

Є. В. Козловський,
к. держ. упр., доцент, доцент кафедри міжнародного туризму,
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ
Т. І. Ткаченко,
к. геогр. н., доцент, доцент кафедри міжнародного туризму,
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТАМИ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Ye. Kozlovskiy,
PhD in Public Administration, Associate Professor, Assistant Professor
of the Dept. of International Tourism, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv
T. Tkachenko,
Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, Assistant Professor
of the Dept. of International Tourism, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

THE ORGANIZATIONAL AND LEGAL BASES OF REALIZATION THE FOREIGN ECONOMIC
ACTIVITY BY SUBJECTS OF TOURISM BUSINESS

У статті досліджено організаційно-правові засади здійснення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктами туристичного бізнесу, виявлено особливості укладання вітчизняними туристичними підприємствами зовнішньоекономічних договорів з іноземними партнерами. Автором зазначено, що вихід підприємства на зовнішні ринки пов'язаний з великою кількістю ризиків та значними сумами витрат. Тому, щоб досягти бажаного балансу між запланованими цілями зовнішньоекономічної діяльності та її фактичними результатами, необхідно освоїти технологію здійснення різних експортно-імпортних операцій, знати їх переваги та недоліки, володіти інструментами управління комерційною діяльністю підприємств на зовнішньому ринку.

The article deals with the organizational and legal basis for the implementation of foreign economic activity by the subjects of tourism business. The features of the conclusion of foreign economic agreements with alien partners by domestic tourism enterprises are revealed. The author states that the activity of the enterprise in foreign markets is associated with a large number of risks and significant amounts of expenses. Therefore, in order to achieve the desired balance between the planned goals of foreign economic activity and its actual results, it is necessary to master the technology of carrying out various export-import operations, to know its advantages and disadvantages, and to consume tools for managing the commercial activity of enterprises in the foreign market.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, договірні відносини, правове регулювання, законодавство, туризм.

Key words: foreign economic activity, contractual relations, legal regulation, legislation, tourism.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

В сучасних умовах участь підприємств у зовнішньоекономічних операціях стає одним із вирішальних факторів досягнення конкурентоспроможності. Це пояс-

нюється активізацією міжнародних відносин, розвитком інтеграційних угруповань держав, появою нових видів технологій, форм міжнародного співробітництва, збільшенням масштабів інвестиційних проєктів, інтен-

сифікацією діяльності транснаціональних компаній тощо.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств сфери туризму розглядається у науковій літературі як діяльність, що забезпечує надання різних видів туристичних послуг, а також реалізацію товарів туристичного попиту іноземним туристам у країні базування та вітчизняним туристам за кордоном з метою задоволення їх культурно-пізнавальних, лікувально-оздоровчих, ділових або інших потреб та отримання на цій основі прибутку.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питання організаційно-правових засад здійснення зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств розглядаються у наукових працях М.Б. Біржакова, М.І. Волошина, Л.І. Гонтаржевської, М.О. Жукової, І.В. Зоріна, Н.І. Кабушкіна, В.О. Квартальнова, О.О. Любіцевої, М.П. Мальської, Г.А. Папіряна, В.С. Сеніна, А.Д. Чудновського та ін. Водночас зовнішньоекономічний аспект туристичної діяльності залишається менш дослідженим та вимагає подальшого вивчення, особливо в контексті аналізу факторів зовнішньоекономічного середовища, що впливають та стимулюють підвищення конкурентоспроможності суб'єктів туристичного бізнесу.

МЕТА СТАТТІ

Мета статті полягає у дослідженні організаційно-правових засад здійснення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктами туристичного бізнесу та виявленні особливостей укладання вітчизняними туристичними підприємствами зовнішньоекономічних договорів з іноземними партнерами.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств є по суті продовженням їх внутрішньогосподарської діяльності. Лише потужні транснаціональні корпорації виходять за національні межі, організовуючи свій бізнес на території великої кількості держав, надаючи туризму дійсно міжнародного характеру.

Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств є важливим джерелом надходження іноземної валюти на внутрішній ринок країни. Поряд із контрактними надходженнями фінансових коштів від туристичної діяльності (невидимий експорт), існує ще так званий "внутрішній експорт" — купівля іноземними туристами сувенірів та інших товарів за роздрібними цінами на внутрішньому ринку.

Значна кількість галузей економіки у країнах, які є загально визначеними туристичними центрами, працюють саме на внутрішній експорт. Так, наприклад, іноземні туристи купують значну кількість годинників, що виробляються у Швейцарії, парфумерії та косметичних виробів — у Франції, взуття — у Італії, віскі — у Великобританії [1, с. 122].

Договірні відносини в туризмі регулюються нормами міжнародного та національного права. На

міжнародному рівні вони регулюються наступними документами:

1. Міжнародною конвенцією з контракту на поїздку, прийнятою Всесвітньою федерацією асоціацій туристичних агентств у 1970 р.

2. Положенням з туристичних контрактів та обмінів, прийнятим на Віденській зустрічі держав-учасниць Ради Європи у 1992 р.

3. Угодою з уніфікації основних правил міжнародних повітряних перевезень (Варшавська конвенція), прийнятою у 1929 р., зі змінами та доповненнями 1955 р. та 1975 р.

4. Кодексом відносин між готелями та туристичними агентствами, прийнятим Всесвітньою федерацією асоціацій туристичних агентств та Міжнародною готельною асоціацією у 1987 р.

5. Угодою про стандартний контракт між готелем і перевізником, прийнятою Міжнародним союзом учасників дорожнього транспорту та Міжнародною готельною асоціацією у 1994 р.

6. Женевською конвенцією з міжнародного автомобільного перевезення пасажирів і багажу, прийнятою у 1967 р.

7. Міжнародними готельними правилами, схваленими Міжнародною готельною асоціацією у 1981 р.

8. Директивою Європейського економічного співтовариства про комплексний туризм, прийнятою у 1990 р. [3, с. 201].

В Україні діють принципи свободи та рівності при здійсненні зовнішньоекономічного підприємництва. Ці принципи означають, що кожний громадянин нашої держави має повне право на власний розсуд вступати у зовнішньоекономічні зв'язки та здійснювати зовнішньоекономічну діяльність у будь-яких формах, які прямо не заборонені чинним законодавством України. Будь-які заборони чи обмеження суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а також іноземних суб'єктів господарської діяльності за формами власності, місцем розташування та іншими ознаками є недопустимими. Ці принципи також підкреслюють, що при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності вітчизняні підприємці повинні дотримуватися встановленого чинним законодавством порядку [7].

Якщо раніше зовнішньоекономічні зв'язки здійснювались лише спеціалізованими організаціями, то зараз кожне підприємство в Україні одержало право самостійно виходити на зовнішній ринок. У цих умовах першочерговим завданням стає опанування вітчизняними підприємцями теоретичних аспектів та практичного досвіду встановлення договірних відносин із зарубіжними партнерами, проникнення з позиціями на ринки інших країн, здійснення фінансових і товарних операцій.

Вихід на зовнішні ринки пов'язаний з великою кількістю ризиків та значними сумами витрат. Він може принести замість очікуваних прибутків суттєві збитки. Тому, щоб досягти бажаного балансу між запланованими цілями зовнішньоекономічної діяльності та її фактичними результатами, необхідно освоїти технологію здійснення різних експортно-імпорتنних операцій, знати їх переваги та недоліки,

володіти інструментами управління комерційною діяльністю підприємств на зовнішньому ринку.

У період становлення ринкових відносин в Україні усе більше туристичних підприємств самостійно виходять на міжнародний ринок для встановлення взаємовигідних відносин з іноземними партнерами. Однак вітчизняні підприємці, на відміну від західних, найчастіше зневажають принципами юридично грамотного укладання зовнішньоекономічних договорів, ставлячи під удар свої права та інтереси.

Зокрема, прагнучі не виправдано мінімізувати витрати під час укладання такого договору та беззастережно покладаючись на сумлінність західного ділового партнера, вітчизняні підприємці йдуть на підписання недосконалих зовнішньоекономічних контрактів, провокуючи ситуації, у яких збитки стають просто неминучими.

Розділами, що складають основу будь-якого зовнішньоекономічного договору, є преамбула, основна та заключна частини.

Преамбула — це своєрідна передмова, що має включати:

- назву договору, де позначається його юридичний характер (договір на надання туристичних послуг, договір оренди, договір комісії тощо);

- вказівку місця та часу укладання договору (ці відомості можуть також бути включені у заключну частину);

- найменування сторін (при цьому продавець називається першою, а покупець — другою стороною, також вказуються повні назви юридичних осіб та скорочені найменування, під якими вони будуть фігурувати у договорі);

- посади, прізвища та імена осіб, які підписують договір;

- підставу дій довірених осіб сторін (статут, доручення) [2, с. 451].

Передумовою законності договору є дієздатність договірних сторін, під якою розуміється здатність особи (громадянина, підприємства) своїми діями набувати права та виконувати юридичні обов'язки, а також відповідати за скоєння правопорушень.

Основна частина договору поділяється на специфічні та загальні умови договору. До специфічних умов належать положення, які характерні тільки для окремо взятої угоди та не застосовуються до інших угод:

- предмет договору;
- якість робіт, товарів, послуг;
- цінові параметри угоди;
- порядок розрахунків;
- права та обов'язки сторін;
- відповідальність сторін;
- термін виконання зобов'язань;
- порядок зміни та розірвання договору.

До загальних умов договору належать положення, які включаються в усі договори незалежно від їх змісту:

- арбітражне застереження;
- форс-мажор або обставини непереборної

сили: стихійні лиха (землетруси, повені, пожежі, температурні коливання); небезпечні суспільні явища (революції, військові дії, теракти, страйки); заборонні акти державних органів (оголошення карантину, закриття портів, обмеження перевезень) та ін. Ці обставини дають можливість перенести строки виконання договірних зобов'язань, а при відсутності позитивного результату звільняють сторони від їх виконання.

У заключній частині договору вказуються:

- юридичні адреси сторін;
- поштові та банківські реквізити сторін;
- усі додатки, які є невід'ємними частинами до-

говору;

- підписи сторін із печаткою кожного з учасників угоди;

- кількість екземплярів договору;

- місце та дата укладання договору [2, с. 452].

Грунтуючись на досвіді укладання вітчизняними туристичними підприємствами зовнішньоекономічних договорів, можна запропонувати наступні рекомендації.

Насамперед, необхідно мати достовірну та повну інформацію про свого потенційного іноземного партнера, його товарний та фінансовий оборот, репутацію або досвід роботи у туристичному бізнесі. Як свідчить практика, витрати на отримання цієї інформації завжди окупаються, а підприємство такими діями запобігає встановленню договірних відносин з несумлінними підприємствами.

При укладанні договорів необхідно враховувати нормативні акти, що регулюють зовнішньоекономічні угоди в тій або іншій країні, а також, за необхідністю, обґрунтовано захищати свої права та інтереси, тим паче, що у світі вже давно розроблені загальноприйняті умови договірних відносин, а їх дотримання, зазвичай, дозволяє досягти компромісного для обох сторін варіанту угоди.

З появою намірів укласти зовнішньоекономічний договір слід чітко усвідомлювати, які цілі необхідно досягти при його реалізації та уточнити найбільш важливі моменти, пов'язані з його оформленням, підписанням та виконанням. Необхідно передбачити основні питання майбутнього договору, а потім, переходячи від загального до часткового, скласти приблизну схему роботи та продумати, що саме має бути зроблено на кожному етапі, які для цього будуть потрібні конкретні дії, передбачити ступінь ризику тощо.

Якщо пропозиція щодо укладання договору надходить від невідомого підприємства, необхідно отримати про нього якомога більше інформації. Іноземні підприємці вкрай обережно ставляться до пропозицій нових партнерів. Функціонують навіть організації, що спеціалізуються на зборі та обробці відомостей про підприємства або окремих комерсантів. Вони за спеціальним запитом можуть надати клієнту детальну інформацію (статутний фонд, спеціалізація, річний оборот, кваліфікація персоналу, обслуговуючий банк) та особисті дані співвласників підприємства, його керівників, а також провести оцінку ділової репутації, знайти відо-

мості про судові процеси та конфлікти, у яких підприємство брало участь, повідомити подробиці про його ексклюзивних постачальників, покупців, клієнтів [3, с. 207].

Під час підписання договору необхідно переконатися, що представник контрагента має юридичне право та повноваження на підписання документа. Тому, вступаючи в переговори із представником іноземного підприємства, необхідно перевірити його офіційний статус. Відсутність відповідних повноважень та підписання договору таким представником може спричинити згодом неможливість одержати оплату за надані послуги або домогтися повернення вже сплачених сум.

Як свідчить практика, несумлінні контрагенти, не бажаючи виконувати свої зобов'язання за договором та нести відповідальність, повідомляють про те, що особа, яка підписала договір, відповідних повноважень на такі дії не мала (це один з найпоширеніших способів шахрайства). Для того, щоб такого не трапилося, необхідно завчасно впевнитися в особі представника іноземного підприємства та максимально толерантно попросити його представити відповідні документи.

Пристаючи до роботи щодо визначення основних умов договору, не можна припускати двозначності, нечіткості фраз. У договорі має значення кожне слово. Якщо не зрозуміло, що означає той або інший термін, який зміст несе словосполучення, фраза, треба обов'язково це з'ясувати. Слід мати на увазі, що згодом у випадку суперечки між сторонами контрагент буде намагатися будь-яке неточне формулювання у договорі інтерпретувати на власну користь. Крім цього, партнер може спеціально включити в договір розмиті формулювання та положення, у яких інтереси іншої сторони свідомо не будуть враховані [3, с. 208].

Отже, туристичним підприємствам, які вступають у договірні відносини з іноземними партнерами, рекомендується ретельно підходити до розробки та підписання зовнішньоекономічних угод, обов'язково залучати до цієї роботи компетентних фахівців. Такий обміркований та зважений підхід лише підвищить авторитет вітчизняного підприємця в очах серйозного західного партнера, а також максимально зменшить ризик невиконання або неналежного виконання підписаних договорів.

Кілька слів варто сказати про мову зовнішньоекономічного договору. Краще за все, якщо такий договір буде складено українською мовою. В принципі, якщо іноземний партнер з пострадянської країни, можна скористатися російською мовою. Хоча навколо застосування російської мови у договорах між суб'єктами господарювання тривають дискусії, на практиці договори, складені російською мовою, зустрічаються дуже часто.

Якщо іноземний партнер представляє країну "далекого зарубіжжя", вочевидь, він захоче, щоб текст договору було складено мовою, яку він розуміє. Українська мова йому не підходить, так само як для вітчизняного підприємця є неприйнятним викладення тексту договору іншою мовою. У таких випадках

застосовують компромісний варіант — текст договору викладається одночасно двома мовами: в одній колонці українською, в іншій — іноземною. Слід переконатися, щоб тексти були ідентичними за змістом, тому не варто заощаджувати на перекладі: інакше у випадку виникнення суперечки можна втратити значно більше [3, с. 209].

Досить часто при укладенні зовнішньоекономічних договорів виникає питання щодо їх скріплення печатками. Для українських підприємств очевидним та логічним є те, що кожен договір необхідно завірити печаткою. Тому багато з них дивуються, коли іноземна сторона відмовляється поставити на договорі печатку. Але треба знати, що в багатьох країнах скріплення договорів печаткою не є обов'язковим. Багато іноземних підприємств взагалі не мають печатки, тому поставити її на договорі вони просто не можуть.

Відповідно до чинного законодавства України, на договорі обов'язково має стояти печатка юридичної особи (української та іноземної). Однак, незважаючи на таку вимогу, відсутність печатки не означає, що договір автоматично визнається недійсним. Тобто теоретично можна залишити договір без печатки іноземної юридичної особи. При цьому у вітчизняного підприємця скоріше за все виникнуть проблеми, коли він продемонструє такий договір, наприклад, працівникам банку або іншої фінансово-кредитної установи під час вирішенні питань щодо купівлі-продажу іноземної валюти для міжнародних розрахунків.

Якщо зовнішньоекономічний договір не можливо утвердити печатками підприємств, то можна зазначити у договорі, що він укладений за законодавством іноземної країни. При цьому форма договору буде визначатися правом місця її укладення (тобто правом іноземної держави). І якщо законодавство країни, з якої походить іноземний партнер, не вимагає обов'язкового посвідчення договорів печаткою, то українське законодавство, у свою чергу, також дозволяє не ставити печатку іноземної юридичної особи на договорі [3, с. 210].

ВИСНОВКИ І РЕКОМЕНДАЦІЇ

Для стимулювання успішного виходу вітчизняних підприємств сфери туризму на міжнародний ринок треба реалізувати такі заходи:

1. Удосконалення організаційно-правових засад регулювання зовнішньоекономічних відносин у сфері туризму, зокрема уніфікація державних стандартів туристичних послуг відповідно до загальноприйнятих міжнародних норм.

2. Використання преференцій або пільг для вітчизняних підприємств-експортерів туристичних послуг, надання статусу територій з особливим режимом зовнішньоекономічної діяльності перспективним туристичним регіонам України.

3. Створення організаційно-правових засад транскордонного співробітництва у сфері туризму, підвищення рівня фінансування привабливих для закордонних туристів туристичних об'єктів та відпові-

дної інфраструктури, насамперед у регіонах із великим туристичним потенціалом та низьким рівнем його використання.

4. Проведення всебічної інвентаризації об'єктів туристичної інфраструктури, активного розвитку міжнародних пасажирських перевезень мережею міжнародних транспортних коридорів, стимулювання системи логістики у туризмі.

Література:

1. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: навч. посіб. / Л.І. Гонтаржевська. — Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. — 180 с.
2. Кабушкин Н.И. Организация туризма: учеб. пособие / Н.И. Кабушкин, А.П. Дурович, Т.М. Сергеева и др. — Минск: Новое знание, 2003. — 632 с.
3. Козловський Є.В. Правове регулювання туристичної діяльності: навч. посіб. / Є.В. Козловський. — К.: "Центр учбової літератури", 2015. — 272 с.
4. Козловський Є.В. Проблеми формування інвестиційної політики в галузі туризму / Є. Козловський // Стратегія реформування системи державного управління на засадах демократичного врядування: матеріали наук.-практ. конф. за Міжнар. участю, Київ, 31 трав., 2007 р. — К.: Вид-во НАДУ, 2007. — Т.2. — С. 165—167.
5. Козловський Є. Державне регулювання та підтримка розвитку туризму в Україні: досвід країн Центральної та Східної Європи / Є. Козловський // Актуальні проблеми внутрішньої політики. — 2004. — Вип. 4. — С. 209—218.
6. Козловський Є. Роль туристичної галузі в активізації соціальної роботи в сучасному українському суспільстві / Є. Козловський // Наук. вісн. Чернівецького ун-ту. — 2005. — № 244. — С. 86—91.
7. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України: чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 03 січ. 2017 р. — Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/959-12>
8. Про туризм: Закон України: чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 11 лют. 2015 р. — Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95>
9. Система стримувань і противаг у сфері державно-управлінських відносин: наук.-метод. рек. / авт. кол.: В.А. Ребкало, В.А. Шахов, Е.А. Афонін та ін. — К.: НАДУ, 2008. — 72 с.
10. Ткаченко Т.І. Сучасна модель створення національного туристичного продукту "Буки: розвиток через туризм": практичний аспект / Т.І. Ткаченко // Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колект. монографія / за наук. ред. проф. Л.Ю. Матвійчук. — 3-тє вид. — Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2017. — С. 23—44.
11. Ткаченко Т. Методичний інструктаж комплексної оцінки туристично-ресурсного потенціалу України / Т. Ткаченко // Географія та туризм: наук. зб. — 2017. — Вип. 40. — С. 40—50.
12. Tkachenko T. E-tourism, as display of dominant criterion of modern tourism-operating: relevant provisions, tools, use / T. Tkachenko, L. Kovalska //

Часопис соціально-економічної географії: Міжрегіон. зб. наук. праць. — 2017. — Вип. 23 (2). — С. 19—22.

References:

1. Hontarzhevs'ka, L. I. (2008), Rynok turystychnykh posluh v Ukraini: navch. posib. [The market of tourism services in Ukraine: Tutorial], Skhidnyj vydavnychyj dim, Donetsk, Ukraine
2. Kabushkin, N. I. Durovich, A. P. and Sergeeva, T. M. (2003), Organizacija turizma: ucheb. posobie [Organization of tourism: Tutorial], Novoe znanie, Minsk, Belarus.
3. Kozlovskyy, Ye. V. (2015), Pravove rehuliuвання turystychnoi diial'nosti: navch. posib. [Legal regulation of tourism activities: Tutorial], Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.
4. Kozlovskyy, Ye. V. (2007), "The problems of formation the investment policy in tourism industry", Materialy konferentsii [Conference Proceedings of the Strategy of reforming the system of public administration on the basis of democratic governance], Naukovo-praktaktychna konferentsiia za mizhnarodnoiu uchastiu [Sciences-practice conference behind the international participation], KNUCiM, Kyiv, Ukraine, Vol. 2, pp. 165—167.
5. Kozlovskyy, Ye. (2005), "The role of the tourism industry in activating the social work in modern Ukrainian society", Nauk. visn. Chernivets'koho un-tu, vol. 244, pp. 86—91.
6. Kozlovskyy, Ye. (2004), "Public regulation and support of tourism development in Ukraine: the experience of the countries of Central and Eastern Europe", Aktual'ni problemy vnutrishn'oi polityky, vol. 4, pp. 209—218.
7. The Verkhovna Rada of Ukraine (2017), The Law of Ukraine "On foreign economic activity", available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/959-12> (Accessed 07 May 2018).
8. The Verkhovna Rada of Ukraine (2015), The Law of Ukraine "On tourism", available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95> (Accessed 07 May 2018).
9. Rebkalo, V.A. Shakhov, V.A. and Afonin, E.A. (2008), Systema strymuvan' i protyvah u sferi derzhavno-upravlins'kykh vidnosyn [System of checks and balances in the field of public-administrative relations], NADU, Kyiv, Ukraine.
10. Tkachenko, T. (2017), "Modern model of creation of a national tourism product "Buky: development through tourism": a practical aspect", Perspektyvy rozvytku turyzmu v Ukraini ta sviti: upravlinnia, tekhnolohii, modeli, pp. 23—44.
11. Tkachenko, T. (2017), "Methodical instruction of integrated assessment of tourism resource potential of Ukraine", Heohrafiia ta turyzm: nauk. zb., vol. 40, pp. 40—50.
12. Tkachenko, T. and Kovalska, L. (2017), "E-tourism, as display of dominant criterion of modern tourism-operating: relevant provisions, tools, use", Chasopys sotsial'no-ekonomichnoi heohrafii, vol. 23 (2), pp. 19—22.

Стаття надійшла до редакції 13.05.2018 р.