

## ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ НА ТУРИСТИЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ

*В статті йдеться про предмет договору на туристичне обслуговування з позицій адаптаційного напрямку розвитку національного законодавства та потреби його універсалізації та гармонізації. При порівнянні понять «туристичний продукт» та «туристична послуга» перевага надається останньому. Водночас вказується на комплексність та змішаність предмету вказаного договору та його різновидів зокрема.*

**Ключові слова:** договір, послуга, туризм, туристичний продукт, туристична послуга.

Питання про предмет договору на туристично-оздоровче обслуговування ніби зумовлений назвою договору. Проте він є чи не одним із самих спірних та неоднозначних унаслідок його змішаності, спрямованості не на лікування, а на оздоровлення; має оціночного значення і певну долю суб'єктивізму, від чого залежить досягнення мети туризму, як і від надання супутніх об'єктів цивільних прав; ризикового характеру. З цим пов'язана оцінка належного виконання туристичною компанією своїх зобов'язань перед клієнтом та іншими учасниками відносин із туристичного обслуговування. Зокрема йдеться про туроператорів, турагентів. Чи відповідальні вони перед туристами-замовниками тільки за якісне надання туристичної послуги, або вони несуть цивільну відповідальність й за супутні «нетуристичні» послуги: перевезення, екскурсії, лікування, оздоровлення, надання в оренду спортивних приміщень та знарядь і спорядження, харчування.

Оскільки зазначена проблематика в Україні відносно нова, вона поки що досліджена недостатньо. Відоме дисертаційне дослідження М. М. Гудими та подібні за змістом публікації, зокрема О. Г. Славова виходить із того, що «... туристичні послуги являють собою діяльність суб'єктів туристичної сфери, спрямовані на задоволення потреб туристів» [11, с.72], що має ряд вад:

а) лексичного та фактичного походження:  
1) термін «являють» як бути ким–то чи чим–то не властивий національній філології, є скоріше невдалим перекладом російськомовного «являється»; 2) є однією із ознак механічного перекладу зазначеного вище терміну; 3) в українській філології він замінений дієприкметником

«є»;

б) правового спрямування, оскільки діяльність – категорія скоріше господарського права, що проведено у ст. 3 ГК України, а у ст. 177 ЦК України використано термін «результати робіт та послуг», що більше конкретизує об'єкт цивільних правовідносин;

в) така висхідна позиція залишає більше запитань ніж надає на них науково виважені відповіді: по суті з позицій ст. 177 ЦК України та глави 63 ЦК відповіді нема, а з цим принциповим рішенням пов'язується питання про конститутивний зміст правовідносин із послуг взагалі та надання туристичних послуг зокрема; діяльність туристичної сфері охоплює такі види об'єктів, які є допоміжними і безпосередньо не стосуються задоволення потреб туристів; потреби туристів є суб'єктивною категорією, а при оцінці виконання зобов'язань до уваги приймається обраний туристом та узгоджений із туристичною компанією набір послуг, робіт та товарів, які надаються йому, їх рівень (клас), місце і спосіб надання;

г) не є таким абсолютним і пріоритетним, оскільки у такому аспекті чи навіть подібній редакції наводилась попередниками.

Власне, обрана проблематика та результати пошуків наштовхнули на репрезентацію дослідження за обраною тематикою. Її об'єктом є правовідносини, які виникають щодо предмету договору на туристично-оздоровче обслуговування, а предметом – туристична та оздоровча послуга як така та супутні об'єкти цивільних прав, які надаються туристу чи забезпечуються додатково.

Апріорі поняття «послуга» взагалі та туристична послуга, зокрема, як юридична категорія, є видом об'єктів цивільних прав, що закрі-

плено у ст. 177 ЦК України та, на відміну від речей, у подальшому не уточнено. Лише у ст. 191 вказана ознака послуги: споживається у процесі її надання і є предметом договорів із надання послуг. В договірному праві вона диференціюється за цільовим призначенням та правовим режимом. Виділені також різновиди послуг (глави 64–74 ЦК).

Водночас звертається увага і на ознаки послуги, академік В.В. Луць висловився, що головна особливість надання послуги – невідокремленість від діяльності особи, що надає послугу [4, с. 572]. Проте ефект від послуги, зокрема туристичної, як блага може відчуватися певний час, наприклад, коли турист перебуває ще довгий час під враженнями від туристичного походу чи поїздки, має приплив життєвих сил від її оздоровчої дії, піднятий життєвий тонус, стимули для професійної діяльності та життя і наступних туристичних заходів. Значна кількість туристів відзначає, що туризм та ефект вражень і почуттів від нього їх буквально заповонив, і вони, повернувшись із однієї туристичної поїздки, одразу ж планують іншу.

Останнім часом спостерігається системний підхід до визначення ознак послуги як правової категорії і до них відносять: «... корисний ефект послуги, що задовольняє потребу замовника і споживається в процесі надання; відсутність гарантованого позитивного результату; споживність послуги в процесі її надання; послуга надається у відповідності до завдання замовника; фидуціарність...» [12, с. 3–4]. Варто відмітити, що тут зроблено ряд упущень: не всі послуги характеризуються відсутністю гарантованого позитивного результату, зокрема туризм, більше того, деякі послуги стандартизовані, на них визначені технічні умови і стандарти їх надання. Тим більше, якщо послуги надаються підприємствами, то вони, як юридична оціночна категорія, повинні сприйматися однаково.

Досить цікавим є підхід А. А. Телестакової, яка запропонувала створити систему договорів про надання послуг залежно від спрямованості цієї послуги на конкретний об'єкт, що, на її погляд, дозволяє розглядати договори про надання послуг в єдиному взаємопов'язаному комплексі, з їх поділом на: договори про надання послуг, що спрямовані на тіло людини; договори про надання послуг, що спрямовані на товари та інші об'єкти; договори про надання послуг, що спрямовані на свідомість людини; договори про надання послуг з фінан-

совими активами (банківські, операції з цінними паперами) [12, с. 3].

На його основі, в межах загального підходу до договорів із надання послуг за пріоритетами, що встановлені у ст. 3 Конституції України, можна встановитися і особливостях окремих підвидів договорів на надання послуг на основі послідовного переходу від пріоритетів правової охорони до їх абсолютних об'єктів та інших. На жаль, як ми вважаємо, у ЦК України окрім закріплення в ст.1 пріоритетності регулювання немайнових відносин та включення Книги другою, інших змін не відбулося і навіть договори, які забезпечують право людини на здоров'я, обійдені увагою.

Для характеристики послуги, як ми вважаємо, найбільш прийнятним є системний підхід із виділенням основних (конститутивних ознак послуг) та варіативних (змінних), які притаманні окремим підтипам договорів на надання послуг. Зауважимо, що ідея про виділення підтипів договорів була висловлена Р.Б. Шишкою [14,15]. Запропонований нами підхід дозволяє диференціювати предмет договорів на надання послуг і деталізувати правове становище сторін таких договорів.

У ст.1 Закону України «Про туризм» визначено туристичний продукт як комплекс туристичних послуг, необхідних для задоволення потреб туриста під час його подорожі. Відчувається, що тут проведена позиція суб'єктів господарювання, для котрих туристичний продукт є сукупністю кількості та якості товарів та послуг здебільше рекреаційного характеру, які виготовляються в конкретний момент для реалізації споживачам і входять в програму туру. Для споживачів туристичний продукт, навпроти, – абстрактний продукт, що складається з благ, джерела яких знаходяться в природі (кліматичні умови), в матеріальній (будівлі, інфраструктура, товари туристського призначення) і в нематеріальній (послуги, суспільне середовище) формі.

Йдеться про комплекс послуг, пов'язаність їх із подорожжю (об'єктивні критерії) та здатність задовольнити потреби туриста (суб'єктивний критерій, оскільки оцінка цих послуг може мінятися у залежності від психологічного стану туриста). Сам застосований у законі термін вказує на його економічну роль, за що був справедливо підданий критиці та запропонований до кардинальної зміни на категорію «туристична послуга». Ми підтримує-

мо це хоча б тому, що серед об'єктів цивільних прав, що передбачені у ст. 177 ЦК ні туристичний ні інший продукт не передбачений.

О. О. Бейдик туристичний продукт визначив як набір послуг, що входять у вартість туристичної поїздки за певним маршрутом з комплексним обслуговуванням [2, с. 94]. Послугове походження туристичного продукту відстоює Д. К. Ісмаєв, зокрема як будь-яку послугу, що задовольняє ті чи інші вимоги туристів під час їхньої подорожі та підлягає оплаті з їхнього боку, а основним туристичним продуктом є комплексне обслуговування, тобто стандартний набір послуг, що продається туристам в одному пакеті [5, с. 52].

У широкому сенсі, відомий вчений Ф. Котлер вважає, що продукт є сукупністю всього того, що можливо запропонувати на ринку споживачам для придбання, використання, споживання та здатних задовольнити певну потребу чи бажання. Він включає в себе фізичні об'єкти, послуги, місця, організації та ідеї. В цьому визначенні підкреслюється різноманітність продуктів, оскільки ними можуть бути фізичні об'єкти, послуги, ідеї тощо [7, с. 232]. Уточнив його зміст проф., ректор Російської міжнародної академії туризму В. О. Квартальнов: «Туристичний продукт – сукупність речових (предметів споживання) і неречових (у формі послуги) споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туристів, що виникають під час подорожі» [6, с. 106]. З ним солідаризувалися В.К. Бабарицька та О.Ю. Малиновська, які висловилися, що: «Основна відмінність туристичного продукту від туристичної послуги полягає у тому, що послуга може бути купленою та спожитою за місцем її виробництва. Туристичний продукт можна придбати за місцем проживання, але спожити тільки в місті виробництва туристичних послуг» [1, с. 39].

Проте, як нам видається, розбіжності тут скоріше надумані і від того, що турист може приїхати самостійно до надавача туристичних послуг чи замовити їх наперед, їх зміст чи набір не зміниться – відпадуть лише деякі складові. Зокрема, значна частина туристів їдуть у лікувальні центри, наприклад Трускавець, і розміщуються у приватному секторі чи його санаторіях самостійно, а лікуються за приписами добре їм відомих, за попередніми приїздами, лікарів, звичайно ж, за додаткову плату. Тут йдеться про неорганізований чи ініціативний лікувальний туризм, від чого конститутивні ознаки туризму не міняються.

Іноземні фахівці Дайан А. та Букерель Ф. термін «продукт» тлумачать як якість або суть конкретних чи абстрактних речей: їжа, що приготовлена кухарем ресторану, або послуга гіда, який знайомить туриста з даною місцевістю чи музеєм, тобто туристичний продукт є сукупністю різносторонніх елементів [3, с. 292]. Елементами туристичного продукту вони називають ресурси – природні, культурні, архітектурні, історичні, визначні місця, технологічні можливості, природно-кліматичні та антропогенні ресурси, які створюють умови і є визначальними ресурсними факторами здійснення подорожі, а також засоби розміщення, заклади харчування, транспортні підприємства, – тобто все те, що нами розуміється як інфраструктура або матеріально-технічна база туризму [3, с. 292]. Видається, що тут вони ототожили матеріальне забезпечення продукту (послуги) із самою послугою.

Вітчизняні фахівці з туризму М. П. Мальська та В. В. Худо визначають туристичний продукт як упорядковану сукупність туристичних послуг, робіт і товарів (пакет туристичних послуг), що складається як мінімум з двох, або більше одиничних чи множинних туристичних послуг, робіт, товарів і засобів забезпечення, інших туристичних ресурсів, достатніх для задоволення потреб туристом в процесі із метою туризму [8, с. 106].

Наведені визначення різняться між собою з основних трьох причин:

1) до складу туристичного продукту входять як послуги, так і товари, що підтверджує позицію змішаності предмету досліджуваного договору та взаємозв'язок чи, точніше, товари надаються постільки, поскільки вони є додатковими чи підпорядковані туристичним послугам;

2) проявляється відоме протистояння між прихильниками економічного підходу, де розглядаються економічні відносин товарного характеру (зміст) та юридичного, де право і об'єкт його – частина правової форми, чи механізму правового забезпечення економічних відносин;

С. І. Шепелюк на основі аналізу доктринальних тлумачень, зробив висновок, що «... туристична послуга – це комплекс дій суб'єктів туристичної галузі, які мають на меті задовольнити потреби споживача (туриста)» [13]. Як нам видається, тут простежується змішаний економіко-правовий підхід чи широке розуміння туристичної послуги, яке мало

чим відрізняється від категорії «товар» у широкому сенсі. Однозначно, що у такому аспекті туристична послуга – результат діяльності туристичного підприємства щодо задоволення відповідних потреб туристів. Вона проявляється у діяльності турпідприємства як із організації всієї подорожі, так і її окремих складових.

Туристичним послугам властиві особливі риси, що позначити як «три Н»: 1) невідчутність, що тут же підмінено як нематеріальність з приводу чого можна зауважити: якщо вони невідчутні, то чому вони споживаються і ефект, який вони справляють на туриста, спонукає їх до подальшого туризму (туристична залежність (туризмоманія) як соціологічна категорія). Вплив визначаються діяльністю виконавця послуги по задоволенню соціально-культурних послуг споживача: фізичних, етичних, естетичних, інтелектуальних, духовних, драйвових та ін. Тим більше, ми не можемо погодитися, що «об'єктом таких послуг є власне споживач (турист)» (*посилання не наводяться з огляду на вимоги етики науковця – авт.*), оскільки турист – тільки людина, а людина ніколи не може бути об'єктом права; 2) нерозривність виробництва і споживання: послуга як результат цілеспрямованої взаємодії виконавця і споживача у результаті чого надання туристичної послуги (виробництво) відбувається паралельно зі споживанням. Це, на наш погляд, є певною абстракцією: 1) виконавець послуги діє постійно і усереднено здійснює власну підприємницьку діяльність відповідно до планів та туристичних «пакетів»; 2) лише при ВПП-обслуговуванні перевага надається індивідуальним побажанням туристів; 3) не варто «різати сук», на якому побудована індустрія туризму – тривалі відчуття задоволення від отриманих вражень, а при лікуванні – поліпшення здоров'я туриста; 4) механічне перенесення загальних ознак послуги навіть під «рисами» ніколи до добра не приводило, а вносило різнобій у категоріальний апарат та порозуміння фахівців у разі назви одного явища різними категоріями, чим на наше переконання переймаються незрілі науковці; 3) неможливість збереження туристичної послуги. Дійсно її життєвий цикл істотно відрізняється від матеріального товару відсутністю етапу збереження. Її не можна заготовити «впрок» на майбутнє.

У структурі туристичних послуг розрізняють основні і додаткові послуги.

Основні послуги, що пропонуються туристичним підприємством, включають: інформа-

ційне забезпечення, документальне супроводження та допомогу в оформленні документів, перевезення; розваги та інформація при його здійсненні, розміщення, харчування. До додаткових послуг відносяться: організація екскурсій; страхування туристів; послуги гідів-перекладачів; перевезення туриста від місця його прибуття в країну (місце його тимчасового перебування) до місця розміщення і назад (трансфер), а також будь-яке інше перевезення в межах країни (місця тимчасового перебування), передбаченої умовами подорожі; ремонт техніки взуття та одягу туриста; прокат необхідного туристу спорядження та інвентарю; обмін валюти; зв'язок (телефон; пошта, Інтернет); побутове обслуговування; користування пляжем, спортивними та іншими площадками, медичним обладнанням тощо.

Очевидно, що такий розподіл охоплює лише необхідне сучасному туристу і є умовним. Зазвичай вони формалізуються і охоплені (включені) в основну програму. Водночас турист самостійно в місці перебування може отримати додаткові послуги, які вже не охоплюються ні програмою (пакетом) ні страховкою, що є предметом окремого дослідження,

Такий розподіл є умовним в залежності від виду туризму, зокрема, при організації подорожей із пізнавальними, професійно-діловими, спортивними, релігійними цілями послуги, що традиційно відносяться до додаткових, можуть бути основними. Тож різниця між основними і додатковими послугами полягає в їхньому співвідношенні із придбаним пакетом послуг [10].

Зазвичай при дослідженні послуг як предмету договору упускається їх міжнародна складова. Так, в Генеральній угоді про торгівлю послугами (ГАТС) 1994 року, що діє в системі СОТ, хоча і немає визначення поняття «послуга», проте для цілей Угоди використовується спеціальний класифікатор, що містить перелік із 160 видів послуг, згрупованих у 12 розділів, зокрема: ділові (46 видів); зв'язку (25); будівництво та інжиніринг (5); дистрибуторські (5); загальноосвітні (5); з навколишнього середовища (4); фінансові, включаючи страхування (17); з охорони здоров'я та соціальні (4); організація дозвілля, культури та спорту (5); транспорт (33); інші послуги. Перелік послуг налічує кілька сотень видів. СОТ в Генеральній угоді про торгівлю послугами передбачає класифікацію послуг по 12 секторах і 155 підсекторах [16, р.5].

У цій класифікації послуг туризм віднесено до міжнародних поїздок як товару і набору послуг, що набуваються мандрівниками за кордоном, якщо вони знаходяться там менше року і є нерезидентами. Міжнародні поїздки поділяють на ділові та особисті. Найбільш швидко розвиваються ділові поїздки. Вони за обсягом двічі перевищують інші види туризму, що пов'язані з інтернаціоналізацією бізнесу. Приблизно  $\frac{3}{4}$  послуг в області міжнародних поїздок надається розвинутими країнами і  $\frac{1}{4}$  країнами, що розвиваються.

Аналіз зазначеної генеральної угоди наводить на висновок, що туризм пов'язується із послугами: з перевезення транспортом, розміщення в готелях, харчування. Туризм, без зважання на його різновид міжнародний туризм, є таким видом споживання матеріальних і культурних благ, послуг і товарів споживачами за плату. Варто відзначити, що за ініціативи СОТ в 1994 г. ГАТТ із Конференцією ООН по торгівлі та розвитку склали звіт «Туристичні послуги і GATS», в якому туристичні послуги дійсно визначені як продукт чи продукція діяльності прибуткових і неприбуткових економічних одиниць, що призначені для кінцевих чи проміжних споживачів. На відміну від інших видів діяльності туризм є не одним специфічним видом послуг, а їх асортиментом для потреб кінцевих споживачів [17]. Для мети універсалізації правового регулювання такого підходу варто притримуватися надалі.

#### Література

1. *Бабарицька В. К.* Менеджмент туризму. Туроперейтинг: навч. посібн. / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська. – 2-е вид., перероб. та доп. – К. : Альтерпрес, 2008. – 288 с.
2. *Бейдик О. О.* Словник-довідник з географії туризму, рекреології та рекреаційної географії / О. О. Бейдик. – К. : Палітра. – 1998. – 130 с
3. *Арман Д.* Маркетинг / Дайан Арман. – М. : Економіка, 1993. – 572 с.
4. *Зобов'язальне право.* – К.: Юрінком Інтер, 1998. – 910 с.
5. *Исмаев Д. К.* Международное гостиничное хозяйство / Д. К. Исмаев. – М. : НОУ «Луч», 1998. – 224 с.
6. *Квартальнов В. А.* Туризм, экскурсии, обмен: современная практика / В. А. Квартальнов. – М. : Наука, 1993. – 416 с.

7. *Котлер Ф.* Маркетинг. Гостеприимство и туризм: учебник для вузов / Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. – М. : ЮНИТИ, 1998. – 420 с.

8. *Мальська М. П.* Менеджмент туризму / М. П. Мальська, В. В. Худо – К. : Знання, 2003. – 546 с.

9. *Новий тлумачний словник української мови.* – 3 том. – Вид. друге, виправлене / Укладачі: В. Яременко, О. Сліпущко. – К. : Видво «Аконіт», 2008. – С.852 – 862

10. *Пуцентейло П. Р.* Економіка і організація туристично-готельного підприємства [Електронний ресурс] / П. Пуцентейло. – Режим доступу: [http://tourlib.net/books\\_ukr/pucentejlo51.htm](http://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo51.htm)

11. *Славова О. Г.* Туристичні послуги як об'єкт цивільних прав / О. Г. Славова // Вісник Запорізького національного університету: Юридичні науки. – №2 (I). – 2013. – С. 72 – 77

12. *Телестакова А. А.* Система договорів про надання послуг в цивільному праві України: автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. юрид. наук. Спеціальність 12.00.03 – «цивільне право і цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право» / А. А. Телестакова. – К., 2008. – 16 с.

13. *Шепелюк С. І.* Туристичний продукт та туристична послуга: критерії розмежування понять [Електронний ресурс] / С. І. Шепелюк // Економіка. Управління. Інновації. – 2011. – №1 (5). – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/shepeljuk.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/shepeljuk.htm)

14. *Шишка Р. Б.* Типологія цивільно-правових договорів [Електронний ресурс] / Р.Б. Шишка. // Право та управління : електронне наукове видання. – №2. – 2012. – Режим доступу: [nbuv.gov.ua/e-journals/prtup](http://nbuv.gov.ua/e-journals/prtup)

15. *Шишка Р. Б.* Характеристика, типи та види договорів [Електронний ресурс] / Р. Б. Шишка. // Право та управління : електронне наукове видання. – №3. – 2011. – С. 369 – 380. – Режим доступу <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/>.

16. *HYPERLINK* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wto.org> www.wto.org

17. *International legal Material.* – Vol. XXX. – 1994.– P.5.

## *ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО*

### **В. В. Чуднов**

Предмет договора на туристическое обслуживание

В статье идет речь о предмете договора на туристическое обслуживание с позиций адаптационного направления развития национального законодательства и потребности его универсализации и гармонизации. При сравнении понятий «туристический продукт» и «туристическая услуга» преимущество предоставляется последнему. В то же время указывается на комплексность и смешанность предмета указанного договора и его разновидностей.

**Ключевые слова:** договор, услуга, туризм, туристический продукт, туристическая услуга.

### **V. Chudnov**

Subject of the contract for travel services

The article deals with subject of the contract for travel services from positions of adaptation of the national legislation and the needs of its universalization and harmonization. At comparison of the concepts «tourism product» and «travel services» priority is given to the second. At the same time the subject of such contract is indicated as complex and mixed.

**Keywords:** the contract, service, tourism, travel products, travel services.