



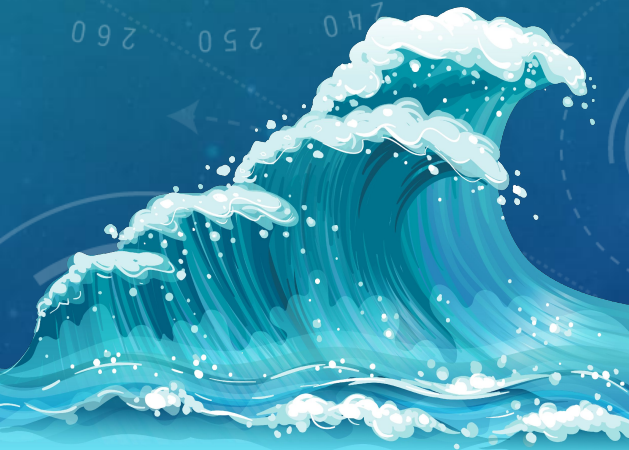
ЗАКОНОДАТЕЛЬС

ТВО

ЗАРУБЕЖНЫХ

СТРАН

О ТУРИЗМЕ



ПРЕЗЕНТАЦИЯ ВЫПОЛНЕНА СТУДЕНТАМИ 5ГО КУРСА 1Й
ГРУППЫ МПИ

СВИНАРЕНКО АНАСТАСИЕЙ

ПЛЕТНЁВЫМ НИКИТОЙ



По данным ВТО, законодательные акты по регулированию туризма приняты в более чем в 100 странах мира. Они направлены на определение государственных задач в сфере развития туризма и средств их достижения, упорядочение туристских формальностей и уменьшение рисков при путешествиях, интенсификацию развития туристской индустрии, регулирование отношений между производителями и потребителями туристских услуг, а также на другие цели и задачи, решение которых невозможно без принятия отдельного закона о туризме. Далее мы рассмотрим законодательство отдельно взятых государств.





ФРАНЦИ Я



Законом о туризме № 92-645 определены условия, позволяющие заниматься продажей туров, установлен круг физических и юридических лиц, подпадающих под действие данного закона, названы услуги, относящиеся к туристским, сформулированы условия, при которых возможно осуществление туристской деятельности для турагентств, общественных организаций и ассоциаций, местных туристских органов, а также отдельных категорий лиц. Фактически речь идет о возможности получения разрешения (в виде лицензии, сертификата и иного официального согласия) на занятие туристской деятельностью в том виде, в каком это определено Законом.

В специальном разделе Закона фиксируются отношения между производителем и потребителем туристского продукта, перечислены основные права и обязанности продавца и покупателя, которые должны содержаться в контракте (договоре). Законом также регламентированы меры ответственности продавца тур-продукта за качество входящих в него услуг, а также случаи, исключающие такую ответственность, санкции к нарушителям и механизм контроля со стороны государственных органов за деятельностью физических и юридических лиц, подпадающих под регламентацию данного Закона.



БЕЛЬГИЯ



Туристская деятельность регулируется Законом "О деятельности турагентств и лиц туристских профессий" от 16 февраля 1994 г. Он содержит основные используемые определения, требования к рекламе турпродукта, условия заключения контракта на поездку, содержание контракта, ответственность сторон, механизм решения споров и санкции за нарушение Закона.



ИТАЛИЯ



В 1983 г. был принят основной закон по совершенствованию и развитию сферы туризма и гостиничной индустрии. Законом определены органы управления туризмом на региональном уровне и порядок их функционирования, даны определение туристского предприятия и условия его регистрации, а также определение и классификация гостиничного хозяйства, изложены условия, на которых транспортным и туристским бюро, общественным ассоциациям разрешается заниматься туристской деятельностью, регулируется деятельность профессионалов в туристской сфере, определены меры поддержки туристской отрасли со стороны государства и прочее.



ИСПАНИ Я



Туристская деятельность на общенациональном уровне определяется Законом № 48/1963 "О компетенции в области туризма" и Декретом "О деятельности частных туристских предприятий" от 14 января 1965 г. Помимо общенационального, каждая из 17 автономий имеет собственное законодательство по туризму, основные положения которого соответствуют вышеуказанному Закону. Испанское законодательство по туризму регулирует отношения между туристом и продавцом турпродукта, условия, на которых физическим и юридическим лицам разрешается заниматься туристской деятельностью, порядок оказания туристских услуг, меры контроля со стороны государства и санкции к нарушителям.

В апреле 1996 г. Парламент Испании утвердил Закон "О комбинированных путешествиях", которым были четко определены права и обязанности как потребителя, так и туристского агентства. Под комбинированным путешествием понимается поездка, включающая турпродукт, содержащий, по меньшей мере, два из трех нижеследующих элемента: транспорт, размещение на ночлег и любые другие туристские услуги. В Законе дано четкое распределение ответственности внутри туристской сферы и разъяснение различных аспектов турпродукта и комбинированных путешествий.



США



Первый Национальный закон США "О международном туризме" был принят в 1961 г. Им предусматривалось создание Администрации по путешествиям и туризму (АПТ) в рамках Федерального министерства торговли США. Далее в 1981 г. был принят Закон "О Национальной политике в сфере туризма", а 30 мая 1992 г. - Закон "О политике в сфере туризма и развитии экспорта", согласно которому перед Агентством по торговле были поставлены основные задачи: координация государственной политики в области туризма в интересах США, исследование конъюнктуры туристского рынка, ведение статистики туризма, руководство программой развития туризма, оказание поддержки штатам, графствам, городам и сельским районам.

Помимо Национального органа, регулирующего туризм на федеральном уровне, в США в каждом из штатов имеется соответствующая служба, ответственная за развитие туризма. Как правило, это Агентство по торговле, коммерции и туризму, перед которым поставлены задачи планомерного роста и всестороннего развития въездного и внутреннего туризма, проведение рекламно-информационных программ по их пропаганде, осуществление исследовательских акций по анализу состояния и перспективам развития туризма. То же самое в городах, где при местных органах власти имеются специальные Бюро по туризму. В Бюро входят представители городских властей, транспортных компаний, отелей, ресторанов, развлекательных и других учреждений.

Агентство по торговле было призвано работать в тесном контакте с Консультативным советом по вопросам туризма, куда входят 15 представителей основных отраслей промышленности США, а также Национальным Советом по пропаганде путешествий и туризма, который ответствен за издание каждый год доклада с обязывающим названием: "Туризм работает на Америку". В этих докладах четко прослеживается мысль, что въездной и внутренний туризм являются важнейшими секторами национальной экономики. Кстати, в США туристская индустрия является вторым крупнейшим "работодателем" после системы здравоохранения.

В 1995 г. в целях привлечения внимания к сфере туризма и рассмотрения возникающих в ней проблем в Белом Доме была проведена Национальная конференция по развитию туризма. Помимо всех прочих были рассмотрены вопросы перевода АПТ на самофинансирование, поскольку сфера туризма по доходам стала занимать в США третье место (после производства автомобилей и продуктов питания). По завершении Олимпиады в Атланте в августе 1996 г. государственное финансирование АПТ существенно сократилось, вступила в действие система частичного государственного спонсирования и значительно большего участия в этом частных фирм и предприятий. В 1996 г. Конгресс США принял еще один закон по развитию туризма и с января 1997 г. стала функционировать предусмотренная в нем новая Федеральная туристская структура - Национальная Организация Туризма (НОТ). В Законе конкретно указано, что если в ближайшее будущее НОТ не повысит долю США в мировом туристском рынке и не увели



ФИНЛЯНД ИЯ



"Закон о субъектах, имеющих право на продажу туров" и "Закон о турах и занятии туристской деятельностью" № 1080/94. Во многом принятие данного Закона было обусловлено вступлением Финляндии в ЕС и необходимостью приведения финских законов в соответствии с требованиями ЕС. Законы регулируют отношения клиента и турфирмы по вопросам продажи тура и порядок урегулирования спорных моментов. В марте 1995 г. принято Постановление правительственных структур Финляндии "О занятии туристской деятельностью", в котором детализированы основные сведения, требуемые при регистрации на занятие туристской деятельностью: помимо обычных вопросов, следует указать, в том числе, является ли фирма посредником иностранной туристской компании.

Законодатели перечисленных стран исходили из той естественной посылки, что облегчение туристской поездки, упрощение туристских формальностей и свободное перемещение туристов и повышение их безопасности требует единых дефиниций сферы туризма и унифицированной нормативно-правовой базы, которая достаточно легко регулировала бы взаимоотношения различных субъектов международного туристского рынка, независимо от направляющей и посещаемой страны, или целой цепочки стран по всему маршруту следования туриста.