

НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: АРГУМЕНТИ PRO I CONTRA

У даній статті аналізуються окремі питання договорів про надання туристичних послуг в туристичній діяльності. Зазначається, що стандартні (типові) форми договорів, не дивлячись на їх недоліки, слід використовувати при наданні туристичних послуг.

Ключові слова: типові/стандартні форми, туристичні послуги, туристична діяльність.

Гудыма М.М.

ПРИМЕНЕНИЕ ТИПОВИХ/СТАНДАРТНИХ ФОРМ ДОГОВОРОВ О ПРЕДОСТАВЛЕНИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: АРГУМЕНТЫ PRO I CONTRA

В данной статье анализируются отдельные вопросы договоров о предоставлении туристических услуг в туристической деятельности. Указывается, что стандартные (типовые) формы договоров, не смотря на их изъяны, следует использовать при предоставлении туристических услуг.

Ключевые слова: типовые/стандартные формы, туристические услуги, туристическая деятельность.

Hudima M.M.

APPLICATION OF MODEL/STANDARD FORMS OF CONTRACTS FOR TOURIST SERVICES IN TOURIST SERVICES IN TOURIST ACTIVITY: PRO AND CONS

The article examines some issue questions of contracts for tourist services in tourist activity. It is noted that the standard (typical) forms of contracts, despite their shortcomings, are to use in providing of travel services.

Keywords: model/standard forms, tourist services, tourist activity.

Гудима Мирослава Мирославівна

ВИЗНАЧЕННЯ ПРЕДМЕТУ ДОГОВОРУ ПРО НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

УДК 347.44+338.488

Умова про предмет договору - єдина умова, яка віднесена законодавцем до істотних стосовно будь-якого договору, визначає характер самого договору і відрізняє в цілому всю систему договірних відносин. «У широкому сенсі слова предмет охоплює весь набір показників того, з приводу чого укладений договір. Сюди входять дані про предмет як такий, включаючи кількість, якість і ціну товару, що продається, робіт, що виконуються і послуг, що надаються». [4, С.254] Проте, на наш погляд, відносно складу істотних умов договору поняття предмету слід сприймати вужче. Так, наприклад, умова про предмет договору про надання туристичних послуг повинна включати вказівку на всі складові комплексної туристичної послуги і їх якісні характеристики.

Хоча таку точку зору підтримують далеко не всі автори.

А.Ю.Александрова в своїй роботі «Міжнародний туризм» взагалі не розглядає туристичну послугу, характеризує лише комплексний туристичний продукт, що є «набором, або пакетом, відчутних і невідчутних компонентів, склад яких визначається діяльністю людей в туристичному центрі. Пакет сприймається туристом як доступні за ціною враження». [1, С.317]

В ст. 20 Закону України “Про туризм”, визначається, що за договором на туристичне обслуговування одна сторона (туроператор, турагент) за встановлену договором плату зобов’язується забезпечити надання за замовленням іншої сторони (туриста) комплексу туристичних послуг (туристичний продукт).

Як вказує Никонорова Ю.В., сутність всіх договорів, що опосередковують надання послуг в сфері туризму виражається в наданні певної комплексної туристичної послуги, що включає елементи переміщення, проживання та інших послуг у сфері туризму (тобто в реалізації туристичного продукту). В даному випадку автором фактично ототожнюються поняття комплексної туристичної послуги та туристичного продукту, які і визнаються предметом вказаних договорів.

Тому виникає питання, що варто вважати предметом договору про надання туристичних послуг: туристичну послугу чи туристичний продукт і як співвідносяться ці категорії.

Ряд авторів стоять на позиції, що предметом цього договору є турпродукт, як товар, або право на послуги, що реалізується іншими фірмами, що не мають прямих договірних відносин з туристом. Інші ж автори вважають, що суть договору, спрямованого на надання туристичної послуги полягає у виникненні в одній особі (туриста) права по відношенню до контрагента вимагати надання останнім туристичної послуги, [5, С.234], тим самим вважаючи предметом договору туристичну послугу і відповідно недопустимим визначення предмету як оплатної передачі товару (або майнових прав), адже це не лише не відповідає суті договору і самій туристичній діяльності, але і фактично спотворює співвідношення названих категорій. [8, С.15]

З’ясуємо, що варто розуміти під туристичним продуктом.

У науковій і учбовій літературі по туризму під турпродуктом розуміється сукупність речових (предметів вжитку) і нематеріальних (послуг) споживчих вартостей для задоволення потреб туриста, що виникають в період його туристичної подорожі (поїздки) і викликаних саме цією подорожжю.

О.О. Бейдик у словнику - довіднику з географії туризму наводить наступне визначення: туристичний продукт - це набір послуг, що входять у вартість туристичної поїздки за певним маршрутом з комплексним об-

слуговуванням. [2, С.94]. За нашим переконанням таке тлумачення не враховує той факт, що послуги надаються не тільки під час туристичної поїздки, але і в процесі підготовки до неї. Також існує внутрішній туризм, який інколи не потребує переміщення споживача за допомогою транспортних засобів.

В.А. Квартальнов і І.В. Зорін в своїх роботах дають інше визначення туристичного продукту, розглядаючи його як спеціально організовану туроператором програму рекреаційної діяльності і туристичного обслуговування, що реалізовується на туристичному ринку як самостійний продукт. Саме визначення туристичного продукту вони відносять до предмету вивчення теорії туризму. [6, С.260]

Російський дослідник Ісмаєв Д.К. вважає туристичний продукт будь-якою послугою, 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 [7, С.52]. Це визначення саме по собі є суперечливим, оскільки перша його частина не відповідає змісту другої.

Вітчизняні фахівці з туризму Мальська М.П. та Худо В.В. 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. [10, С.106]

Достатньо повне визначення туристичного продукту дано доктором історичних наук, професором, ректором Російської міжнародної академії Туризму Квартальновим В.О.: “Туристичний продукт - це сукупність речових (предметів споживання) і неречових (у формі послуг) споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туристів, що виникають під час подорожі”. [9, С.106]

Свою точку зору на визначення турпродукта висловив Г.А. Яковлев. Сутність туристичного продукту, на його думку, зводиться до того, що туристичний продукт - це будь-яка послуга, що задовольняє ті або інші потреби туристів і підлягає оплаті з їх боку. До таких послуг відносяться готельні, транспортні, екскурсійні та інші послуги. Туристичний продукт можна розглядати у вузькому сенсі слова - це послуги кожного конкретного сектора туристичної індустрії (наприклад, готельний продукт, туристичний продукт туроператора, транспортного підприємства і так далі). У широкому сенсі туристський продукт - це комплекс товарів, робіт і послуг, що в сукупності створює туристичну поїздку (тур) або має до неї безпосереднє відношення. [15, С.31-32]

М.Б. Біржаков виділяє такі основні складові туристичного продукту:

- комплекс туристичних послуг (послуги організаторів туризму - туроператорів і туристичних агентів, послуг перевізників, послуг системи гостинності і громадського харчування, послуг підприємства системи аттракцій, інших послуг, що відносяться до категорії туристичних);

- товари, що споживаються в подорожі, і товари, що споживаються за межами подорожі;

- роботи, супроводжуючі процес споживання туристичних послуг. [3, С.25]

Під товарами прийнято розуміти специфічну матеріальну частину туристичного продукту, що включає туристичні плани, карти міст, листівки, буклети, сувеніри, туристичне спорядження і тому подібне і неспецифічну матеріальну частину туристичного продукту, куди входить велике число товарів, які є дефіцитними або дорожчими в місцях постійного проживання. [15, С. 36-37] До категорії робіт прийнято відносити всі або будь-які види робіт підприємств туристичної індустрії і суміжних галузей, що прямо або опосередковано спрямовані на задоволення потреб туристів в процесі туризму, проте такі, що не відносяться до туристичних послуг (послуги підприємств банківської і фінансової сфери, прокату машин, бензоколонок, послуги підприємств з прояву фотоплівок, друку фотознімків і ін.). Взаємозв'язок цих складових у складі туристичного продукту залежить від мети туризму і рівня підготовленості і спроможності організаторів, а також і самих туристів, які є основними споживачами даного туристичного продукту.

У літературі теж часто зустрічаються визначення «туристичного продукту»: як впорядкованої цілеспрямованої сукупності туристичних послуг, робіт і товарів (турпакет, пакет туристичних послуг), що складається як мінімум з двох і більш одиничних або множинних туристичних послуг, робіт, товарів і засобів забезпечення, інших туристичних ресурсів, достатніх для задоволення потреб туриста в процесі і в цілях туризму. Проте, на думку Ю.М.Чеботаря, в даному аспекті неточним є використання як самостійних термінів «послуга», «робота», «товар» - всіх їх можна і необхідно об'єднувати в понятті «туристична послуга».

Вважаємо, що це твердження є вірним, навіть якщо враховувати різноцінність благ, що входять до складу відносно по туристичному обслуговуванню. Зокрема Е.Л. Писаревський відзначає, що в процесі здійснення туристичного обслуговування мають місце елементи договору купівлі-продажу, зокрема, при включенні в турпродукт вартості сувенірної продукції і інших товарів, що передаються туристові у власність. Туристичні товари інколи, дійсно, можуть бути важливою складовою турпродукта, однак передача товарів є не основним, а додатковим зобов'язанням ту-

роператора (турагента). Основною ж метою договору є задоволення потреб туриста в послугах, пов'язаних з організацією туризму (подорожі і (або) відпочинку). [12, С.4-9]

На законодавчому рівні питання про виначення поняття туристичний продукт вирішено в ст. 1 ЗУ "Про туризм" - туристичний продукт - попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо).

Тобто визначення поняття туристичного продукту мало чим відрізняється від поняття туристичної послуги, під якою варто розуміти комплекс послуг, необхідних для задоволення потреб туриста, під час поїдки, здійснюваної в конкретні терміни за конкретним маршрутом, що реалізується за єдиною ціною, до складу якого входить як мінімум дві з основних послуг (перевезення, розміщення, харчування) в їх різних комбінаціях, обумовлені особливостями та цілями подорожі і характеризуються винятковістю для кожного туриста.

З іншого боку, виходячи з лексичного тлумачення, продукт – це предмет, результат людської праці, отже, це те, що має матеріальне вираження. [11, С.560]

До складу туристичного продукту входять розміщення, перевезення, харчування туристів, екскурсійні послуги, послуги гідів-перекладачів і ін. Відповідно, при наданні названих послуг, об'єднаних в одне ціле, об'єкт цивільного права не міняється, не стає майном, і не отримує матеріального вираження. Розміщення, перевезення не можуть ототожнюватися з поняттям продукт. Не може привести до створення речі і сукупність дій, кожне з яких направлене не на появу матеріального (відчутного) результату, а переслідують іншу мету і завдання.

Економічне розуміння поняття продукт дав, зокрема, засновник науки маркетингу професор Ф. Котлер, який вважає що продукт - це сукупність всього того, що можливо запропонувати на ринку споживачам для придбання, використання, споживання та здатних задовольнити певну потребу чи бажання. [9, С.232] Тобто поняття туристичний продукт є вдалим з економічної точки зору, але не з правової.

Вважаємо, що введення в Закон України поняття туристичний продукт, скоріш за все, пов'язане з тим, що проведена аналогія з російським законодавством в цій сфері, де відповідний законодавець кваліфікує відносини, що виникають між туристом і туроператором (турагентом) як договір роздрібної купівлі-продажу.

Можливо, в економічному плані такі стосунки укладаються в рамки мінових, еквівалентно-оплатних, до яких зараховується і купівля-продаж. Проте з точки зору права така ситуація недопустима через різну природу правових стосунків, що виникають з договорів міни, купівлі-продажу, надання послуг, виконання робіт і інших. Тому вважаємо, що з економічної точки зору використання поняття туристичний продукт є цілком виправдане, що не можемо сказати про його юридичне поняття.

На нашу думку, дані відносини безперечно слід розглядати як оплатне надання послуг, саме тому вважаємо за необхідне взагалі виключити поняття турпродукт, замінивши його введенням поняття туристичної послуги, тим паче вважаємо, що по змісту вони тотожні. Аналіз думок, висловлених в літературі, показує, що більшість авторів, визнаючи туристичний продукт теж дають йому визначення, співпадаюче з визначенням поняття туристичної послуги.

К.С. Свіридов теж вважає, що поняття «туристичний продукт» слід виключити, замінивши його поняттям «туристична послуга». [13, С.45]

Викликає подив позиція Н.В.Сирік, яка доводить, що договірні відносини туриста і туроператора (турагента) повинні будуватися на основі договору оплатного надання послуг; не ставлячи під сумнів при цьому доцільність існування категорії «турпродукт», як предмету даного договору, і пропонуючи його визначення як комплексу туристичних послуг (по розміщенню, харчуванню, перевезенню, екскурсійних послуг, послуг гідів-перекладачів та інші послуг, направлених на задоволення потреб туристів). [14, С.8]

Враховуючи вищевикладене, вважаємо, що поняття “туристичний продукт” не може бути предметом виду договору про надання туристичних послуг, ним слід вважати туристичну послугу, що обов’язково має комплексний характер.

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник / А.Ю. Александрова. М.: Аспект Пресс. 2002. - 470 с.
2. Бейдик О.О. Словник - довідник з географії туризму, рекреології та рекреаційної географії. Київ: “Палітра”, 1998. -- 316 с.
3. Биржаков М.Б. Введение в туризм. СПб.: Невский фонд, 2000. – 318 с.
4. Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право: Общие положения. М.: Издательство «Статут». 1998. - 682 с.
5. Брагинский М.И. Договор подряда и подобные ему договоры. Изд. «Статут». М. 1999.- 254 с.
6. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М.: Финансы и статистика, 2003. - 364с.
7. Исмаев Д.К. Международное гостиничное хозяйство. Москва: НОУ “Луч”, 1998. – 180 с.
8. Кабалкин А. Договор возмездного оказания услуг // Российская юстиция.

1998. - № 3. - С. 14-15.

9. Котлер Ф., Боуэн Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. / Пер. с англ. Под ред. Ноздревой Р.Б. - Москва: "ЮНИТИ", 1998. - 787 с.
10. Мальська М.П., Худо В.В. Менеджмент туризму. Київ: "Знання", 2003 – 546 с.
11. Ожегов С.И. Словарь русского языка. М.: "Русский язык", - 1978. - С. 560.
12. Писаревский Е.Л. Еще раз о правовой природе договора на туристское обслуживание //Юрист. 2000. №8. - С.4-9.
13. Свиридов К.С. Правовое регулирование деятельности по оказанию туристических услуг: Дис. Канд. юрид. наук. - СПб. 2003. - 191с.
14. Сирик Н.В. Договор оказания туристских услуг в гражданском праве: Автореф. Дис... канд. юрид. наук. - М., 2001 – 180 с.
15. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма. М.: Издательство РДГУ, 2002. – 240 с.

Гудима Мирослава

ВИЗНАЧЕННЯ ПРЕДМЕТУ ДОГОВОРУ ПРО НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

У даній статті аналізуються особливості договору про надання туристичних послуг. Детальному вивченню піддається поняття «туристичний продукт». Автором визначається, що поняття «туристичний продукт» не може бути предметом виду договору про надання туристичних послуг, ним слід вважати туристичну послугу, що обов'язково має комплексний характер.

Ключові слова: туристичний продукт, туристичні послуги.

Гудима Мирослава

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРЕДМЕТА ДОГОВОРА О ПРЕДОСТАВЛЕНИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

В данной статье анализируются особенности договора о предоставлении туристических услуг. Детальному изучению подвергается понятие «туристический продукт». Автором определяется, что понятие «туристический продукт» не может быть предметом вида договора о предоставлении туристических услуг, им следует считать туристическую услугу, обязательно имеет комплексный характер.

Ключевые слова: «туристический продукт», туристические услуги.

Hudima M.

DEFINING THE SUBJECT OF TRAVEL SERVICES CONTRACT

This article analyzes the features of contract for travel services. The detailed study of the concept of 'tourist product' is made. The author determined that the notion of "tourism product" can not be subject to the type of contract for travel services, it should be considered a travel service, which has a compulsory complex.

Keywords: contract for travel services, tourist product, travel service.