІКТОРІВНА

**Актуальний стан на фактичну дату та час формування:**

зарєєстровано

**Країна громадянства фізичної особи-підприємця:**

Україна

**Місцезнаходження фізичної особи-підприємця:**

Україна, 29000, Хмельницька обл., місто Хмельницький, ВУЛИЦЯ МОЛОДІЖНА, будинок 17/1, квартира 15

**Види економічної діяльності:**

79.11 Діяльність туристичних агентств (основний)

**Дата та номер запису в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань:**

Дата запису: 08.09.2009 Номер запису: 26730000000033694

**Прізвища, імена, по батькові осіб, які мають право вчиняти юридичні дії від імені фізичної особи - підприємця без довіреності, у тому числі підписувати договори, дані про наявність обмежень щодо представництва від імені фізичної особи-підприємця:**

Відомості відсутні

**Місце зберігання реєстраційної справи в паперовій формі:**

Хмельницька районна державна адміністрація Хмельницької області

**Дані про надання відомостей з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань:**

Відомості відсутні

**Відомості, отримані в порядку інформаційної взаємодії між Єдиним державним реєстром юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань та інформаційними системами державних органів:**

09.09.2009, 74820, ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ, ХМЕЛЬНИЦЬКЕ УПРАВЛІННЯ, ХМЕЛЬНИЦЬКА ДПІ (М.ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ), 43142957, (дані про взяття на облік як платника податків)

09.09.2009, 46378, ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ,  
ХМЕЛЬНИЦЬКЕ УПРАВЛІННЯ, ХМЕЛЬНИЦЬКА ДПІ (М.ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ), 43142957, 7,  
(дані про взяття на облік як платника єдиного внеску)

***Дані про хронологію реєстраційних дій:***

Державна реєстрація фізичної особи підприємцем, 08.09.2009 12:47:28,  
26730000000033694, Вабій О.М., Виконавчий комітет Хмельницької міської  
ради;

Державна реєстрація змін до відомостей про фізичну особу - підприємця,  
16.05.2012 12:14:13, 26730010001033694, Зміна видів економічної  
діяльності., Демещька Н.І., Виконавчий комітет Хмельницької міської  
ради;

***Відомості про смерть фізичної особи - підприємця, визнання її безвісно відсутньою або оголошення її померлою:***

Відомості відсутні

***Інформація для здійснення зв'язку:***

80636476451

***Дата та час формування витягу:***

22.06.2021 19:33:25

Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань знаходиться у стані формування. Інформація про юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань та зареєстрованих до 01.07.2004 та не включених до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань отримується в органі виконавчої влади, в якому проводиться державна реєстрація.

## Додаток Е

м. Хмельницький лютого 2022 р.	<b>ДОГОВІР 76240809</b> на туристичне обслуговування	«11»								
<p>ФОП Тригуба Т.В., назване у подальшому «Турагент» (розмір фінансової гарантії відповідальності Турагента складає еквівалент суми 2000 Євро, яка надана ТОВ «ІЗІ Фінанс», згідно Договору про надання банківської гарантії виконання зобов'язань №Г-190314 від 14 березня 2019 р.), в особі Тригуби Тетяни Вікторівни, що діє на підставі свідоцтва, який діє від імені та за дорученням Туроператора ТОВ «Туристична Компанія «Анекс Тур» (адреса: 02121, м. Київ, вул. Харківське шосе, 201-203,2А, група нежилих прим.№53, офіс № 1, тел. (044) 591 1 591, ліцензія на право заняття туроператорською діяльністю серія АГ № 581096 від 17 травня 2012 року) на підставі Договору №1081А/12 від «04» квітня 2012 р., з одного боку _____ названий у подальшому «Турист», з другого боку, названі в подальшому «Сторони», уклали даний Договір про наступне:</p>										
<b>1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ</b>										
<p>1.1. Турагент зобов'язується відповідно до замовлення Туриста й особам, що слідують з ним, забезпечити надання комплексу туристичних послуг (туристичний продукт) Туристу, а Турист зобов'язується на умовах даного Договору прийняти та оплатити їх.</p> <p>1.2. Турист здійснює вибір туристичних послуг із запропонованих Турагентом на свій розсуд і за своїм побажанням.</p> <p>1.3. Турагент/Туроператор виступає як посередник між Туристом, з одного боку, і транспортними, страховими компаніями, готелями й іншими підприємствами, установами, з іншого боку. По угодах, оформлених Турагентом/Туроператором, здобуває права і стає зобов'язаним Турист, навіть якщо Турагент/Туроператор і був названий в угоді, чи вступив у безпосередні відносини по виконанню угоди, зробивши юридичні дії (оплати, оформлення документів і т.д.).</p>										
<b>2. УМОВИ ТА СТРОКИ ТУРИСТИЧНОЇ ПОДОРОЖІ (ЗАМОВЛЕННЯ)</b>										
<p>2.1. Туристична подорож здійснюється у складі (вказуються кількість туристів та відомості про них; при подорожі туриста/ів з дітьми, дата народження дитини вказується обов'язково): 76240809</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">MR</td> <td style="width: 35%;">NO NAME</td> <td style="width: 20%;">20.05.2000</td> <td style="width: 30%;">FF 058040 до 11.10.2026</td> </tr> <tr> <td>MRS</td> <td>NO NAME</td> <td>16.08.2000</td> <td>GA 689575 до 12.07.2031</td> </tr> </table>			MR	NO NAME	20.05.2000	FF 058040 до 11.10.2026	MRS	NO NAME	16.08.2000	GA 689575 до 12.07.2031
MR	NO NAME	20.05.2000	FF 058040 до 11.10.2026							
MRS	NO NAME	16.08.2000	GA 689575 до 12.07.2031							
<p>2.2. Країна та місце призначення: Домінікана</p> <p>2.3. Термін подорожі: з «17» лютого 2022 р. по «26» лютого 2022 р.</p> <p>2.4. Транспортне обслуговування*: літаком із МА «Бориспіль» за маршрутом KBP- LRM -KBP</p>										
QU 4493 AZUR AIR UKRAINE NEW (B-767-300 BC) 17.02.2022 Київ (KBP-D 07:30) -> Ла Романа (LRM 14:00)										
QU 4490 AZUR AIR UKRAINE NEW (B 777-300) 26.02.2022 Ла Романа (LRM 11:00) -> Київ (KBP-D 04:30+1)										
<p>2.5. Розміщення в готелі (в т.ч. транзитне): Tropical Deluxe Princess (5 *****) / Tropical Deluxe / DBL</p> <p>2.6. Поселення до готелю** «17» лютого 2022 р. по «26» лютого 2022 р.</p> <p>2.7. Трансфер:</p>										
Трансфер: Group transfer Airport-Hotel (DOM) (Tropical Deluxe Princess, Tropical Deluxe, AI, Ла Романа—>Пунта Кана) 17.02.2022 - 17.02.2022										
Трансфер: Group transfer Hotel-Airport (DOM) (Tropical Deluxe Princess, Tropical Deluxe, AI, Пунта Кана—>Ла Романа) 26.02.2022 - 26.02.2022										
<p>Харчування: AI</p> <p>Страхування:</p>										
ETI Basic ANTI COVID-19 (40000 USD) 17.02.2022 - 26.02.2022										
<p>Додаткові або інші умови подорожі, додаткові послуги (побажання***): відсутні</p> <p>2.9. Інші суб'єкти туристичної діяльності, які надають туристичні послуги, включені до туристичного продукту (у тому числі приймаюча сторона): відсутні</p>										
<p>* Графік руху за маршрутом, аеропорт, дату та час вильоту, тип літака або інші характеристики можуть бути змінені Туроператором.</p> <p>** Поселення та виселення з готелю (звільнення номеру) здійснюється в залежності від часу вильоту літака та з</p>										

урахуванням розрахункової години, передбаченої готелем за місцевим часом. Турист самостійно сплачує всі витрати, що виникли внаслідок порушення ним розрахункової години.

\*\*\* Додаткові побажання приймаються, але не гарантуються.

### 3. ВАРТІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

3.1. Загальна вартість туристичних послуг, замовлених Туристом становить:

84800 грн. 00 коп. (Дев'яносто шість тисяч сто грн. 00 коп.)

3.2. Оплата Турпродукту може бути проведена фізичними чи юридичними особами у будь-якій формі, що не суперечить чинному законодавству України. Оплату Турпродукту Турист може здійснити самостійно на розрахунковий рахунок Туроператора. Оплата туристом вартості витрат відповідно до п. 6.1. цього Договору проводиться у безготівковій формі.

3.3. У випадку несплати або неповної оплати Туристом вартості туристичних послуг у строки, передбачені п. 5.2.1. Договору, Турагент має право відмовити Туристу в наданні туристичних послуг, при цьому Турист відшкодовує Турагенту фактично понесені витрати по бронюванню і оформленню туру.

### 4. ПРАВА СТОРІН

4.1. Турагент має право:

4.1.1. Внести зміни у зміст туру та графік руху за маршрутом; змінити аеропорт, дату та час вильоту, тип літака або інші характеристики Турпродукту. У випадку, якщо Турист скористався запропонованими йому альтернативними послугами, послуги за Договором вважаються наданими належним чином.

4.1.2. Змінити вартість туристичного продукту, погодженої Сторонами, при цьому перевищення ціни туристичного продукту не повинно бути більше ніж 5% від його первісної ціни. У разі перевищення ціни туристичного продукту більше ніж 5% первісної ціни турист має право відмовитися від виконання договору, а Турагент зобов'язаний повернути йому всі раніше сплачені кошти.

4.1.3. Замінити замовлений готель або інший об'єкт розміщення (в тому числі і під час туру), за умови, що новий готель (об'єкт розміщення) буде аналогічного або вищого класу. Категорія готелю визначається офіційними органами країни розташування готелю. В цьому випадку, обов'язки Турагента з розміщення Туриста вважаються виконаними і Турист не має права на пред'явлення будь-яких претензій щодо умов його розташування та оплати.

4.1.4. Розірвати даний Договір без відшкодування Туристу матеріальних і моральних збитків, у випадку не оформлення в'їзних віз Туристу Посольством країни слідування.

4.1.5. Відмовити в наданні туристичних послуг, в разі неповної або несвочасної оплати туру. В даному випадку для Туриста настають наслідки передбачені п. 6.1 Договору.

4.2. Турист має право:

4.2.1. Отримати туристичні послуги, а також отримувати інформацію, консультації протягом туристичної подорожі.

4.2.2. Відмовитися від замовленого Турпродукту, при цьому сплативши Турагенту реально понесені останнім витрати, пов'язані з виконанням зобов'язань за даним Договором. Заява про відмову Туриста від туристичних послуг в письмовій формі приймається Турагентом до виконання з дня отримання такої заяви. В даному випадку для Туриста настають наслідки передбачені п. 6.1 Договору.

### 5. ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

5.1. Турагент зобов'язується:

5.1.1. Надати Туристу повну та достовірну інформацію, передбачену чинним законодавством України та зокрема ст.191,20 Закону України «Про туризм».

5.1.2. Забезпечити бронювання туристичних послуг відповідно до п. 2 Договору.

5.1.3. Організувати оформлення документів.

5.1.4. Забезпечити Туриста необхідними документами: ваучерами, страховими полісами (пам'яткою), авіаквитками на авіарейси згідно з графіком відправлення за маршрутом, вказаними у п. 2 Договору.

5.1.5. негайно інформувати Туриста про зміни в замовлених послугах, при їх наявності.

5.1.6. Перевіряти у Туриста наявність та правильність оформлення необхідних паспортних та візових документів.

5.1.7. Довести до відома Туристів, що строк дії договору страхування починається з дати останніх підтверджених змін до Турпродукту та повної його оплати Турагентом.

5.2. Турист зобов'язується:

5.2.1. Оплатити вартість туристичного продукту протягом 1 днів (годин) з моменту підписання даного Договору.

5.2.2. Свочасно надати документи, які необхідні для оформлення поїздки (Туру). Документи повинні бути оформлені у встановленому законодавством порядку і надані Турагенту не пізніше, ніж за 14 днів до початку подорожі. Турагент не несе відповідальності за правильність оформлення закордонного паспорту Туриста.

5.2.3. Прибути до аеропорту за дві години до офіційно повідомленого часу вильоту літака.

5.2.4. Дотримуватись вимог чинного законодавства України щодо перетину Державного кордону України, а також прикордонних, митних правил та правил в'їзду/виїзду до/з країни тимчасового перебування, санітарних правил; поважати звичаї, традиції місцевого населення, політичний та соціальний лад країни перебування; не порушувати суспільний порядок та вимоги законів, чинних на території країни тимчасового перебування; не порушувати права та законні інтереси інших громадян; дотримуватись правил поведінки на борту літака, дотримуватись правил внутрішнього розпорядку та протипожежної безпеки в місцях розміщення та перебування. Виконувати інші обов'язки, передбачені чинним законодавством України та законодавством країни тимчасового перебування.

5.2.5. Оплатити вартість в'їзної візи при проходженні паспортного контролю, якщо віза не була оформлена заздалегідь.

5.2.6. У випадку виникнення у Туриста претензій, щодо якості послуг які надаються, Турист зобов'язаний негайно в письмовій формі надати претензію представнику сторони, яка приймає, та повідомити про це Турагента протягом доби. Усі пред'явлені претензії Туристів повинні містити: прізвище, ім'я та по-батькові Туриста, період і місце його перебування, а також супроводжуватися актом, складеним Туристом, уповноваженим працівником організації, що надавала послуги Туристу, та завереним підписом представника Туроператора в країні перебування. Претензії повинні

бути направлені Туроператору не пізніше 14 календарних днів із дня закінчення Туру. Разом з претензією Туроператору надається копія Договору Турагента з Туристом, інші документи, що мають відношення до інциденту.

5.2.7. Надати достовірні дані про порушення законодавства, митного та візового режиму, якщо такі мали місце в минулому. В разі виникнення негативних наслідків з причини надання недостовірних, недійсних, невірно оформлених та підроблених даних чи документів і виникнення в зв'язку з цим матеріальних збитків Турагента, Турист компенсує всі понесені збитки.

5.2.8. Самостійно сплачувати додаткові послуги, що обрані ним (Туристом) за власним бажанням: транспортні послуги (не передбачені умовами договору), обслуговування за кордоном України (не передбачене умовами договору), а також інші послуги, що не передбачені умовами Договору в місцях проживання та перебування.

5.2.9. Повернутися до України в терміни, передбачені умовами туру та чинною візою.

5.2.10. Виконувати умови та правила, передбачені цим Договором.

5.2.11. Під час здійснення туристичної подорожі, дотримуватись правил особистої безпеки та збереження особистого майна.

5.2.12. Пройти профілактику у відповідності до міжнародних медичних вимог, в разі здійснення подорожі до країни (місця) тимчасового перебування, в якій існує високий ризик захворювання на інфекційну хворобу.

5.2.13. У випадку відмови від цього Договору до початку поїздки сплатити Турагенту грошові кошти згідно з п.4.2.2. цього Договору.

5.2.14. Відшкодувати Турагенту/Туроператору збитки, заподіяні своїми неправомірними діями, у тому числі, але не обмежуючись:

- через порушення, пов'язані з неналежним оформленням документів для перетину Державного кордону України;
- через порушення Туристом візового режиму в країні перебування, виплатити Турагенту/Туроператору штрафні санкції імміграційних служб країни перебування Туриста і всі можливі витрати по його депортації.

#### 6. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

6.1. За відмову Туриста від Турпродукту (частково або повністю) з будь-яких причин, Турист зобов'язується сплатити Турагенту витрат за послуги, понесені останнім у зв'язку з виконанням замовлення Туриста.

6.2. Якщо до складу Туру входить в'їзна віза то, на доповнення до п. 6.1, настає додаткова відповідальність за відмову від Туру:

- якщо документи Туриста не надавались до посольства, вартість послуг з оформлення візи повертається в повному обсязі;
- якщо до моменту відмови від туру віза проставлена в паспорті, вартість фактичних витрат з її оформлення не повертається.

6.3. Зміна умов Туру за ініціативою Туриста після його сплати, а також несвоєчасне надання Туристом Турагенту необхідних документів прирівнюється до відмови від туру і породжує наслідки, передбачені п.6.1 даного Договору.

6.4. Турист несе відповідальність за пошкодження майна або здійснення протиправних дій під час поїздки, згідно з чинним законодавством країни тимчасового перебування.

6.5. Турагент/Туроператор не несе відповідальності та не сплачує будь-які компенсації за можливі порушення та дії, які не належать до його компетенції, а саме:

- за зміну розкладу, відміну, затримку авіарейсу, заміну літака одного типу на інший, закриття аеропортів, з метеорологічних, технічних та інших причин, що призвело до зміни програми Туру, за транспортне перевезення Туриста, збереження документів та особистих речей Туриста, втрату або псування багажу під час перевезення. В даному випадку відповідальність за вищевикладене несе Перевізник. Взаємовідносини між пасажиром (Туристом) та Перевізником регулюються договором на перевезення, підтвердженням якого є виданий Туристу квиток, згідно чинного законодавства України;
- за неможливість здійснення Туристом подорожі, перенесення її на більш пізніші терміни, призупинення подорожі, шкоду, що викликана діями консульської, митної та імміграційної служб України та зарубіжних країн;
- відшкодування витрат при настанні страхових випадків, що передбачені договором страхування. При настанні страхового випадку Турист зобов'язаний діяти у відповідності до інструкції, яка викладена у страховому полісі (пам'ятці);
- за готельне обслуговування (несмачна їжа, висока вартість додаткових послуг, відключення води та електропостачання, прибирання кімнат і території та таке інше) та негативні наслідки споживчих послуг, самостійно придбаних туристом у будь-яких суб'єктів ринку туристичних послуг у країні перебування/відпочинку туриста.

6.6. Турагент/Туроператор не приймає претензії та не несе відповідальності по претензіях, які пов'язані з деякими відхиленнями щодо обслуговування, яке надають готелі, мотелі, пансіонати (несмачна їжа, висока вартість додаткових послуг, відключення води та електропостачання, прибирання кімнат і території та таке інше) та негативними наслідками споживчих послуг, самостійно придбання туристом у будь-яких суб'єктів ринку туристичних послуг у країні перебування/відпочинку туриста.

6.7. У випадку порушення Туристом програми обслуговування, норм та правил поведінки в країні перебування, правил митного та прикордонного контролю, правил поведінки на борту літака, транспортних перевезень (порушення правопорядку у стані алкогольного або наркотичного сп'яніння), а також порушення інших загальноприйнятих правил поведінки, що стало причиною зняття Туриста з рейсу, затримки компетентними органами, доставлення (перебування) Туриста до (в) медичних закладів країни перебування, з вищевказаних причин, що призвело до додаткових матеріальних витрат Туриста, Турагент/Туроператор не несе відповідальності, вартість Туру не повертається, будь-які інші компенсації не виплачуються.

6.8. За невиконання або неналежне виконання умов даного Договору, винна Сторона сплачує іншій Стороні завдані цим, документально підтвержені збитки.

6.9. У випадку анулювання подорожі з вини Турагента Туристу повертається повна вартість сплачених останнім послуг протягом 14 днів.

6.10. Турагент/Туроператор не несе відповідальності по відшкодуванню матеріальних затрат Туриста за сплачені туристичні послуги, якщо Турист під час туристичної подорожі, керуючись особистими інтересами, не скористався всіма

або частиною наданих Турагентом туристичних послуг, достроково припинив термін перебування в Турі.

6.11. Турагент/Туроператор (сторона яка приймає Туриста в країні тимчасового перебування), не несуть відповідальності за втрату, пропажу цінностей, документів, особистих речей Туриста під час здійснення туристичної подорожі.

6.12. Турист, що підписав Договір, представляє інтереси всіх туристів, про яких зроблене замовлення, несе відповідальність перед Турагентом та цими туристами, за вибір послуг, правильність повідомлених даних, своєчасну оплату послуг та виплату штрафів, в разі відмови від подорожі.

6.13. Турагент/Туроператор не несе відповідальності за рішення (дії) прикордонних, митних служб країн, через (до) які (яких) подорожує Турист, а також інших установ щодо неможливості в'їзду Туриста або осіб що подорожують разом з ним, відповідно до умов цього Договору та заявки, на територію цих країн. В даному випадку Турист самостійно сплачує витрати пов'язані з депортацією (вартість транспортного перевезення, адміністративні штрафи, пеня та інші платежі). Будь-які компенсації не виплачуються.

6.14. У випадку відмови в'їзду на територію країни туристичної подорожі одному із туристів, що подорожує групою, відповідно до умов цього Договору з причин передбачених п. 6.13 Договору, Договір не припиняється для інших туристів в групі (такі туристи продовжують подорож відповідно до умов Договору). В даному випадку претензії на дії відповідних органів країн подорожі для розгляду не приймаються, компенсації не виплачуються.

6.15. Турагент не несе відповідальності за неналежне виконання умов Договору, якщо це сталося внаслідок надання Туристом Турагенту документів та недостовірних відомостей (неповнота, недостовірність, неправильність оформлення документів та ін.).

6.16. У випадку невізду Туриста внаслідок втрати документів, запізнення на рейс на початку та в кінці туристичної подорожі з причин особистого характеру та ін., Турагент/Туроператор не несе відповідальності і компенсації не сплачує.

6.17. Турагент/Туроператор не несе відповідальності за будь-які незручності, завдані Туристу в зв'язку з проведенням на території країни перебування будівельних та ремонтних робіт, які відбуваються за рішенням або з відома місцевих влад будь-якими державними або приватними особами.

6.18. При порушенні Туристом Правил перевезення пасажирів та багажу, до нього (Туриста) застосовуються штрафні санкції передбачені Перевізником.

6.19. Зміна або заміна будь-яких даних Туриста тягне за собою зміну умов попереднього бронювання (вартість туру й т.п.). У випадку внесення будь-яких змін до документів, виправлення неточностей у записах документах Туриста, останній погоджується з усіма додатковими оплатами.

6.20. У випадку невиконання зобов'язань по оплаті Туру (п. 5.2.1) Турист зобов'язаний сплатити Турагенту пеню в розмірі 0.3% від вартості Туру (п. 3.1), за кожен день прострочки платежу до моменту сплати.

6.21. Турагент не несе відповідальності за підвищення вартості авіаквитків та зобов'язується інформувати Туриста про зміну вартості авіаквитків, відразу після отримання інформації від Туроператора.

#### 7. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СУПЕРЕЧОК

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

7.2. У випадку визнання претензій Туриста та відшкодування йому з боку Турагента спричиненої шкоди, Турист підписує відповідні фінансові документи про це, а також письмову заяву про відмову від пред'явлення майнових та інших претензій до Турагента.

#### 8. ДОДАТКОВІ УМОВИ

8.1. Заміна готелю або номеру за власним бажанням Туриста може бути здійснена тільки за додаткову плату.

8.2. В разі задоволення претензій з якими звертається Турист в країні перебування, відповідно до п. 5.2.6, шляхом надання альтернативних послуг, і турист ними не скористався, то вважається що Турагент і сторона, яка приймає, виконали свої зобов'язання належним чином і претензії по тому ж самому питанню до розгляду не приймаються.

8.3. Претензії та заяви Турагент приймає безпосередньо від особи, що підписала Договір.

8.4. Претензії стосовно клімату, місцевих традицій, тривалості авіаперельоту до розгляду не приймаються.

8.5. У випадку настання страхового випадку, претензії по збитках Турист пред'являє в страхову компанію, вказану в страховому полісі (пам'ятки).

8.6. Адміністрація готелів країни перебування може тимчасово змінювати склад устаткування номерів, змінювати харчування, особливо на початку та в кінці сезону. Деякі розваги, що рекламуються, враховуючи використання спортивного устаткування, можуть бути оплатними. Устаткування, що зображене на рекламних фотографіях, необов'язково може бути в наявності протягом сезону. Турагент не володіє інформацією про можливі плани адміністрації готелів щодо проведення будівельних та ремонтних робіт в курортній зоні.

8.7. Квитки, які придбані за чартерною програмою поверненню не підлягають.

8.8. Для зміни зворотної дати вильоту за чартерною програмою Турист має звернутись до гідів в країні перебування за придбанням нового квитка на іншу дату вильоту. Вартість невикористаного квитка не повертається.

8.9. Зміна умов Туру тягне за собою скасування попереднього замовлення та подання нового. В даному випадку Турист сплачує штраф передбачений п. 6.1 Договору.

8.10. Підписанням даного договору Турист, враховуючи вимоги Закону України «Про захист персональних даних», підтверджує та надає Туроператору та Турагенту згоду на обробку його персональних даних (та персональних даних будь-яких фізичних осіб, що слідує з ним), які були або будуть передані Туроператору та Турагенту у зв'язку або на виконання даного договору та замовлення туру. Турист засвідчує і гарантує, що він має всі необхідні правові підстави для передачі вищезгаданих персональних даних Туроператору та Турагенту для їх подальшої обробки з метою організації та надання Туристу будь-яких туристичних послуг, без будь-якого обмеження строком та способом, у т.ч. для їх використання і поширення, зміни, передачі чи надання доступу до них третім особам у випадках, передбачених чинним законодавством України, а також для передачі Туроператором та Турагентом персональних даних для обробки третім особам та здійснення відносно них будь-яких інших дій, якщо це пов'язано із захистом прав Туроператора та Турагента за ними, або якщо це необхідно для реалізації Туроператором та Турагентом прав та обов'язків, передбачених законом.

Право визначення об'єму обробки персональних даних Турист надає Туроператору та Турагенту.

Турист звільняє Туроператора та Турагента від будь-якої відповідальності, у тому числі за будь-яку моральну шкоду, майнові збитки, неотриманні доходи (вигоду), завдані будь-яким особам внаслідок будь-яких суперечок, претензій, вимог або судових спорів щодо або у зв'язку з персональними даними. Турист приймає на себе повну відповідальність перед такими третіми особами, у тому числі за відшкодування збитків та шкоди.

Турист зобов'язується відшкодувати Туроператору та Турагенту будь-які майнові збитки, моральну шкоду, неотриманні доходи (вигоди), в т.ч. судові витрати та витрати на консультаційні послуги, що виникли внаслідок порушення Туристом зазначених вище засвідчень і гарантій, або у разі задоволення судом позову до Туроператора та Турагента про відшкодування збитків або шкоду у зв'язку з переданими Туристом персональними даними.

Вищенаведені зобов'язання, засвідчення і гарантії є необмеженими строком, вони є безумовними і безвідкличними.

#### 9. ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ

9.1. Сторони звільняються від майнової відповідальності за невиконання зобов'язань, передбачених Договором, при виникненні форс-мажорних обставин, а саме:

- Повінь, землетрус, цунамі, епідемії й інші стихійні явища природи;
- Пожежі, вибухи, виходи з ладу чи ушкодження комп'ютерної техніки, каналів зв'язку, транспортних засобів;
- Страйк, саботаж, локаут і інші непередбачені ситуації, що безпосередньо вплинули на виконання умов даного Договору та унеможливають це;
- Оголошена чи неоголошена війна, революція, масові безладдя;
- Законні чи незаконні дії органів державної влади.

9.2. Сторона, для якої створилася неможливість виконання прийнятих на себе зобов'язань, внаслідок дії форс-мажорних обставин, зобов'язана протягом 24 годин в письмовій формі повідомити іншу Сторону про час настання і припинення дії даних обставин.

9.3. Належним доказом настання форс мажорних обставин та терміну їхньої дії є наявність довідки, виданої відповідними компетентними органами відповідної країни.

#### 10. РОЗІРВАННЯ, ЗМІНИ ТА ДОПОВНЕННЯ ДОГОВОРУ

10.1. Кожна зі сторін Договору може вимагати розірвання Договору або внесення змін та доповнень до нього в зв'язку з істотними змінами обставин, з яких вони виходили при укладенні Договору. Побажання Туриста щодо змін умов Туру, або про відмову від туру приймаються до розгляду в письмовій формі.

10.2. Турист вправі відмовитись від виконання Договору до початку туристичної подорожі за умови сплати Турагенту фактичних витрат в повному обсязі за послуги, які були надані до отримання повідомлення про відмову, а також сплати штрафних санкцій у відповідності до п. 6.1 Договору.

10.3. Турагент вправі відмовитись від виконання Договору тільки за умови повного відшкодування Туристу вартості сплаченого ним Туру.

10.4. Турагент вправі розірвати Договір при невиконанні Туристом умов передбачених п. 5.2.1 Договору.

10.5. Всі зміни та доповнення до Договору укладаються в письмовій формі за взаємною згодою та підписами Сторін.

#### 11. ЗАКЛЮЧНІ ПОЛОЖЕННЯ

11.1. Факт підписання Договору свідчить про те, що Турист отримав інформацію щодо туристичного обслуговування за Договором в повному обсязі, яка була йому надана у відповідності з вимогами Закону України «Про туризм», законодавства про захист прав споживачів.

#### 12. СТРОК ДІЇ ДОГОВОРУ

12.1. Даний Договір набирає чинності з моменту підписання його сторонами і діє до моменту виконання сторонами своїх зобов'язань.

12.2. Зобов'язання Турагента щодо виконання умов Договору виникає тільки після сплати Туристом вартості туристичного обслуговування в повному обсязі та надання всіх необхідних для оформлення туристичної подорожі документів та відомостей.

12.3. Даний Договір укладений в двох примірниках українською мовою, що мають однакову юридичну силу, по одному примірнику для кожної Сторони.

#### 13. АДРЕСИ СТОРІН

ТУРАГЕНТ	ТУРИСТ
<p>ФОП Тригуба Т.В.</p> <p>29000, м.Хмельницький, вул.Володимирська 105            Реквізити: IBAN UA41307770000026008060320384            Банк отримувача 307770 - АТ "А-БАНК" - 49074, м.            Дніпро, вул. Батумська, 11            тел. +380970605506</p> <p>Директор /Тригуба Т.В./ (підпис)</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Турист /_____/</p> <p>(підпис)</p>

«Мною отримана вся необхідна інформація, передбачена законом України «Про туризм» та всі необхідні документи, для туристичної подорожі».

## Додаток Є



ТОВ «Ізі Фінанс»  
м. Київ, Україна, 04073  
пр-т Степана Бандери,  
буд. 21, корпус В, офіс 1  
тел.: (044) 229-98-29  
код ЄДРПОУ 40224607  
info@PayLater.com.ua

№ Г-210715-7 від 15.07.2022 р.

## ГАРАНТІЯ

Товариство з обмеженою відповідальністю "ІЗІ ФІНАНС", єдиною ФЄ №761 від 09.06.2016 р. (далі - Гарант) в особі директора Борзенця Миколи Васильовича, який діє на підставі статуту, на прохання фізичної особи - підписанця ФОП Трушуба Тетяна Вікторівна, код за ЄДРПОУ 3281216822 (далі - Принципал), згідно договору про надання гарантії № Г-210715-7 від 15.07.2022 р., укладеного між Гарантом і Принципалом (далі - Договір про надання гарантії) зобов'язує на себе наступні зобов'язання:

1. Гарант зобов'язується сплатити на користь власної фізичної особи - туриста (далі - Бенефіціар, у множині разом - Бенефіціари), що є стороною укладення з Принципалом Договору про надання туристичних послуг (далі - Основний зобов'язання), визначеному Договором грошову суму у випадку виникнення однієї або декількох наступних обставин:
  - 1.1. виникнення неплатоспроможності Принципала та/або порушення у встановленому чинним законодавством порядку процесу про виконання Принципалом банкрутства;
  - 1.2. невиконання Принципалом своїх зобов'язань перед Бенефіціаром за Основним зобов'язанням.
2. Зобов'язання Гаранта за Гарантією перед Бенефіціаром обмежуються сумою в розмірі 64 496 (Шістьдесят чотири тисячі чотириста дев'яносто шість) грн 40 коп., що становить еквівалент 2000,00 Євро за курсом НБУ на день укладення Договору про надання Гарантії. Розмір грошової суми, що віддасться вилітати Бенефіціару складатиметься з документально підтвердженої вартості наданих послуг, передбачених Основним зобов'язанням, але в будь-якому випадку не більше суми, на яку видано Гарантію.
3. Гарантія не поширюється на випадки, коли будь-які інші збитки, витрати і вимоги Бенефіціарів, що виникли внаслідок виникнення чи невиконання виконання Принципалом Основного зобов'язання.
4. Гарантія надається на невизначений термін.
- 4.1. Надані Бенефіціару гарантійні документи за цією Гарантією не можуть бути передані третім особам.
- 4.2. Гарантія є умовною і відкликанною.
- 4.3. Гарантія надається на строк один рік і до 15.07.2022 р. Вимоги Бенефіціара про сплату Гарантом грошової суми за цією Гарантією (далі - Вимога за гарантією) повинна бути надана Гаранту в строк не більше 30 (тридцяти) календарних днів з моменту виникнення однієї з обставин, передбачених п. 1.1 Гарантії. В Вимозі за гарантією вказується номер і дата Гарантії та ідентифікатор резиденту Бенефіціара. До Вимози за гарантією додаються:
  - 4.3.1. оригінал Основного зобов'язання;
  - 4.3.2. оригінали документів, що підтверджують виникнення Принципалом Основного зобов'язання;
  - 4.3.3. розрахунок суми вимоги, підписаний Бенефіціаром;
  - 4.3.4. оригінали документів, які підтверджують розмір вимоги Бенефіціара;
  - 4.3.5. оригінали документів, що підтверджують сплату Бенефіціаром вартості послуг Принципала згідно Основного зобов'язання;
  - 4.3.6. оригінали або вилічені чинні засвідчені копії документів, що підтверджують неплатоспроможність Принципала чи порушення у встановленому чинним законодавством порядку справи про банкрутство Принципала;
  - 4.3.7. копія підписаного відповідною посадовою особою та печаткою Принципала копія цієї гарантії;
  - 4.3.8. документи, що засвідчують особу Бенефіціара.
5. Гарант має право відмовити Бенефіціару в задоволенні Вимози за гарантією у випадку, якщо:
  - 5.1. Вимога за гарантією не відповідає умовам цієї Гарантії;
  - 5.2. до Вимози за гарантією не додано всіх зобов'язаних документів згідно п. 4.3.1-п. 4.3.8 цієї Гарантії;
  - 5.3. Вимогу за гарантією надано після закінчення строку, визначеного п. 4.3. Гарантії.
6. У випадку перевищення загальної суми заявлених відповідно до цієї Гарантії вимог Бенефіціарів грошового розміру зобов'язання Гаранта, визначеного п. 2 Гарантії, обов'язок Гаранта перед кожним з Бенефіціарів обмежується сумою в розмірі, визначеному пропорційно до вимоги кожного окремого Бенефіціара.
7. У випадку здійснення Гарантом гарантійного платежу за Гарантією, сума зобов'язання Гаранта за Гарантією зменшується на суму гарантійного платежу.
8. Гарантія припиняється у зв'язку з:
  - 8.1. сплатою Бенефіціаром суми, на яку видано Гарантію;
  - 8.2. закінченням строку, на який видано Гарантію.
9. Гарантія повинна бути повернута Принципалом Гаранту протягом 3 (трьох) календарних днів після закінчення строку її дії. Неворнення оригінального примірника Гарантії не є підставою для продовження строку її дії.
10. У випадку здійснення Гарантом гарантійного платежу Бенефіціару за Гарантією, Гарант у будь-якому випадку і без обмежень має право на звернення вимоги (регрес) до Принципала.
11. З усіх інших питань, що не передбачені цією Гарантією, Гарант, Принципал і Бенефіціар керуються чинним законодавством України.

Директор ТОВ "Ізі Фінанс"



М. В. Борзенець



