

РОЗДІЛ 4 ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО, ГОСПОДАРСЬКО-ПРОЦЕСУАЛЬНЕ ПРАВО

УДК 346.3

ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ: СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА СПЕЦИФІЧНІ ОЗНАКИ TOURIST SERVICES: THE ESSENTIAL CHARACTERISTICS AND SPECIFIC SIGNS

Ляшенко А.А.,

*здобувач кафедри господарського права і процесу
Національного університету «Одеська юридична академія»,
адвокат Одеської обласної колегії адвокатів*

У статті досліджено сутність та особливості тлумачення основоположного поняття туризму, яким є туристичні послуги, виокремлений їх господарсько-правовий аспект, у зв'язку з чим вказано на низку недоліків у сфері правового регулювання туристичної діяльності в Україні, а також позначені шляхи їх усунення. На основі порівняльного аналізу сучасних доктринальних підходів, з урахуванням іноземного і вітчизняного досвіду, запропоновано авторське визначення поняття «туристичні послуги».

Ключові слова: туризм, турист, туристичний продукт, туроперейтинг, господарська діяльність, туристична послуга, туристична діяльність, туроператор.

В статье исследована сущность и особенности толкования основополагающего понятия туризма, которым являются туристические услуги, выделен их хозяйственно-правовой аспект, в связи с чем указан ряд недостатков в сфере правового регулирования туристической деятельности в Украине, обозначены пути их устранения. На основе сравнительного анализа современных доктринальных подходов, с учетом иностранного и отечественного опыта, предложено авторское определение понятия «туристические услуги».

Ключевые слова: туризм, турист, туристический продукт, туроперейтинг, хозяйственная деятельность, туристская услуга, туристическая деятельность, туроператор.

Essence and features of interpretation of fundamental concept of tourism that are tourist services are investigational in the article, their economic legal aspect is distinguished, in this connection it is indicated on the row of defects in the field of the legal adjusting of tourist activity in Ukraine, marked ways to overcome them. On the basis of comparative analysis of modern doctrine approaches, taking into account foreign and home experience, authorial determination of concept tourist services is offered.

Key words: tourism, tourist, tourist product, tour operating, economic activity, tourist service, tourist activity, tour operator.

Постановка проблеми. Відповідно до положень Закону України «Про туризм» (ч. 2 ст. 20) до договору туристичного обслуговування застосовуються загальні положення договору про надання послуг, якщо інше не передбачено законом [1].

Згідно зі ст. 5 Закону України «Про туризм» учасниками відносин, що виникають під час здійснення туристичної діяльності, є юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги (перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування) чи здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг, а також громадяни України, іноземці та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

Включна діяльність туроператора полягає в організації та забезпеченні створення туристичного продукту, реалізації та наданні туристич-

них послуг, а також у посередницькій діяльності з надання характерних та супутніх послуг (абз.1 ч. 2 ст. 5 Закону України «Про туризм»). Як вбачається зі змісту Закону, поняття «послуга» є суттєвим та основоположним у туристичній галузі України.

В якості самостійного об'єкта цивільних прав послуги були визнані і закріплені в главі 63 Цивільного кодексу України [34], яка містить найбільш узагальнені положення, які відносяться до усіх видів послуг. Як самостійний об'єкт цивільних прав відносин послуги виділені в статті 177 ЦК України, однак легального визначення даного поняття законодавець не наводить, на відміну, скажімо, від речей або цінних паперів. У главі 63 ЦК України, яка цілком присвячена послугам, визначення самого поняття «послуга» також відсутнє, тому, перш за все, слід звернути особливу увагу на дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців з цієї теми, на іноземний досвід, на історію становлення досліджуваного інституту у вітчизняному праві.

Особливого значення тема даного дослідження набуває у зв'язку з підписанням між Україною і Європейським Союзом (ЄС), Європейським співтовариством з атомної енергії та їхніми державами-членами Угоди про асоціацію, яку було ратифіковано Верховною Радою України 16.09.2014 р. [5].

Процес гармонізації законодавства держав-членів ЄС в туристичній галузі почався в рамках захисту прав туристів, а саме з прийняття Комітетом ЄС з питань захисту прав споживачів Ради Міністрів 13.06.1990 р. Директиви № 90/314/ЄЕС про продаж турів із заздалегідь запланованим маршрутом та комплексом послуг (скорочено – про комплексні тури) [7].

На даному етапі здійснюється процес приведення законів України та інших нормативно-правових актів у відповідність до вимог ЄС, у тому числі відбувається адаптація стандартів надання туристичних послуг. У зв'язку із цим Кабінет Міністрів України Розпорядженням від 17.09.2014 р. № 847р затвердив план заходів з імплементації Угоди про асоціацію між Україною та ЄС на 2014–2017 роки. Заходи, які безпосередньо відносяться до туризму і містяться в главі 16 Плану, згідно з пунктом 356 ст. 401 якого Міністерству інфраструктури в особі Держкомтуризмкурорта України було доручено розроблення технічного регламенту відповідно до Директиви Ради ЄС від 13.06.1990 р. № 90/314/ЄЕС [6].

Як зауважує С.С., «...головна причина наявності визначень у праві – необхідність внесення точності і ясності у використовувану термінологію. Правові визначення повинні коротко розкривати сутність юридичних явищ» [2, с. 105]. Підтримуючи зазначену точку зору, В.М. Савіцький писав про дефінітивні норми: «... вони в більшій мірі сприяють правильному розумінню і застосуванню закону, а значить, підвищують якість і весь механізм правового регулювання» [3, с. 64].

Є.В. Козловський у зв'язку із цим підкреслював, що в процесі розвитку ринкових взаємовідносин у сфері туризму вкрай актуальним є визначення суті і змісту дефініцій, тобто погоджених і прийнятих за основу визначень, понять, термінів, які дозволяють правильно тлумачити принципи і положення нормативно-правових актів [4, с. 9].

У преамбулі, в статтях 1 і 5 Закону України «Про туризм» містяться норми-дефініції, декларативні норми або норми-принципи, а також оперативні норми, які в контексті теоретико-правового дослідження О.А. Беляневич відносяться до спеціалізованих норм (господарського права), «і самі по собі не є самостійною нормативною основою для виникнення правовідносин, але в сукупності з регулятивними і охоронними нормами» [8, с. 41–47] покликані діяти як єдиний регулятор, відповідно до якого вибудовується правова система в цілому, що в даному випадку відноситься до правового регулювання туристської діяльності [9, с. 364].

При цьому В.В. Резнікова відзначає неповноту і суперечність правових норм, що регулюють поведінку суб'єктів туристської діяльності, недостат-

ність розробки понятійного апарату, а в окремих випадках – відсутність правового регулювання тих або інших питань, що створює значні перешкоди в практиці ефективного здійснення господарюючими суб'єктами туристичної діяльності» [10, с. 71].

У контексті нашого дослідження особливе значення мають висновки Д.П. Стрігунової про необхідність правової регламентації аспектів економічної діяльності туроператора з організації турів, яка торкається його взаємодії з конкретними «постачальниками» послуг, точніше, «послугодавачами» або виконавцями [11, с. 146].

Стан дослідження. У наукових працях вітчизняних і зарубіжних авторів, безпосередньо присвячених туризму та правовому регулюванню туристичної діяльності, таких як М.І. Брагінській, В.В. Вітрянській, Н.В. Федорченко, В.К. Федорченко, М. М. Гудима, О.Ю. Димінська, Є.В. Козловський, С.І. Селецький, М.П. Мальська, І. В. Зорін, В. А. Квартальнов, Я. В. Вольвач, Я.Є. Парцій, О.Н. Вікулова, Д.П. Стрігунова, Є.Л. Пісаревській, Н.І. Волошин, А.В. Стрігуліна, Н.В. Сірік, А.Г. Бобкова, К.С. Свіридов, А.С. Кусков, відображені далеко не всі проблеми правового регулювання туристичної діяльності, в них явно домінує цивільно-правовий аспект, який регулює, передусім, сферу особистого споживання. Господарсько-правова проблематика досліджуваних правовідносин розглядається в роботах Г.Л. Знаменського, О.М. Вінник, О.А. Беляневич, В.С. Щербини, В.В. Резнікової, О.П. Подчерковного, інших вітчизняних і зарубіжних авторів.

Крім того, слід зазначити, що значний внесок у розвиток інститутів, пов'язаних із правовим регулюванням соціальних відносин у сфері туризму, був зроблений такими науковцями, як О.С. Іоффе, О.В. Дзера, Г.Ф. Шершеневіч, О.А. Красавчиков, А.Я. Кабалкін, В.В. Луць, М.В.Кротов, Є.Д. Шешенін та іншими.

Питання, пов'язані з правовим регулюванням туристичної діяльності у сфері господарювання, поки не стали предметом ґрунтовного дослідження вчених-правників. Зокрема, необхідно опрацювати та удосконалити понятійний апарат, який обслуговує туристичну галузь, вирішити питання правової спеціалізації відповідного законодавства, чітко визначити зміст та значення поняття «туристичні послуги» як правової дефініції, що дозволить удосконалити правовий механізм захисту прав та інтересів споживача. Пошук шляхів вирішення позначених проблем є метою і завданням цього дослідження.

Виклад основного матеріалу. Н.В. Федорченко, проаналізувавши історію становлення і розвитку правового інституту надання послуг на українських землях, виділяє п'ять основних періодів його еволюції. Він бере початок у Київській Русі з XI по XVIII століття і, пройшовши період зародження і становлення, формується остаточно в XVIII – на початку XX століття, будучи закріпленим у кодифікаційних актах того часу.

Період з 1918 року до 1970 року XX століття автор характеризує як період занепаду, в якому кате-

горія послуг використовується лише в окремих правовідносинах на фоні відмови від існуючих традицій правового регулювання в даній сфері.

Період з 1970 по 2004 рік характеризується як період трансформації, основною відмінною рисою якого є типізація різних послуг, конкретизація правового регулювання даних правовідносин.

Нарешті, з 2004 року відбувається остаточне становлення і затвердження договірних зобов'язань із надання послуг як самостійного цивільно-правового інституту, який закріплюється в главі 63 ЦК України, а послуга виділяється як самостійний об'єкт цивільних правовідносин серед інших різновидів об'єктів цивільних прав [12, с. 23–24].

В.В. Резніковою було систематизовано сучасні концепції визначення сутності категорії «послуга»: 1) концепція, прихильники якої (Ю. Калмиков, С. Емельянич, Д. Степанов) визначають сутність послуги через діяльність (дія); 2) концепція, прихильники якої (С. Романова, С. Алексеев, Н. Індюков, М. Кротов, А. Красавчиков та ін.), підтримуючи в цілому першу концепцію, визначають послугу як результат діяльності або розкривають її сутність через результат діяльності; 3) концепція, згідно з якою сутність послуги виводиться за сукупністю (нерозривну єдність) діяльності та її результату (Т. Левшина, Ю. Романець та ін.); 4) концепція, згідно з якою послуга визначається як діяльність і не має уречевленого результату (А. Іоффе, Е. Шешенин та ін.); 5) концепція, згідно з якою послуги протиставляються роботам за критерієм відсутності уречевленого результату; 6) концепція, що визначає сутність послуги через аналіз сутності потреби і блага; 7) концепція, згідно з якою послуги визначаються як будь-які функції, пов'язані безпосередньо чи опосередковано із задоволенням особистісних потреб, але безпосередньо не спрямовані на виробництво будь-яких предметів; 8) концепція, згідно з якою сутність послуги розкривається через поняття економічних відносин і / або правовідносин; 9) концепція, згідно з якою сутність послуги розглядається через тлумачення її як зміни в стані інституціональної одиниці [13, с. 58–68].

По-різному трактують поняття «послуга» і в законодавстві економічно розвинених зарубіжних держав (Франції, ФРН, Швейцарії, Великої Британії, США), в яких договір підряду віднесено до різновиду договору про надання послуг [14, с. 976–981].

У Німеччині, наприклад, поділяють поняття «підряд» і «послуга», визнаючи при цьому їх схожість, що відзначає М.І. Брагінській, аналізуючи положення Німецького цивільного уложення, який містить главу з назвою «Підряд та подібні договори», вказуючи тим самим на наявність договорів, відмінних від підряду, предметом яких є один із видів послуг [15, с. 219].

Торговий кодекс Японії не містить такого правового інституту, як «надання послуг» [16, с. 121], а Цивільний кодекс не вбачає принципової різниці між підрядом і послугами [17, с. 103]. Поняттям «підряд» охоплюється і робота у вигляді послуги з наданням нематеріального результату, і робота з наданням

матеріального результату. Наявність або відсутність матеріального результату не є критерієм юридичної кваліфікації цих понять [12, с. 90].

Розглядаючи детальніше деякі з вищенаведених концепцій, слід звернути увагу на думку С.Д. Шешенина, який в якості ознак послуги виділяє діяльність юридичної чи фізичної особи, яка надає послугу, відсутність речового результату її надання та, нарешті, споживання корисного ефекту від послуги в процесі її надання з одночасним зникненням її споживчої вартості [18, с. 151].

Окрім двочленного розділення послуг залежно від сфери застосування на побутові і підприємницькі (особливо актуально для туризму), С.Д. Шешенин пропонує виділяти види послуг із критерієм споживчої орієнтації залежно від сфери застосування: медичні, правові, зв'язку, аудиторські, культурно-видовищні, готельні, екскурсійні, туристські і так далі [19, с. 475].

«Послуга – спосіб задоволення індивідуальної потреби особи, яка не пов'язана з виробництвом (поліпшенням) речі або об'єкта інтелектуальної власності і досягається в результаті діяльності, що допускається чинним правопорядком на оплатних засадах», – вважає О.Г. Шаблова, акцентуючи увагу на результаті як визначальній ознаці послуги [20, с. 13].

Однак цей критерій більше властивий роботам, ніж послугам, як обґрунтовано стверджує А.Б. Гриняк, оскільки під час виконання робіт споживача цікавить в основному кінцевий результат, втілений у певні матеріальні форми. Під час надання послуг оцінці з боку замовника підлягають, перш за все, дії, які призвели до того чи іншого результату [21, с. 100].

О.А. Красавчиков у зв'язку із цим зробив дуже точне зауваження, що діяльність може і не мати матеріального («упредметненого») результату, але вона не безрезультатна [22, с. 189].

Проте не всі вчені розглядають результат дій або діяльності як іманентну властивість послуги. Є прихильники дещо іншого погляду на сутнісні характеристики послуги. Так, Ю.Х. Калмиков і Л.Б. Сітдікова стверджують, що в зобов'язаннях з надання послуг визначальним фактором є специфіка самих дій як послуг, а не результат цих дій [23, с. 29–35; 24, с. 6].

Вельми змістовна у зв'язку із цим думка В.В. Луця, який в якості головної особливості послуги (на відміну від робіт) відзначає, по-перше, невіддільність надання послуг від «послугонадавача», а по-друге, ту обставину, що корисний ефект від такої діяльності не перетворюється у відчутний матеріальний результат (як в підряді), а полягає в самому процесі надання послуги [25, с. 244].

Н.А. Барінов викладає іншу току зору, обґрунтовуючи можливість речового втілення певного роду послуг, ототожнюючи підряд і послугу. Автор вважає, що послуга – це економічні відносини, що виникають із приводу результатів праці і створюють споживчі вартості, які проявляються у формі корисної дії товару (речі) або самої діяльності для задоволення конкретних, розумних потреб людини [26, с. 16–17].

Між тим В.В. Луць робить обґрунтований висновок про те, що результат діяльності з надання послуг полягає в самому наданні послуг. Іншими словами, автор справедливо наполягає на повному злитті результату діяльності із самою діяльністю виконавця [27, с. 572].

М.В. Кротов розглядає послугу як економічну категорію, яка представляє собою єдність процесу і продукту праці при збігу процесу створення і споживання послуги (матеріальні слуги), а також єдність фізичної форми процесу і продукту праці зі створення послуги (нематеріальні послуги) [28, с. 12].

Н.В. Федорченко цю думку не розділяє, вказуючи, що правильніше говорити або про послуги, або про роботи. При цьому автор вказує на відсутність у вітчизняному законодавстві нормативного визначення послуг, що призводить на практиці до необґрунтованого їх ототожнення з роботами, що, у свою чергу, вимагає якнайшвидшого усунення зазначених прогалин і суперечностей у чинному законодавстві України [12, с. 93–94].

Більшість авторів, які досліджували дану проблематику, в тому числі В.В. Резнікова і В.С. Мілаш, виділяють окремі ознаки, які характерні саме для послуги і які дозволяють визначити її сутність: 1) послуга є діяльністю особи, яка її надає; 2) надання послуг не створює уречевленого (упредметненого) результату; 3) корисний ефект послуги споживається в процесі її надання, а споживча вартість зникає; 4) послуга є невіддільною від джерела; 5) прийняття послуги замовником і процес її надання виконавцем відбуваються одночасно; 6) неможливість її зберігання; 7) невичерпність (скільки б не надавали послугу, її кількісні характеристики не зменшуються); 8) предмет послуги – відповідні дії, а не їх кінцевий результат (оскільки результат праці не отримує речової форми, він завжди існує у вигляді самої діяльності) [29, с. 73; 30, с. 155–163].

Досліджуючи сутнісні характеристики послуги, В.В. Резнікова визначає предмет посередницьких договорів надання послуг як благо, яке створене шляхом надання нематеріальних послуг і має вартісну природу [30, с. 245].

Н.В. Федорченко також приходять до обґрунтованого висновку, що результат можна було б сміливо замінити терміном «ефект» або «благо» [12, с. 156].

Така характеристика цілком відноситься до туристичних послуг, які, на нашу думку, полягають, перш за все, в організації туроператором подорожі (створенні турпродукту), і це не є створенням блага (ефекту), яке має будь-який матеріальний вираз. Ця послуга полягає в певній специфічній організації та використанні туроператором власного майна та майна інших учасників відносин (у відповідності зі ст.ст. 133-147 Господарського кодексу України) [35], що виникають під час здійснення туристичної діяльності (ст. 5 Закону України «Про туризм») через укладення з ними договорів на користь третьої особи – споживача.

Створення турпродукта (туроператором), на думку Ю.М. Правик, умовно можна розділити на два

етапи. Перший етап складають маркетингові дослідження ринку туристичних послуг, точніше – ринку турпродуктів, вивчення балансу попиту і пропозиції, а також планування туру з опрацюванням його економічного і цінового обґрунтування (іншими словами, складання бізнес-плану).

Далі необхідне проведення експериментальної оцінки туристичних послуг, що становлять туристичний продукт, тобто презентація і реклама пробного туру з подальшим аналізом попиту на цей продукт. Потім – впровадження турпродукта, яке включає опрацювання технологічної документації (договорів, графіків заїзду, програми обслуговування); навчання персоналу. Завершальний елемент – формування системи управління виробництвом (виняткова господарська діяльність туроператора,) і збуту турпродукта (сфера споживання, яка забезпечує його реалізацію і удосконалення згідно з побажаннями споживача).

Другий етап створення турпродукта складає, на думку автора, процес формування турпродукта, суть якого полягає в підборі оптимальної програми обслуговування споживача, в яку входить тематика туру (вид туризму), що передбачає свій рівень комфортності залежно від виду. Програма включає розробку маршруту і насичення його пакетом відповідних послуг аж до складання щоденних екскурсійно-розважальних програм (виняткова господарська діяльність туроператора) [31, с. 26–28]. Детально описана Ю.М. Правик діяльність єнічим іншим, як туроперейтингом. Назва прийнята у світовій практиці, суттю якої є господарська діяльність туроператора й інших учасників відносин, що виникають під час здійснення туристичної діяльності.

Слід зауважити, що з точки зору господарського права немає ніякої різниці між діяльністю господарюючого суб'єкта щодо створення речі та його діяльністю щодо створення нематеріального блага, і тому виключна діяльність туроператора – це, передусім, господарська діяльність, здійснювана «в юридичних формах господарських зобов'язань, за допомогою яких, і тільки через них, реалізується господарський обіг – процес переміщення товарів (*результатів виконаних робіт, наданих послуг* (курсив –А.Л.) із сфери виробництва у сферу розподілу й обміну та через неї – у сферу споживання. В юридичних формах господарських зобов'язань здійснюються також певні організаційно-господарські (господарсько-управлінські) дії» [32, с. 344].

Ілюстрацією наведеного висновку є думка І.В. Зоріна (який запропонував визначення туризму, яке автор, А.Л., вважає найбільш вдалим), згідно з яким туризм слід розглядати як єдину, динамічно функціонуючу систему послуг, що включає різноманітні господарюючі суб'єкти, а саме:

- 1) підприємства-туроператори (організації, які створюють і реалізують туристичний продукт);
- 2) підприємства-турагенти (організації, які реалізують турпродукт, сформований туроператорами);
- 3) підприємства готельного господарства (готелі, санаторії, пансіонати, будинки відпочинку, мотелі, кемпінги);

4) транспортні підприємства (залізничні, авіаційні і автопідприємства, підприємства морського і річкового транспорту);

5) підприємства торгівлі (організації, які спеціалізуються на продажах різних товарів для туристів);

6) підприємства сфери дозвілля (кінотеатри, концертні зали, дискотеки, нічні клуби, казино);

7) рекламно-інформаційні установи (рекламні агентства, інформаційно-туристичні центри);

8) державні підприємства (національні, регіональні, муніципальні, які здійснюють туристичну діяльність на комерційній або соціальній основі) [33, с. 26]

Підводячи підсумок викладеному, хотілося б відзначити декілька важливих сутнісних рис, притаманних туризму.

По-перше, туроператор, як правило, не в змозі надати згадані послуги самостійно, тому вимушений у зв'язку із цим укладати господарські договори з контрагентами, здатними безпосередньо надати послуги туристові, тобто здійснювати туроперейтинг, суттю якого є господарська діяльність туроператора зі створення туристичного продукту.

По-друге, здійснюючи вказану діяльність, туроператор повинен ясно уявляти, що саме бажає отримати турист від нього і що саме він може запропонувати туристові. Найголовніше, туроператор повинен усвідомлювати, що результатом його роботи і метою туриста-споживача є не сама по собі їздка, яка не стомлює, не зручна ночівля і смачна їжа як такі (ці блага забезпечують безпосередні виконавці дого-

вору туроператора з туристом). Туристові потрібні, передусім, відпочинок і оздоровлення, які забезпечуються через отримання нових вражень, знайомство з невідомим, задоволення широкого спектру культурних потреб в атмосфері безпеки, комфорту і уваги.

Висновки. Проведене дослідження дає підстави стверджувати наступне:

1) необхідно доповнити Закон України «Про туризм» нормою-дефініцією наступного змісту: «Туристична послуга є виключною господарською діяльністю туроператора, яка полягає у створенні комплексу благ нематеріального характеру з метою організації подорожі для споживача (туриста);

2) на законодавчому рівні має бути закріплена норма, згідно з якою туристичні послуги мають право надавати тільки туроператор і суб'єкти туристичної діяльності, які є його контрагентами за договором надання послуг, укладеним на користь третьої особи (туриста).

3) понятійний апарат, покликаний регулювати відносини у сфері туризму, гостро потребує подальшого опрацювання й удосконалення.

4) потрібне подальше опрацювання і вдосконалення господарського законодавства як основного інструменту правового регулювання туристичної діяльності з одночасним вирішенням питань його спеціалізації. У зв'язку із цим одним із головних питань є доповнення Господарського кодексу України нормами, що регулюють господарську діяльність у сфері туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Верховна Рада України. Закон України «Про туризм» № 324/95-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 31 (01.08.95). – Ст. 241.
2. Алексеев С.С. Социальная ценность права в советском обществе / С.С. Алексеев. – М. : Юридическая литература, 1971. – 223 с.
3. Савицкий В.М. Язык процессуального закона (вопросы терминологии) / В.М. Савицкий. – М. : Наука, 1987. – 288 с.
4. Козловский Е.В. Правове регулювання туристської діяльності / Е.В. Козловський. – К. : «Центр учбової літератури», 2015. – 272 с.
5. Верховна Рада України. Закон України «Про ратифікацію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони» № 1678-VII від 16.09.2014 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2014. – № 40. – Ст. 2021.
6. Верховна Рада України. Офіційний веб-портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/go/847-2014-%D1%80>.
7. Council Directive 90/314/EEC of 13 June 1990 on package travel, package holidays and package tours [Text] // Official Journal. – 1990. – L. 158. – P. 59–64. Право Евросоюзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://europa.eu/european-union/law_en.
8. Черданцев А.Ф. Толкование права и договора / А.Ф. Черданцев. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 381 с.
9. Актуальні проблеми господарського права / за ред. В.С. Щербини. – К. : Юрінком Інтер, 2012. – 528 с.
10. Резнікова В.В. Правова природа інституту туристичного обслуговування / В.В. Резнікова // Бюлетень Міністерства юстиції України. – 2010. – № 9. – С. 71. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/bmj_u_2010_9_10.pdf.
11. Стригунова Д.П. Правовые основы гостиничного и туристского бизнеса / Д.П. Стригунова – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : КНОРУС, 2016. – 228 с.
12. Федорченко Н.В. Договірні зобов'язання з надання послуг: проблеми теорії і практики / Н.В. Федорченко. – К. : НДІ приватного права і підприємництва НАПрН України, 2015, Юрінком Інтер, 2015. – 328 с.
13. Резнікова В.В. Сутність категорії «послуга»: аналіз існуючих концепцій / В.В. Резнікова // Вісник господарського судочинства. – 2009. – № 1.
14. Шульга Р.Р. Категорія «торгівля послугами»: сутність та проблеми застосування у господарському законодавстві України / Р.Р. Шульга // Форум права. – 2010. – № 4.
15. Брагинский М.И. Договор подряда и подобные ему договоры / М.И. Брагинский. – М. : Статут, 1999. – 254 с.
16. Торговый кодекс Японии / под общ. ред. Тэцуо Сато, В.С. Поздняковой ; ред. Н.Г. Семилютина ; пер. с англ. А.А. Лихо. – М. : Микап, 1993. – 252 с.
17. Сакаэ Вагацума. Гражданское право Японии : в 2 кн. / Сакаэ Вагацума, Тору Ариидзуми. – М. : Прогресс, 1983. – Кн. 2. – 334 с.
18. Шешенин Е.Д. Предмет обязательства по оказанию услуг / Е.Д. Шешенин // Сб. уч. тр. Свердловского юрид. ин-та. – Вып. 3. – Свердловск, 1964.

19. Боднар Т.В. Договірне право України. Особлива частина / Т.В. Боднар, О.В. Дзера, Н.С. Кузнецова та ін. ; під ред. О.В. Дзери. – К. : Юрінком Інтер, 2009. – 1200 с.
20. Шаблова Е.Г. Гражданско-правовое регулирование отношений возмездного оказания услуг : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора юридических наук / Е.Г. Шаблова. – Екатеринбург, 2002.
21. Гриняк А.Б. Договірні зобов'язання по виконанню робіт в цивільному законодавстві України : дис. ... д-ра юрид. наук : 12.00.03 / А.Б. Гриняк. – К., 2013.
22. Красавчиков О.А. Советское гражданское право: в 2 томах / О.А. Красавчиков, Р.О. Халфина, Л.Г. Кузнецова [и др.]; под общ. ред. О.А. Красавчикова – М. : Высшая школа, 1968. – Т.1. – 544 с.
23. Калмыков Ю.Х. К понятию об оказании услуг в гражданском праве / Ю.Х. Калмыков // Избранное. Труды. Статьи. Выступления / сост. О.М. Козырь, О.Ю. Шилохвост. – М. : Статут, 1998. – 312 с.
24. Ситдикова Л.Б. Правовое регулирование отношений по возмездному оказанию услуг : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. юрид. наук : спец. 12.00.03 / Л.Б. Ситдикова. – Казань, 2002.
25. Луць В.В. Контракты у підприємницькій діяльності / В.В. Луць. – К. : Юрінком Інтер, 2008. – 573 с.
26. Баринов Н.А. Услуги (социально-правовой аспект) / Н.А. Баринов. – Саратов, 2001. – 162 с.
27. Луць В.В. Зобов'язальне право: теорія і практика / В.В. Луць [та ін.] ; за ред. О.В. Дзери. – К. : Юрінком Інтер, 1998. – 912 с.
28. Кротов М.В. Обязательство по оказанию услуг в советском гражданском праве / М.В. Кротов. – Л., 1990. – 189 с.
29. Мілаш В.С. До питання про об'єкт договору про надання послуг / В.С. Мілаш // Вісник господарського судочинства. – 2008. – № 4.
30. Резнікова В.В. Правове регулювання посередництва у сфері господарювання (теоретичні аспекти) / В.В. Резнікова. – Х., 2010. – 706 с.
31. Правик Ю.М. Маркетинг туризму / Ю.М. Правик. – К. : Знання 2008. – 303 с.
32. Віхров О.П. Науково-практичний коментар Господарського кодексу України / О.П. Віхров, О.А. Беляневич, О.Н. Вінник, В.С. Щербина та ін. ; за заг. ред. Г.Л. Знаменського, В.С. Щербини. – 3 – ґе вид. переробл. і допов. – К. : Юрінком Інтер, 2012. – 776 с.
33. Зорин И.В. Туризм как вид деятельности: учебник для студентов высш. учебн. заведений / И.В. Зорин, Т.П. Каверина, В.А. Квартальнов ; Российская международная академия туризма. – 2 – е изд., перераб. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 286 с.
34. Верховна Рада України. Цивільний кодекс України. Дата прийняття: 16.01.2003 року № 435-IV // Офіційний вісник України. – 2003. – № 11(28.03.2003). – Ст. 461.
35. Верховна Рада України. Господарський кодекс України. Дата прийняття: 16.01.2003 року N 436-IV // Офіційний вісник України. – 2003. – № 11(28.03.2003). – Ст. 462.