



## ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО; ГОСПОДАРСЬКО-ПРОЦЕСУАЛЬНЕ ПРАВО

**В. В. Рєзнікова**  
кандидат юридичних наук,  
доцент кафедри трудового, земельного та господарського права  
Хмельницького університету управління та права

УДК 347.732

### ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ ТУРИЗМУ

*Статтю присвячено розкриттю особливостей правового регулювання посередницької діяльності в сфері туризму. Досліджено процес руху туристичного продукту на ринку за допомогою туристичних посередників, види туристичної діяльності з організації туризму. Особливу увагу присвячено державному регулюванню (ліцензуванню, фінансовому забезпеченню), змісту господарської діяльності туристичних посередників: туристичних операторів та туристичних агентів.*

*Стаття посвячена раскрытию особенностей правового регулирования посреднической деятельности в сфере туризма. Исследован процесс движения туристического продукта на рынке с помощью туристических посредников, виды туристической деятельности по организации туризма. Особое внимание уделено государственному регулированию (лицензированию, финансовому обеспечению), содержанию хозяйственной деятельности туристических посредников: туристических операторов и туристических агентов.*

*The article is devoted to discovering of specialties of legal regulation of mediation activity in tourism sphere. Process of motion of product of tourism on market with help of tourism mediators has been investigated, as well as kinds of tourism activity in the process of travel organization. Special attention has been given to governmental regulation (licensing, financial providence), content of business activity of tourism mediators: travel operators and travel agents.*

Одним із найважливіших напрямів державної політики у туристичній галузі є підвищення ефективності інформаційно-комунікаційної інфраструктури, активізація просування туристичного продукту (передусім, за рахунок розвитку посередництва) на ринку туристичних послуг завдяки організаційній, фінансовій підтримці господарюючих суб'єктів туристичної галузі з боку центральних і місцевих органів виконавчої влади. Як зауважує Н. І. Кабушкін, мабуть, для жодної зі сфер господарювання посередництво не має такого значення, як для туризму [1, с. 125]. Розвиток ринку туристичних послуг



спричиняє необхідність розробки засобів регулювання господарських відносин в сфері здійснення туристичної діяльності й, зокрема, посередницьких відносин, без яких є об'єктивно неможливим господарювання в сфері туризму. Неповнота та суперечливість правових норм, що регулюють поведінку суб'єктів туристичної діяльності; недостатність розробки понятійного апарату, а в окремих випадках і відсутність правового регулювання тих чи інших питань, створюють вагомі перешкоди в практиці ефективного здійснення господарюючими суб'єктами туристичної діяльності.

Окремі загальнотеоретичні аспекти цивільно-правового регулювання туризму як виду підприємницької діяльності стали предметом досліджень таких науковців, як: Е. В. Ахтямова, Н. І. Волошин, Н. А. Ган, Л. Єрмоліна В. А. Квартальнов, К. С. Свіридов, Н. В. Сирик, Я. Є. Парцій, Е. Л. Писаревський та ін. Господарсько-правові дослідження з окресленої проблематики фрагментарні, носять подекуди не стільки теоретичний, скільки прикладний характер, і виконуються такими авторами, як: І. Губіна, Ю. Іванов, Т. Олексенко, Т. Крисенко, О. Короп, О. Тимохіна та ін. Питання, пов'язані з правовим регулюванням туристичної діяльності в сфері господарювання, поки що не стали предметом щільної уваги вчених-правників. В існуючих дослідженнях туризму знайшли своє відображення далеко не всі проблеми правового регулювання туристичної діяльності як виду підприємницької діяльності, зокрема, й питання посередництва в сфері туризму, до того ж, в них явно домінують економічні аспекти, а не правові.

Метою даної публікації є висвітлення особливостей правового регулювання посередницької діяльності в сфері туризму.

*Туристична індустрія* є взаємопов'язаною системою суб'єктів господарської діяльності, що надають туристам всі необхідні до споживання в процесі туризму та достатні для здійснення власне процесу туризму туристичні послуги, роботи та товари [2, с. 92]. *Туристична індустрія* — це сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності. Сьогодні в структурі індустрії туризму діють суб'єкти господарювання різноманітних типів: перевізники, готелі, підприємства громадського харчування, розважальні заклади, лікувальні установи тощо. Зважаючи на те, що організація та здійснення туристичної поїздки невід'ємно супроводжується наданням банківських, інформаційних послуг, послуг зі страхування тощо, то до суміжних суб'єктів індустрії туризму можна віднести суб'єктів господарювання, які надають зазначені види послуг. В цій системі суб'єктів туристичної індустрії особливе місце посідають *організатори туризму*, тобто суб'єкти господарювання, які не надають безпосередньо туристичних послуг, а лише виконують функції посередника між споживачем туристичної послуги (туристом) та безпосереднім послугонадавачем. Діяльність організаторів туризму — це також послуга (посередницька). У туристичному законодавстві деяких країн світу ці підприємства так і називають, відповідно до їхнього призначення і характеру функцій, — *організаторами туризму*. Посередники в сфері туризму забезпечують зв'язок споживача з “виробником” туристичних послуг, пропонують стандартизовані пакети туристичних послуг, комбінуючи їх на власний розсуд чи за бажанням клієнта, які в сукупності утворюють “туристичну подорож”, тобто *туристичний продукт*.

Посередники в сфері туризму (турагенти і туроператори) є тими суб'єктами господарювання, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність, тобто діяльність пов'язану з рухом туристичного продукту на ринку. *Процес руху туристичного продукту на ринку* правовою доктриною прийнято умовно поділяти на *три стадії*:

1) *формування туристичного продукту* — діяльність туроператора з укладення та виконання договорів з третіми особами, які надають окремі туристичні послуги, що входять до складу турпродукту (готелі, перевізники, заклади громадського харчування, екскурсійні бюро тощо) та/або співпраці з іншим туроператором із прийомом туристів щодо забезпечення надання всього комплексу туристичних послуг, які входять до складу турпродукту. Туристичний продукт формується на основі кон'юнктури ринку та/або на основі конкретного замовлення туриста. Особливістю цієї стадії є те, що у формуванні туристичного продукту бере участь лише туроператор, що організовує та забезпечує



створення турпродукту;

2) *просування турпродукту* — комплекс заходів спрямованих на реалізацію туристичного продукту (реклама, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, організація туристичних інформаційних центрів, видання каталогів, буклетів тощо);

3) *реалізація турпродукту* — діяльність туроператора або турагента з реалізації турпродукту туристам та/або іншим замовникам туристичних послуг, що включає в себе діяльність з укладення та виконання відповідних договорів про надання туристичних послуг.

Особливістю другої та третьої стадій є те, що діяльність, пов'язану з просуванням турпродукту та його реалізацією може здійснювати як туроператор, так і турагент. При здійсненні цієї діяльності туроператор і турагент зобов'язані надавати необхідну та достовірну інформацію щодо туристичного продукту і всього комплексу тих туристичних послуг, які входять до його складу.

Під необхідною інформацією розуміється надання цієї інформації в тому обсязі, котрий буде розглядатись контрагентом як повний та такий, що не потребує доповнення. Достовірність — це відповідність дійсності тих відомостей, які є складовими інформації. Туроператор та/або турагент мають надавати інформацію в такому обсязі, щоб клієнт отримав необхідні та достатні відомості щодо споживчих властивостей туристичної послуги, в т.ч. й щодо програми перебування, маршруту подорожі.

Е. В. Левицька зазначає, що в процесі реалізації туристичного продукту формуються канали його збуту, кожен з яких є сукупністю способів організації продажу туристичного продукту туристичними підприємствами безпосередньому споживачу [3, с. 212]. А. П. Дурович, А. С. Копачев під каналом збуту в туризмі розуміють сукупність способів організації продажу (реалізації) туристичного продукту туристичний підприємством споживачеві [4, с. 205]. Канали збуту характеризуються в залежності від кількості рівнів, які його складають.

Під рівнем каналу збуту мається на увазі будь-який посередник на шляху від туристичного підприємства до кінцевого споживача. Так, зокрема, О. В. Левицька розрізняє однорівневий (передбачає включення в процес реалізації туристичного продукту одного посередника), дворівневий (передбачає включення в процес реалізації туристичного продукту двох та більше посередників) та багаторівневий (понад два посередники) канали збуту туристичного продукту [3, с. 213].

За переконанням Л. Єрмоліної, при реалізації туристичних послуг виникає складна гамма договірних відносин, умов, що регулюють відповідальність за кожну щабліну багатоланкового ланцюга учасників та ризиків за виконання зобов'язань [5, с. 26].

Діяльність туроператора і туристичних агентств на ринку надання туристичних послуг є тісно взаємопов'язаною та має широкий спектр договірних відносин. Багатоманітність форм співпраці та видів договорів, які укладаються між такими суб'єктами туристичної індустрії, має значення, як зазначає авторка не лише для партнерів по бізнесу, але й для їхніх клієнтів (туристів).

У сучасних умовах схеми реалізації туристичного продукту досить багатоманітні та можуть мати різні принципи побудови економічних і правих відносин між учасниками "ланцюгів". Примітно, що за чинним Законом України від 15.09.1995р. "Про туризм" (ст. 1), всі три стадії, входять до складу єдиного поняття "*просування туристичного продукту*", під яким розуміється комплекс заходів, спрямованих на створення та підготовку до реалізації туристичного продукту чи туристичних послуг (організація рекламно-ознайомлювальних подорожей, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, видання каталогів, буклетів тощо).

Діяльність з забезпечення руху (просування) туристичного продукту на ринку прийнято називати *туристичною діяльністю, діяльністю з туристичного обслуговування, та/або діяльністю, спрямованою та організацію туризму*. Так, наприклад, *діяльність, спрямована на організацію туризму — туристична діяльність*, за визначенням А. Є. Толстової, є різновидом підприємницької діяльності з формування,



просування та реалізації комплексної туристичної послуги, а також надання інших індивідуальних послуг в сфері туризму, що є необхідними в процесі надання комплексної туристичної послуги, однак не входять до її складу [6, с. 41]. К. С. Свіридов визначає туристичну діяльність як діяльність туроператорську та турагентську. При цьому, *туроператорську діяльність* автор визначає як підприємницьку діяльність по формуванню, просуванню та реалізації туристичних послуг, що здійснюється на підставі ліцензії, а *турагентську* — як підприємницьку діяльність з просування та реалізації туристичних послуг, здійснювану також на підставі ліцензії [7, с. 13].

Розрізняють, як правило, *три види* туристичної діяльності та/або діяльності з організації туризму:

1) *діяльність з формування, просування та реалізації туристичної послуги* (туроператорська діяльність). Особи, що займаються такою діяльністю (туроператори) здійснюють повний цикл робіт з організації подорожей, починаючи від пошуку об'єктів подорожей (цілей, маршрутів і т. п.), включаючи перевезення, розміщення, харчування туристів тощо, до організації заходів з різноманітних видів реклами і реалізації туристичної послуги. Очевидно, з початку визначається мета подорожі, маршрут, її тривалість. Потім, залежно від цих факторів, підбираються та комбінуються туристичні послуги, які надаються різноманітними виконавцями туристичних послуг (формування туристичного продукту). Сформований таким чином туристичний продукт, для його подальшої реалізації, потребує рекламування. Реклама здійснюється шляхом участі туристичних організацій в спеціалізованих ярмарках, виставках, шляхом видання каталогів та буклетів тощо (просування туристичного продукту). В подальшому сформований та розрекламований туристичний продукт реалізується через турагентську мережу, тобто через систему організацій — посередників в сфері туристичного бізнесу (реалізація туристичного продукту);

2) *діяльність з просування та реалізації туристичної послуги, сформованої туроператором* (турагентська діяльність);

3) *інша діяльність з організації туризму* — це діяльність юридичних та фізичних осіб — підприємців, з надання індивідуально-відособлених послуг, що є об'єктивно необхідними в процесі надання комплексної туристичної послуги (спрямованими на задоволення потреб туристів під час подорожей, відпочинку та екскурсій) і не є пов'язаними з формуванням, просуванням та реалізацією комплексу туристичних послуг (турпродукту). До такої діяльності можуть відноситись візова підтримка, продаж квитків, послуги гідів — перекладачів тощо. Терміни “формування”, “просування”, “реалізація” (туристичного продукту) в законодавчому порядку на сьогодні не визначені. Однак при зверненні до етимологічного значення слова “формувати”, знаходимо, що воно означає “створювати, складати, організовувати” [8, с. 786].

Таким чином, основною і відмінною функцією туристичного оператора є організаторська робота, що полягає в підборі, комбінуванні туристичних послуг, які надаються різними виконавцями в залежності від цілей, строків та маршруту подорожі, в укладенні угод з третіми особами, на підставі котрих останні зобов'язуються виконати повністю чи частково зобов'язання організатора подорожі перед туристом. Сутність туристичної послуги, яку надає туроператор, полягає в тому, що туроператор бере на себе зобов'язання здійснити весь процес підготовки та проведення туристичної подорожі, а турист таким чином отримує тур, не укладаючи значної кількості договорів з безпосередніми надавачами різноманітних туристичних послуг.

Діяльність, спрямовану на організацію туризму — *туристичною діяльністю* — можуть займатися суб'єкти господарювання — підприємці, що мають ліцензію на право зайняття конкретною туристичною діяльністю (туроператорською чи турагентською). В силу персоналізованого характеру туристичної послуги до її виконавців висуваються особливі, підвищені вимоги, на засвідчення їх професіоналізму, спроможності здійснювати діяльність з надання такого роду послуг. Оскільки туристична діяльність є підприємницькою, то її наявність або відсутність в діях суб'єкта визначається в залежності від тривалості та інтенсивності оплатних дій, мети — отримання прибутку тощо. У



зв'язку з цим С. Л. Писаревський зазначає, що такі дії (діяльність) мають носити системний характер, а тому надання разової туристичної послуги (або час від часу), хоч би й вона включала в себе всі елементи туристичного продукту, не повинно підлягати ліцензуванню [10, с. 4].

Традиційно, як вбачається з викладеного, до *організаторів туризму* відносяться два види (типи) суб'єктів господарювання: *туристичні оператори* та *туристичні агенти*. Т. М. Ореховська, І. Д. Козьменко, Р. В. Кравчук зазначають, що туроператори та турагенти — це суб'єкти, які мають право на реалізацію турпродукту [11, с. 173]. При цьому, *туроператорська фірма (організація)*, на думку зазначених авторів — це туристична оптова фірма, яка виступає посередником між підприємствами туристичної індустрії і турагентами. Вона організовує тури і реалізує їх від свого імені через туристичні агентства або безпосередньо клієнтам. У процесі організації турів туроператор встановлює зв'язки з підприємствами розміщення, харчування, транспорту, а також, залежно від характеру туру, з культурно-освітніми закладами та екскурсійними бюро, виступаючи як оптовий покупець туристичних послуг. Натомість, *турагент* визначається зазначеними авторами як роздрібна фірма, яка виступає посередником між обслуговуючими підприємствами або туроператорськими фірмами, з одного боку, і клієнтами — туристами — з іншого боку. Турагент або реалізує тури, які пропонуються туроператорськими фірмами, або надає окремі види послуг індивідуальним туристам чи організованим групам, встановлюючи безпосередні зв'язки з транспортними організаціями, готелями, підприємствами харчування, екскурсійними бюро. На підставі викладеного, автори роблять висновок, що туристичні фірми (туроператори та турагенти) мають досить широкі можливості здійснення виробничої діяльності (у випадку встановлення безпосередніх зв'язків з виробниками туристичних послуг), торговельної діяльності (у випадку реалізації продукції (послуг) інших туроператорських фірм з націнкою), а також широкою посередницькою діяльністю (у випадку реалізації туристичних путівок на правах комісіонера) [11, с. 174].

За визначенням Н. І. Кабушкіна, тур посередник — це збірне поняття, яке охоплює всіх суб'єктів господарювання, які в своїй основній чи додатковій господарській діяльності виступають як посередники. Туроператор (як турпосередник) — це туристичне підприємство, яке комбінує власні та “чужі” послуги в новий самостійний туристичний продукт.

Цей новий продукт, як зазначають вказані автори, називається комплексним туром і є пакетом туристичних послуг з декількох складових. Туроператор пропонує клієнту комплексний тур від власного імені, на власний ризик та за власний рахунок. Туроператор формує цей пакет попередньо для ще не відомого йому споживача і пропонує його за єдиною ціною. Туроператор збирає в пакет туристичні послуги, що доповнюють одна одну і надаються, як правило, різними виконавцями послуг. Результат комбінування — отримання нового туристичного продукту, до складу якого входять також послуги з туристичного посередництва, консультування та збуту [1, с. 122].

В. Ф. Кифяк *туроператорами* називає:

- 1) туристичні організації (підприємства), які мають власні або орендовані засоби туристичного обслуговування і пропонують своїм клієнтам комплекс послуг;
- 2) оптових посередників між туристичними агентствами і підприємствами туристичної індустрії, до яких належать фірми та організації, зайняті обслуговуванням туристів, але не належать напряму до туризму, а є представниками інших галузей економіки [9, с. 110].

В економічних джерелах можна зустріти також визначення *туристичного оператора* як суб'єкта туристичної діяльності, що здійснює виробництво, просування та реалізацію власного туристичного продукту.

Під формуванням туру розуміють складання впорядкованих та взаємопов'язаних за термінами, метою, узгоджені за вартістю, якістю, послідовністю послуг та робіт й укладення договорів та їх надання. А *туристичного агента*, — як суб'єкта туристичної діяльності, яка здійснює функції роздрібного продажу туристичних послуг і турів



споживачу — туристові або корпоративним клієнтам. А. Є. Толстова пропонує визначати організаторів туризму наступним чином: *туроператор* — це юридична особа або індивідуальний підприємець, котрий від свого імені та за власний рахунок здійснює ліцензовану діяльність з формування, рекламування, просування та реалізації комплексної туристичної послуги; *турагент* — це юридична особа або індивідуальний підприємець, котрий від свого імені та за рахунок туроператора, або від імені та за рахунок туроператора здійснює ліцензовану діяльність з рекламування, просування та реалізації комплексної туристичної послуги, створеної тур оператором [6, с. 8–9].

*Туроператора* прийнято визначати також як туристичну організацію, котра займається розробкою туристичного продукту і комплектацією турів, забезпечує їхнє функціонування, організовує рекламу та просування туристичного продукту на ринку, визначає ціна на ці тури, реалізовує туристичний продукт. А *турагента* — як туристичну організацію (або індивідуального підприємця без утворення юридичної особи) котра придбаває тури, розроблені та сформовані туроператором, випускає на ці тури путівки та реалізовує їх туристу.

Таким чином, в окремих із наведених визначень, відображено лише функціональну ознаку — види діяльності організаторів туризму, однак залишено поза увагою юридичний аспект — отримання ліцензії. Також не враховано основної ознаки діяльності туроператора — здійснення цієї діяльності від власного імені. Натомість Є. Л. Писаревський пропонує застосовувати наступні визначення зазначених суб'єктів: *туроператор* — особа, що від власного імені здійснює підприємницьку діяльність з формування, просування та реалізації туристичного продукту, а також з надання інших туристичних послуг, не пов'язаних з перевезеннями та розміщенням; *турагент* — особа, що здійснює підприємницьку діяльність з просування та реалізації туристичного продукту, створеного туроператором, а також з надання інших туристичних послуг, не пов'язаних з перевезеннями та розміщенням [10, с. 7].

Із сукупного аналізу наведених визначень вбачається, що вони містять основні, найбільш важливі ознаки, які характеризують туроператора та турагента. Передусім — це *організаційна ознака* — здійснення туристичної діяльності суб'єктами підприємницької діяльності (туроператорської діяльності — виключно юридичними особами, а турагентської діяльності — як юридичними, так і фізичними особами, що зареєстровані підприємцями у встановленому законом порядку). При цьому, мають місце дискусії щодо доцільності існування в Законі України “Про туризм” обмеження щодо можливості зайняття туроператорською діяльністю фізичних осіб — підприємців. Важливою також є: *правова ознака* — здійснення діяльності лише на умовах її ліцензування; і *функціональна ознака*, через яку визначається обсяг повноважень кожного з організаторів туризму, відзначається більш важлива роль туроператора як суб'єкта, який формує туристичну послугу. Має місце вказівка і на, так звану, ознаку взаємодії — внутрішні взаємовідносини туроператора і турагента. Таким чином, суб'єкти господарювання, які здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх туристичних послуг, є безпосередніми учасниками відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності. Саме вони є тими суб'єктами посередницької діяльності, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність.

*Туристичні оператори (туроператори)* — юридичні особи, створені згідно з законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність. Отже, туроператори не мають права займатися будь-якою іншою діяльністю, крім туристичної. Передусім туроператори здійснюють господарську діяльність, пов'язану із:

- 1) формуванням туристичного продукту,
- 2) просуванням сформованого туристичного продукту на ринку туристичних послуг;
- 3) реалізацією туристичного продукту споживачам туристичних послуг.



Основне завдання туроператора — формування (створення) туру, підкріпленого програмою обслуговування. Програма обслуговування — це план заходів, спрямованих на задоволення інтересів та потреб подорожуючих (туристів), які визначають призначення і вид туру.

За видом діяльності туроператори можуть бути: *туроператорами масового ринку* — реалізують велику кількість турпродукту, сформованого на масовий попит та наперед визначені місця відпочинку; *спеціалізованими туроператорами* — це оператори, які спеціалізуються на окремо визначеному продукті або сегменті ринку (певна країна, певний вид туризму і т. ін.). За місцем здійснення діяльності туроператори можуть бути: *внутрішніми туроператорами* — формують турпродукт для споживання громадянами своєї країни в межах країни; *віїзними туроператорами* — формують турпродукт для споживання громадянами своєї країни за кордоном; *операторами на прийомі* — базуються в місці призначення і обслуговують прибулих іноземних туристів. У більш загальному сенсі туроперейтингу, як виду господарської діяльності, туроператорів прийнято поділяти на ініціативних і рецептивних. *Ініціативні* — це туроператори, які відправляють туристів за кордон або інші регіони за домовленістю з приймаючими операторами або безпосередньо з туристичними підприємствами. *Рецептивні* — це туроператори на прийомі, тобто ті, які комплектують тури і програми обслуговування в місцях прийому і обслуговування туристів, використовуючи прямі угоди з постачальниками послуг.

Туроператор виконує головну роль у туризмі, тому що саме він розробляє туристичні маршрути, наповнює їх послугами, забезпечує функціонування турів і надання послуг, готує рекламно-інформаційні видання по своїх турах, розраховує ціни, передає тури агентам для їх наступної реалізації.

*Туристичні агенти (турагенти)* — юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туристичну діяльність. Це означає, що для турагентів посередницька діяльність у сфері туризму не є виключною діяльністю. Турагент виступає у відносинах із туристичного обслуговування посередником між виконавцем та/або організатором туру і його безпосереднім споживачем (туристом), за винятком випадків, коли турагент бере на себе зобов'язання перед туристом щодо надання додаткових послуг, які не були запропоновані туроператором (наприклад, трансферт). Турагент є важливою ланкою в мережі учасників реалізації туристичного продукту. Основні завдання туристичного агента: повне і широке висвітлення можливостей відпочинку і подорожей по всіх наявних турах, курортах, туристичних центрах; просування інформації про власні можливості за допомогою реклами; організація реалізації туристичного продукту з урахуванням специфіки і особливостей туристичного ринку.

З погляду спеціалізації туристичні агентства можуть бути *багатопрофільними*, тобто здійснювати комплексне обслуговування різних за запитамі клієнтів, і *спеціалізованими*, які спеціалізуються на певних видах обслуговування (організація ділових, спортивних та інших поїздок).

Туристичне підприємство може бути одночасно і туроператором, і турагентом. Наприклад, туристичне бюро розробляє маршрути як туроператор і частково самостійно продає їх безпосередньо споживачу, а більшу частину продає турагенту, одночасно як турагент купує тури в іншого бюро (туроператора) і продає їх своїм туристам.

Отже, виключною діяльністю туроператора є:

- 1) організація та забезпечення створення туристичного продукту — заздалегідь розробленого комплексу туристичних послуг, що об'єднують не менше ніж дві такі послуги і які реалізуються за визначеною ціною;
- 2) реалізація та надання туристичних послуг;



3) посередницька діяльність з надання характерних та супутніх послуг.

Щоб мати змогу займатися такою діяльністю туроператор зобов'язаний у встановленому порядку отримати відповідну ліцензію. При цьому, туроператорська ліцензія дає її власнику: виключне право на оформлення документів для виїзду за межі України; право займатися і турагентською діяльністю без отримання ліцензії на право провадження турагентської діяльності. Таким чином, туристичний оператор — головний організатор у сфері надання туристичних послуг, має право на свій розсуд (і на користь споживачів турпослуг — туристів) комбінувати різні туристичні послуги, фактично виступаючи посередником між особами, які надають такі послуги (перевізниками, готелями, страховиками, організаторами пізнавально-розважальних заходів тощо), і особами, які мають бажання ними скористатися — туристами.

Натомість, *турагенти* здійснюють посередницьку діяльність з реалізації:

1) туристичного продукту туроператорів і туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності;

2) характерних і супутніх послуг.

При цьому найвагомим аргументом, що підтверджує належність суб'єкта туристичної діяльності до категорії турагентів, є наявність ліцензії на здійснення турагентської діяльності, отриманої у встановленому законом порядку. Отримавши ліцензію на право провадження турагентської діяльності, суб'єкт туристичної діяльності має право займатися лише турагентською діяльністю, тоді як отримання туроператорської ліцензії дає право займатися турагентською діяльністю без додаткового отримання турагентської ліцензії. Отже, турагент позбавлений права формувати власний туристичний продукт (це право належить виключно туристичним операторам), а як посередник на ринку туристичних послуг він займається реалізацією “чужих”:

1) туристичних продуктів — попередньо розроблених комплексів туристичних послуг, що поєднують не менше ніж дві такі послуги і реалізуються за визначеною ціною;

2) туристичних послуг, що включають перевезення, розташування, організацію відвідування об'єктів культури, відпочинку і розваг, реалізацію сувенірної продукції тощо;

3) характерних і супутніх послуг — послуг, надання і провадження яких скоротиться без їх реалізації туристам, відповідно, істотно (характерні послуги) і неістотно (супутні послуги).

До супутніх послуг належать послуги, які замовлені туристом, є предметом договору про туристичне обслуговування та не підпадають під визначення характерних туристичних послуг. Перелік таких послуг, визначений у Методиці розрахунку обсягів туристичної діяльності, затвердженій спільним наказом Державної туристичної адміністрації України, Державного комітету статистики України від 12.11.2003 р. Турагенту, таким чином, заборонено займатися:

1) посередницькою діяльністю на території України з укладення договорів на туристичне обслуговування з іноземними суб'єктами туристичної діяльності, — йому дозволено продавати міжнародні тури тільки за агентською угодою (ст. 37 Закону України “Про туризм”);

2) формувати і продавати турпродукти, — разом з тим, він може надавати послуги на підставі договорів, укладених з туроператорами та іншими вітчизняними партнерами, які забезпечують надання послуг з тимчасового розміщення, харчування, перевезення, організації відпочинку, оздоровлення, екскурсійного обслуговування тощо.

Окрім того, за переконанням В. Ф. Кифяк, різниця між туроператором і турагентом полягає не тільки у формуванні туристичного продукту та його реалізації, а у системі доходів. Дуже часто туроператор купує окремі послуги, з яких потім формує комплексний туристичний продукт зі своїм механізмом ціноутворення. Водночас турагент діє як роздрібний продавець і його прибуток формується з комісійних від продажу (реалізації) “чужого” туристичного продукту; турагент реалізує туристичний продукт (часто і окремі послуги) за реальними цінами туроператора або виробника





послуг. Різниця між туроператором і турагентом, як зазначає автор, є також у приналежності туристичного продукту. Туроператор завжди має запас туристичного продукту для продажу, а турагент замовляє певний турпродукт або послугу тільки тоді, коли клієнт проявляє зацікавленість у придбанні [9, с. 112].

Як бачимо, серед практиків та вчених досі не сформувалося єдиного підходу щодо розуміння сутності діяльності організаторів туризму, співвідношення функцій туроператора і турагента. Водночас, всі автори сходяться в тому, що різниця в діяльності турагента та туроператора полягає у здійсненні різних видів туристичної діяльності. Так, туроператор здійснює повний цикл робіт з організації подорожування, починаючи з підбору, комбінування туристичних послуг, які надаються різноманітними виконавцями в залежності від цілей, строків та маршруту подорожі (формування туристичного продукту), реклами туристичного продукту на спеціалізованих ярмарках, виставках (просування туристичного продукту), закінчуючи реалізацією туристичного продукту (безпосередньо туристу або турагенту як ще одному посереднику в сфері туризму). Організуючий характер діяльності туроператора виражається, передусім, в укладенні ним угод з третіми особами, в силу котрих останні зобов'язуються виконати повністю або частково зобов'язання туроператора перед туристом. Саме у взятті на себе туроператором зобов'язань з виконання всього процесу підготовки і проведення туристичної поїздки (подорожі) полягає сутність договору з надання туристичних послуг, внаслідок укладення якого турист звільняється від необхідності вступати в договірні відносини зі значною кількістю суб'єктів з приводу надання йому кожним з таких суб'єктів кожної окремої туристичної послуги на підставі значної кількості договорів. Цим, однак, роль туроператора не вичерпується. Туроператор, як організатор туризму, здійснює постійний контроль за належним виконанням третіми особами своїх зобов'язань за договорами, укладеними з туристичною організацією. Турагент натомість, на відміну від туроператора, не формує, а лише рекламує сформований туроператором туристичний продукт і реалізовує його туристу. Турагент може діяти як від власного імені, так і від імені туроператора, в той час як туроператор здійснює туристичну діяльність лише від власного імені. Видається також, що туроператор — це господарська організація, що як виключним видом підприємницької діяльності займається формування туристичного продукту, організацією туру в комплексі. В той же час, доповнення туру однією, двома або більше туристичними послугами, необхідними туристу (переміщення до місця початку подорожі, бронювання білетів, страхівка) не трансформує турагента в туроператора, не тягне за собою автоматичної зміни його правового статусу. Примітно, що А. П. Дурович, А. С. Копачев у зв'язку з цим виділяють туристичного оператора та туристичного агента [4, с. 213]:

1) агент продає продукт від імені та за дорученням туроператора. При обслуговуванні клієнтів турагент укладає з ними договори від імені туроператора, видає їм туристичні документи (путівки, ваучери) туроператора та підтверджує останньому продаж того чи іншого туру. Вся відповідальність за надання комплексу туристичних послуг лежить на туроператорі;

2) агент продає турпродукт за дорученням туроператора, але від власного імені. При обслуговуванні клієнтів в цьому випадку укладає з ними договори від власного імені, видає власні туристичні документи. У випадку виникнення претензій з боку клієнтів вся відповідальність лежить на агенті, котрий має можливість звернутися з регрес ним позовом до туроператора;

3) агент включає продукт туроператора складовою частиною до власного продукту. В світовій практиці також існує розподіл туристичних організацій на туроператорські та турагентські. В багатьох країнах світу туроператор здійснює реалізацію туристичного продукту лише турагентам, котрі вже далі поширюють туристичний продукт по регіонах та реалізують його через місцеві туристичні агентства. Самі ж туроператори туристичного продукту безпосередньо споживачеві (напрямую) реалізовувати не можуть. Аналогічними є критерії розподілу туристичної діяльності (на туроператорську та турагентську) і країнах Європейського співтовариства,



щоправда вживаються інші терміни: замість туроператора — організатор (особа, яка регулярно організовує послуги “включено все” і продає їх або пропонує до продажу безпосередньо, самостійно або через посередництво продавця), а замість турагента — продавець (особа, котра продає або пропонує для продажу послуги “включено все”, запропоновані організатором) [12, с. 87]. Зважаючи на світову практику, досвід міжнародного туризму, М. Б. Біржаков вважає за доцільне обмежити діяльність туроператорів лише оптовою реалізацією туристичного продукту і на вітчизняному ринку. У зв'язку з цим автор пропонує визначення туроператора як юридичної особи або підприємця без створення юридичної особи, що на підставі ліцензії здійснює діяльність з формування, просування та реалізації туристичного продукту, оптового продажу і реалізації, виконанню його у відповідності з умовами договору (туристичною путівкою) [2, с. 35]. Н. В. Сирик натомість зауважує, що обмеженню діяльності туроператора на вітчизняних теренах формуванням, просуванням та оптовою реалізацією туристичного продукту мають передувати необхідні економічні передумови. Передусім мають бути створені великі туроператорські організації зі значним оборотним капіталом, в той час як на сьогодні їх нараховуються одиниці [13, с. 80–81]. С. Л. Соловійов, висловлюючись з цього приводу, зазначає, що якщо туроператори будуть займатися тільки оптовою реалізацією туристичних послуг турагентам, то, з однієї сторони, це буде породжувати менше плутанини, оскільки буде прокладено чітку межу між туроператорською і турагентською діяльністю на підставі чіткого розмежування їхніх функцій. З іншої ж сторони, для того, щоб така індустрія функціонувала, мають бути створені достатньої крупні туристичні компанії — туроператори, котрі б володіли значним капіталом, засобами транспортування та розміщення, якщо враховувати їхню функцію з виконання договорів. У зв'язку з цим значна кількість туроператорів, що господарюють на вітчизняному ринку, не будуть підпадати під поняття “тур оператор”. На підставі викладеного, автор вважає недоцільним відносити визначення “туроператор” до критерію “оптового продажу” туристичних путівок [14, с. 91–92].

Слід відзначити також, що суб'єктний склад посередницьких правовідносин в сфері туризму визначає особливості договірної оформлення зазначених правовідносин:

1) правовідносини між турагентом та туроператором (іншими суб'єктами туристичної діяльності, їх організаціями контрагентами);

2) правовідносини між туроператором (турагентом) і туристом.

У першому випадку, у зв'язку з тим, що турагенти здійснюють виключно посередницьку діяльність з реалізації турпродукту туроператора та інших суб'єктів туристичної діяльності, відносини між турагентом та туроператором будуються, як правило, у рамках договору доручення, договору комісії або агентського договору. В кожному разі у договорі повинен бути передбачений перелік дій, які виконуються турагентом, наприклад оформлення документів на турпоїздку, передача грошових коштів від туриста туроператору, рекламування турпродукту, а також застережна сума комісійної винагороди турагента. Зустрічається в літературі й точка зору, відповідно до якої відносини між суб'єктами туристичної діяльності можуть складатися за наступними схемами:

1) туроператор реалізує турпродукт (розроблений комплекс туристичних послуг) “власного виробництва”, тобто туроператор просуває на ринку, реалізує скомбіновані ним різні туристичні послуги, фактично виступаючи посередником між особами, які надають такі послуги (перевізниками, готелями, страховиками, організаторами пізнавально-розважальних заходів тощо), і особами, які мають бажання ними скористатися — туристами (така схема іменується “виробничою”);

2) турагент купує готовий турпродукт (путівку (туристичний ваучер)), а потім здійснює його перепродаж (така схема іменується “торгівельною”);

3) турагент реалізує “чужий” турпродукт, надаючи посередницькі послуги за договорами доручення, комісії, агентським договором тощо [15].

В другому випадку, при наданні туристичних послуг обов'язковою умовою для туроператорів (турагентів) є укладення з туристом письмового договору на туристичне



обслуговування. До такого договору застосовуються загальні положення договору про надання послуг. При цьому обов'язковою істотною умовою договору є ціна турпродукту. Зазначимо, що зміна узгодженої ціни можлива тільки у випадках, передбачених у договорі або при настанні форс-мажорних обставин, але не більше ніж на 5 відсотків первісної ціни (ст. 20 Закону України "Про туризм"). Туристичні послуги повинні бути надані в обсягах і в терміни, обумовлені таким договором.

Щодо *державного регулювання сфери туризму*, то це є цілеспрямований вплив з боку держави та її органів, яким державою делеговані відповідні повноваження щодо формування та підтримки туристсько-рекреаційного середовища, регулювання обсягів і напрямів туристичних потоків, створенні туристичної інфраструктури, охорони рекреаційних ресурсів і заповідних територій, організації відпочинку та вільного часу населення країни, підготовки кадрів для рекреаційно-туристичних комплексів. Державне регулювання здійснюється за допомогою механізмів та засобів їх реалізації, які повинні забезпечити вироблення різних напрямів розвитку індустрії туризму. Серед механізмів державного регулювання сфери туризму регламентуючий механізм є одним з основних, тому що з його допомогою встановлюються певні правила різних видів туристичної діяльності, визначається правовий простір тощо [16, с. 18–19]. Так, до суб'єктів господарювання, які є туристичними операторами та туристичними агентами, а також здійснюють посередницьку діяльність в сфері туризму, чинне законодавство висуває *дві вимоги*:

- 1) обов'язкове ліцензування туроператорської та турагентської діяльності;
- 2) фінансове забезпечення відповідальності туроператора та турагента.

*Ліцензування туроператорської та турагентської діяльності* здійснюється відповідно до Ліцензійних умов провадження туроператорської та турагентської діяльності, затверджених наказом Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Міністерства культури та туризму України від 11.09.2007 р., з метою створення рівних можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг та забезпечення захисту прав і законних інтересів громадян, захисту навколишнього середовища, підвищення рівня туристичного обслуговування (ст. 17 Закону України "Про туризм"). Характерними особливостями ліцензування туроператорської та турагентської діяльності є:

- 1) загальний розмір частки туроператора в статутних фондах інших туроператорів України не може перевищувати 20 відсотків їхніх статутних фондів;
- 2) суб'єкт господарювання не має права у своїй назві використовувати слова "туроператор" і "турагент" без отримання ним ліцензії на здійснення відповідно туроператорської чи турагентської діяльності;
- 3) не може бути видана ліцензія на туроператорську чи турагентську діяльність суб'єкту підприємницької діяльності із назвою, тотожною назві іншого суб'єкта підприємницької діяльності, якому ліцензія видана раніше і інформація про нього внесена до відповідного реєстру;
- 4) суб'єкт підприємницької діяльності, який отримав ліцензію на туроператорську діяльність, має виключне право на надання послуг з оформлення документів для виїзду за межі України;
- 5) туроператор і турагент повинні дотримуватися вимоги щодо укладення з туристом договору про туристичне обслуговування в письмовій (електронній) формі відповідно до вимог чинного законодавства України.

Суб'єкт господарювання, який має намір провадити туроператорську чи турагентську діяльність особисто або через уповноважений ним орган чи особу звертається із заявою про видачу ліцензії до органу ліцензування. При цьому відзначимо, що Державна служба туризму і курортів здійснює ліцензування як туроператорської, так і турагентської діяльності, а Рада Міністрів Автономної Республіки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські державні адміністрації здійснюють ліцензування лише турагентської діяльності. До заяви додаються наступні документи згідно із Переліком документів, які додаються до заяви про видачу ліцензії для окремого виду



господарської діяльності, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 04.07.2001 р., в засвідчених у встановленим порядку копіях:

- 1) установчі документи;
- 2) документ про затвердження складу органу управління (виконавчого органу), призначення керівника;
- 3) документ, що підтверджує право власності або оренди на службове приміщення (офіс);
- 4) документи, що підтверджують рівень освіти, кваліфікації та стаж роботи, необхідні для провадження відповідного виду господарської діяльності;
- 5) договір із страховою компанією про обов'язкове страхування (медичне та від нещасного випадку) туристів, що здійснюють туристичні подорожі;
- 6) довідка банківської або іншої кредитної установи про підтвердження фінансового забезпечення відповідальності суб'єкта господарювання.

Таким чином, туроператор та турагент, з метою забезпечення прав та законних інтересів споживачів туристичних послуг, зобов'язані здійснити *фінансове забезпечення своєї цивільної відповідальності* (гарантією банку або іншої кредитної установи) перед туристами (ст. 15 Закону України “Про туризм”) для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу внаслідок виникнення обставин їх неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання їх банкрутами, які пов'язані з необхідністю покриття витрат туриста з його повернення в місце постійного проживання (перебування), відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором. Щодо мінімального розміру фінансового забезпечення, то для туроператора — це 20 000 євро (в'їзний, виїзний, внутрішній туризм) і 10 000 євро (в'їзний, внутрішній туризм), а для турагента — 20 000 євро. Гарантія оформлюється у вигляді угоди, укладеної у письмовій формі між туроператором (турагентом) та банком або іншою фінансовою установою, яка внесена до реєстру фінансових установ, на термін, що перевищує на три місяці термін дії термін дії ліцензії туроператора чи турагента і припиняється через три місяці після закінчення терміну дії або анулювання відповідної ліцензії. При цьому, слід відмітити, що гарантійним випадком вважається сукупність двох обставин: виникнення обставин неплатоспроможності туроператора (турагента) чи внаслідок порушення процесу про визнання банкрутом та невиконання ним своїх договірних зобов'язань перед туристами. Законодавець в такий спосіб підкреслив, що ступінь відповідальності перед туристами туроператора, котрий формує турпродукт, є вищим, аніж турагента, котрий лише реалізує турпродукт, сформований туроператором.

На сучасному етапі розвитку ринку туристичних послуг розвиток посередництва, активізація просування туристичного продукту, підвищення ефективності інформаційно-комунікаційної інфраструктури є нерозривно пов'язаними між собою і складають в сукупності один з найважливіших напрямків державної політики в туристичній галузі. Той факт, що туристичне переміщення (подорож) відбувається через посередництво суб'єктів підприємництва, виключно (для туристичного оператора) або основною (для туристичного агента) господарською діяльністю котрих є надання посередницьких послуг в сфері туризму (послуг з організації туризму) є однією з характерних ознак туризму. Це означає, що господарська діяльність в сфері туризму без посередництва є неможливою. Посередників в сфері туризму прийнято ще інакше називати організаторами туризму, оскільки вони не надають безпосередньо туристичних послуг, а лише виконують функції посередника між споживачем туристичної послуги (туристом) та безпосередніми послугонадавачами туристичних послуг, внаслідок чого організовують виконання туристичних подорожей, надання туристичних послуг, і в цьому полягає їхній “організуючий вплив” на сферу туризму, оскільки вони забезпечують зв'язок споживача з “виробником” туристичних послуг, пропонують стандартизовані пакети туристичних послуг, комбінуючи їх на власний розсуд чи за бажанням клієнта, які в сукупності утворюють туристичний продукт. Предметом господарської діяльності організаторів туризму є не що інше, як надання посередницьких послуг у зазначеній сфері.

Посередники в сфері туризму (турагенти і туроператори) є тими суб'єктами



господарювання, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність, тобто діяльність пов'язану з рухом туристичного продукту на ринку. *Процес руху туристичного продукту* на ринку умовно поділяється на три стадії:

1) формування туристичного продукту, в якому бере участь лише туроператор, що організовує та забезпечує створення турпродукту;

2) просування турпродукту;

3) реалізація турпродукту. Діяльність, пов'язану з просуванням турпродукту та його реалізацією може здійснювати як туроператор, так і турагент.

Діяльність з забезпечення руху (просування) туристичного продукту на ринку прийнято називати туристичною діяльністю, діяльністю з туристичного обслуговування, та/або діяльністю, спрямованою та організацію туризму. Розрізняють, як правило, три види туристичної діяльності та/або діяльності з організації туризму:

1) діяльність з формування, просування та реалізації туристичної послуги (туроператорська діяльність);

2) діяльність з просування та реалізації туристичної послуги, сформованої туроператором (турагентська діяльність);

3) інша діяльність з організації туризму.

Посередницька діяльність в сфері туризму може здійснюватися лише тими особами, що у встановленому чинним господарським законодавством порядку набули статусу суб'єкта підприємницької діяльності (туроператорська діяльність може здійснюватися виключно юридичними особами, а турагентська діяльність — як юридичними, так і фізичними особами, що зареєстровані підприємцями у встановленому законом порядку). При цьому, викликає сумніви доцільність існування в Законі України "Про туризм" обмеження щодо можливості зайняття туроператорською діяльністю фізичних осіб — підприємців.

Таким чином, до посередників в сфері туризму (організаторів туризму) належать два види (типи) суб'єктів господарювання: *туристичні оператори* та *туристичні агенти*. До зазначених суб'єктів господарювання чинне законодавство висуває дві *вимоги*:

1) обов'язкове ліцензування туроператорської та турагентської діяльності;

2) фінансове забезпечення відповідальності туроператора та турагента.

Реформування законодавства, яке регулює правовідносини в сфері надання туристичних послуг, є, загалом, позитивним. Проте слід відзначити і негативні моменти. Зокрема, для захисту прав і інтересів туристів введено фінансове забезпечення відповідальності туроператорів та турагентів, однак його розмір при цьому від рівня доходу туроператора чи турагента не залежить. Це ставить у невідгідне становище туристів, які уклали договір з таким туроператором чи турагентом, який має значних господарський оборот, порівняно з туристами, які звернулися до туроператора чи турагента з незначним оборотом, про те чия відповідальність забезпечена такою ж сумою фінансового забезпечення. Невідгідним є це і для тих організаторів туризму, що є представниками малого і середнього туристичного бізнесу з незначним господарським оборотом. Більш виправданим був би диференційований підхід до визначення розміру фінансового забезпечення відповідальності туроператорів та турагентів. Видається також недоцільним з точки зору захисту інтересів як посередника в сфері туризму, так і самого туриста, фінансове забезпечення для в'їзного туризму.

#### Список використаних джерел

1. *Кабушкін, Н. И.* Менеджмент туризма [Текст] : [учебн. пособ.] / Н. И. Кабушкін. — Мн. : БГЭУ, 1999. — 644 с.
2. *Биржаков, М. Б.* Введение в туризм [Текст] / М. Б. Биржаков. — СПб. : Герда, 2001. — 167 с.
3. *Левицька, Е. В.* Організація підприємництва в туризмі [Текст] : [навч. посіб.] / Е. В. Левицька. — Донецьк : ДТБ, 2000. — 312 с.
4. *Дурович, А. П.* Маркетинг в туризме [Текст] : [учебн. пособ.] / А. П. Дурович, А. С. Копачев. — Нижний Новгород : Экономпресс, 1998. — 400 с.
5. *Ермолина, Л.* Организация договорных отношений туроператора и турагентства [Текст] / Л. Ермолина // Предпринимательство, хозяйство и право. — 2000. — № 6. — С. 26–30.
6. *Толстова, А. Е.* Гражданско-правовое регулирование оказания туристических услуг в Российской



- Федерации [Текст] : дисс. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Толстова Анна Евгеньевна. — Краснодар, 2004. — 196 с.
7. Свиридов, К. С. Правовое регулирование деятельности по оказанию туристических услуг [Текст] : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. юрид. наук : спец. 12.00.03 "Гражданское право; предпринимательское право; семейное право; международное частное право" / К. С. Свиридов. — СПб., 2003. — 22 с.
8. Ожегов, С. И. Словарь русского языка [Текст] / С. И. Ожегов. — М. : Русский язык, 1978. — 786 с.
9. Кифяк, В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні [Текст] / В. Ф. Кифяк. — Чернівці : Книги — XXI, 2003. — 300 с.
10. Писаревский, Е. Л. Туристская деятельность: проблемы правового регулирования [Текст] / Е. Л. Писаревский // Юрист. — 2000. — № 1. — С. 4–5.
11. Менеджмент туристичної індустрії [Текст] : [навч. посіб.] / [Школа І. М., Ореховська Т. М., Козьменко І. Д., Лошенко І. Р., Кравчук Р. В. і др.]. — Чернівці : Книги XXI, 2005. — 596 с.
12. European Travel Law [Text] . — Chichester : John Wiley & Sons Ltd. — 920 p.
13. Сирик, Н. В. Договор оказания туристических услуг в гражданском праве России [Текст] : дисс. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Сирик Наталья Валериевна. — М., 2003. — 199 с.
14. Соловьёв, С. Л. Договор возмездного оказания услуг в сфере туристического обслуживания [Текст] : дисс. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Соловьёв Сергей Леонидович. — М., 2006. — 149 с.
15. Парций, Я. Е. Научно-практический комментарий Закона "Об основах туристической деятельности в Российской Федерации" [Текст] / Я. Е. Парций // Хозяйство и право. — 1998. — № 7 — С. 24–31; № 8. — С. 23–28; № 9. — С. 17–27; № 10. — С. 24–34; № 11. — С. 16–22.
16. Давиденко, Л. І. Державне регулювання сфери туризму на обласному рівні [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступ. канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 "Механізми державного управління" / Л. І. Давиденко. — Донецьк, 2006. — 20 с.

*Рекомендовано до друку кафедрою трудового, земельного та господарського права  
Хмельницького університету управління та права  
(протокол № 7 від 25 лютого 2010 року)*

Надійшла до редакції 03.03.2010

