

**ПРАВОВА ПРИРОДА І ПОНЯТІЙНИЙ АПАРАТ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПО СТВОРЕННЮ І РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ****LEGAL NATURE AND CONCEPT TERMS OF TOURIST ACTIVITY
ARE ON CREATION AND REALIZATION OF TOURIST PRODUCT**

Ляшенко А.А.,

здобувач кафедри господарського права і процесу

Національний університет «Одеська юридична академія»,

адвокат

Одеська обласна колегія адвокатів

У статті розглянуті особливості правового регулювання господарської діяльності у сфері туризму. Основна увага приділена дослідженню правової природи туристичного продукту як базового елементу туроперейтинга. На основі порівняльного аналізу сучасних доктринальних підходів, які застосовуються в досліджуваній галузі, з урахуванням іноземного і вітчизняного досвіду, виявлено недоліки у сфері правового регулювання туристичної діяльності в Україні, визначено причини, що їх зумовили, а також позначено шляхи вирішення проблемних питань.

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

В статье рассмотрены особенности правового регулирования хозяйственной деятельности в сфере туризма. Основное внимание уделено исследованию правовой природы туристического продукта как базового элемента туроперейтинга. На основе сравнительного анализа современных доктринальных подходов, применяемых в исследуемой области, с учетом иностранного и отечественного опыта, выявлены недостатки в сфере правового регулирования туристической деятельности в Украине, определены причины, которые их обусловили, а также обозначены пути решения проблемных вопросов.

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

In the article the considered features of the legal adjusting of economic activity are in the field of tourism. Basic attention is spared to research of legal nature of tourist product as a base element of tour operating. Basic scientific conceptual looks are investigational to legal nature of tourist product taking into account the features of home legislation about tourism taking into account foreign experience of conduct of tourist business and him legal adjusting.

The basic signs of tourism are considered as the social phenomenon, and also defects are inherent home tourist industry, in particular related to imperfection of concept vehicle of tourist sphere, distribution of the unorganized tourism, the terms of that complicate or do impossible the protection of consumers, and also questions are related to legitimation of participants of relations that arise up during realization of tourist activity in the process of grant of tourist services or creation of tourist product.

The modern state of eurointegration processes that influence on development of tourist industry of Ukraine is considered. The signs of economic activity are educed and analysed as an exceptional activity tour operator on creation of tourist product in the context of contractual connections with other participants of relations that arise up during realization of tourist activity.

On the basis of comparative analysis of modern doctrine approaches that are used in the investigated industry, taking into account foreign and home experience, educed defects in the field of the legal adjusting of tourist activity in Ukraine, certain reasons, that they were stipulated, and also mark ways of decision of the problem questions in particular related to the lacks of legal status of tour operator, as a basic subject of tourist activity. Conceptual basis is offered for the further working and improvement of tourist legislation of Ukraine, and also ways of decision of the questions, related to legal specialization of legislation that regulates a tourist sphere.

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

Багато туристичних фірм активно використовують у рекламі такі терміни як «поїздка», «подорож» або «відпочинок» з вказівкою місцевості, населеного пункту або іншого об'єкту в якості мети пропонованої подорожі.

Відсутність у Законі України «Про туризм» норм-дефініцій основоположних понять цієї сфери, які б роз'яснювали їх значення, а саме: «туристична індустрія», «туристична галузь», «туристична діяльність», «подорож», «тур», «туристична послуга», «створення туристичного продукту» – призвела до фактичного випадання туроператора зі сфери правового регулювання, до можливості створення і реалізації туристичного продукту організаціями і фізичними особами, що не пройшли процедуру легітимації і не володіють відповідною господарською компетенцією, що, в свою чергу, сприяє поширенню т. зв. неорганізованого туризму.

Як слушно зауважує В. В. Рєзнікова: «Неповнота і суперечність правових норм, що регулюють поведінку суб'єктів туристичної діяльності, недостатність розробки понятійного апарату, а в окремих випадках і відсутність правового регулювання тих або інших питань, створюють значні пере-

шкоди в практиці ефективного здійснення господарюючими суб'єктами туристичної діяльності» [5, с. 71].

Н. І. Фединець також спостерігає подібну тенденцію у вітчизняній туристичній галузі. У своєму дослідженні автор вказує на низку причин, що зумовлюють проблеми її розвитку, зокрема:

- відсутність скоординованих дій та єдиного підходу до розроблення та виконання державної, регіональних і місцевих програм розвитку туризму;
- недосконалість системи ведення статистичного обліку в сфері туризму та курортів, а також здійснення заходів, спрямованих на комплексне освоєння та розвиток туристичних ресурсів;
- зростання обсягів неорганізованого туризму (туристи відпочивають самі або за допомогою неліцензованих фірм) [6, с. 182-186].

Виникла ситуація, за якої будь-який суб'єкт підприємницької діяльності (далі – СПД), не будучи туроператором, не порушуючи закон, має можливість створювати і реалізовувати туристичний продукт, іменуючи договір, що укладається зі споживачем, договором надання послуг, ви-

значаючи його предмет як зобов'язання по «забезпеченню відпочинку», «супроводу», «організації подорожі», «продажу туру» і т. п. При цьому, перевезення, розміщення, харчування, екскурсії та інші культурно-оздоровчі заходи такий СПД забезпечує, як правило, за допомогою договорів, що укладаються від імені безпосередніх «постачальників» згаданих послуг, що знімає з нього всяку відповідальність за якість і безпеку створеного і реалізованого ним туристичного продукту.

Найбільш сприятливі можливості для здійснення подібної діяльності мають СПД, у яких в розпорядженні є готелі та інші засоби розміщення, а також СПД, які є турагентами, особливо ті, що працюють в сегменті внутрішнього або в'їзного туризму.

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 правовий статус туроператора, а також удосконалити правовий механізм захисту прав та інтересів споживача.

Які шляхи вирішення позначених проблем? Відповідь на це та супутні питання є метою статті.

У наукових працях вітчизняних і зарубіжних авторів, безпосередньо присвячених туризму та правовому регулюванню туристичної діяльності (М. І. Брагінського, В. В. Вітрянського, Н. В. Федорченко, В. К. Федорченко, М. М. Гудими, О. Ю. Димінської, Є. В. Козловського, С. І. Селецького, М. П. Мальської, І. В. Зоріна, В. А. Квартальнова, Я. В. Вольвач, Я. Є. Парцій, О. Н. Вікулової, Д. П. Стрігунової, Є. Л. Пісаревського, Н. І. Волошина, А. В. Стрігуліної, А. Г. Бобкової, К. С. Свірідова, А. С. Кускова, Н. В. Сірік), відображені далеко не усі проблеми правового регулювання туристичної діяльності як виду господарської 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. Подцерковного, інших вітчизняних і зарубіжних авторів.

Крім того, слід зазначити, що значний внесок у розвиток інститутів, пов'язаних з правовим регулюванням соціальних відносин у сфері туризму був зроблений такими науковцями як: О. С. Іоффе, О. В. Дзера, Г. Ф. Шершеневич, О. А. Красавчиков, А. Я. Кабалкін, В. В. Луць та ін.

Туристичний бізнес як складова економічного комплексу країни характеризується наступними властивостями і функціями: має свою індустрію виробництва і надання послуг; надає туристичні послуги, створює і реалізує туристичний продукт; виступає мультиплікатором зростання національного доходу, валового внутрішнього (національного) продукту, зайнятості населення, розвитку місцевої інфраструктури і підвищення рівня життя населення; має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі [16]. У цьому сенсі необхідно особливо відзначити, що між Україною і Європейським Союзом (далі – ЄС), Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами було підписано Угоду про асоціацію, яку було ратифіковано Верховною Радою України 16 вересня 2014 року [1].

Глава 16 розділу V Угоди («Економічне і галузеве співробітництво») регламентує основні напрями співпраці в туристичній галузі, зокрема щодо просування і розвитку туристичних продуктів і ринків, інфраструктури, людських ресурсів і інституціональних структур [16], а у ст. 19 Угоди закріплені гарантії спрощення візового режиму між Україною і країнами ЄС, які 18 червня 2007 року у Люк-

сембурзі підписали Угоду про спрощення оформлення віз, яка ратифікована 15 січня 2008 року [2] з подальшим внесенням змін [3].

Кабінет міністрів України Розпорядженням від 17 вересня 2014 року № 847р затвердив План заходів з імплементації Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та ЄС, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, на 2014–2017 роки. Заходи, які безпосередньо стосуються туризму, містяться у Главі 16 Плану, згідно п. 356 ст. 401 якого Міністерству інфраструктури України в особі Держкомтуризмкурорта України було доручено розроблення технічного регламенту про організовані туристичні подорожі, відпочинок з повним комплексом послуг та комплексні турне відповідно до Директиви Ради ЄС від 13 червня 1990 року № 90/314/ЄЕС, який був схвалений Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 11 березня 2015 року № 200-р і на даний час активно втілюється у життя у рамках євроінтеграційного процесу.

Переходячи до аналізу сучасного стану правового забезпечення туристичної галузі, насамперед необхідно з'ясувати що ж саме пропонує туристична фірма споживачеві і яким чином вона виробляє те, що пропонує. З огляду на те, що пропозиція (публічна оферта) адресується споживачеві від організації, яка позиціонує себе як туристична фірма, слід в першу чергу звернутися до Закону України «Про туризм».

Як раніше підкреслювалось, відсутність належної правової регламентації туристичної діяльності призвела до фактичного випадання з правового поля туроператорської діяльності, до поширення т. зв. неорганізованого туризму.

З точки зору туристичного бізнесу туризм можна класифікувати як організований і неорганізований (самодіяльний), вважає Д. П. Стрігунова, підкреслюючи при цьому, що при здійсненні самодіяльної туристичної поїздки турист безпосередньо, тобто без допомоги туристичних фірм, вступає у договірні відносини з різними СПД, що надають послуги у сфері туризму (готелями, перевізниками, екскурсійними та іншими організаціями, страховиками). Організуючи таку поїздку, турист може користуватися послугами туристичних підприємств, проте, на думку автора, туристичні фірми в даному випадку виступають виключно як посередники, зокрема, сприяючи самодіяльному туристові в отриманні віз, страховок, бронюванні готелів, авіаквитків і т. п.

Навпаки, сфера організованого туризму характеризується наявністю в ній усталеного СПД, в обов'язки якого входить організація і супровід туриста протягом всієї подорожі. Таким суб'єктом є організатор туру – туроператор [11, с. 136-137].

Л. П. Шматько відзначає, що у європейській практиці ведення туристичного бізнесу до категорії туристів не належать пасажери круїзних суден, що ночують на судні, пасажери залізничних туристичних маршрутів, що ночують в купе вагонів потягів, пасажери, що ночують в автобусі. Вони за цими ознаками не туристи, а екскурсанти, і тому, хоч і ночують в цій місцевості, але в туристичній статистиці не враховуються [14, с. 86].

При такому підході правовий статус організатора подорожі вже не такий важливий, але важливі засоби, здатні мотивувати гостя до грошових витрат в межах певної туристичної дестинації [15]. Основне завдання полягає у досягненні ефекту мультиплікатора (від латин. «multiplicator» – «множник»), який полягає у тому, що у підсумку «фінансові вигоди від розміщення гостей виявляються вище за фіскальні суми. Ефект мультиплікатора обумовлений тим, що туристи у межах дестинації здійснюють значні витрати на різні покупки (сувеніри, харчі, ліки та ін.), на транспорт і т. д. Таким чином, кожного туриста обслуговує не лише отельєр, але і безліч інших підприємств, які одержують від цього прибутку, з якого сплачуються податки» [8].

Можна припустити, що законодавець виходив з наведеного вище концептуального підходу, приймаючи останню редакцію Закону України «Про туризм», оскільки значне місце в ній відводиться засобам розміщення і в першу чергу готелям: в абз. 9–11 ч. 1 ст. 1 детально роз'яснюється значення відповідних спеціальних термінів, а ст. 22 визначає типові умови договору готельного обслуговування.

Між тим правова регламентація господарської діяльності туроператора, у т. ч. шляхом формування понятійного апарату, є чи не єдиним способом відділення організованого туризму від т. зв. неорганізованого. Передусім, слід з'ясувати, що саме придбаває у туроператора зацікавлена особа.

Системний аналіз змісту термінів, приведених у ст. 1, а також положень ст. 20 Закону України «Про туризм» дозволяє зробити висновок, що предметом договору між зацікавленою особою і туристичною фірмою є дії сторін як наслідок взаємних зобов'язань, що виникають у зв'язку з наданням комплексу послуг, які іменуються туристичним продуктом, а саме: одна сторона (туроператор, який укладає договір безпосередньо або через турагента) зобов'язується надати за замовленням іншої сторони (туриста) комплекс туристичних послуг або туристичний продукт, в який можуть входити супутні і/або характерні туристичні послуги і товари (чч. 4, 5 і 6 ст. 1 Закону України «Про туризм»), а турист зобов'язується його оплатити.

У науковій літературі розглядаються дві доктринальні позиції з цього приводу. Згідно першої – інститут туристичного обслуговування слід віднести до категорії платних послуг, згідно другої – його співвідносять з інститутом купівлі-продажу.

Прибічники другої точки зору (І. В. Зорін, В. А. Квартальнов, Е. Г. Комкова, В. І. Сергєєв, А. О. Терещенко та ін.) вважають, що договір між туристичною фірмою і туристом є договором роздрібної купівлі-продажу туристичного продукту і розглядається як товар певної комплектиності, який буде створений і переданий туристові за визначеною ціною і в конкретні строки [13, с. 49].

Сукупність таких прав оформляється путівкою (туристичним ваучером), яка і виступає кінцевим продуктом реалізації. Датою реалізації турпродукта є дата продажу туристичного ваучера (путівки), а не дата самої подорожі. Прибічники цієї позиції розглядають туристичний продукт як товар або як право (гарантію) на послуги, реально здійснювані іншими суб'єктами, які не мають прямих довірних відносин з туристом.

В. І. Сергєєв і А. О. Терещенко розглядають договір туристичного обслуговування як механізм регулювання відносин між продавцем (виконавцем) і покупцем (замовником), предметом яких є надання туристові не послуг, а тільки прав (гарантій) на їх отримання у майбутньому.

М. І. Брагінській, В. В. Вітрянській, А. Ю. Кабалкін, Н. В. Федорченко, Я. С. Парцій, Е. Л. Пісаревській, В. В. Резнікова, Я. В. Вольвач, Н. В. Сірік, А. С. Кусков та інші автори, не розділяючи наведену точку зору, вважають, що туристичний продукт слід розуміти тільки як комплекс туристичних послуг, що надаються туристичною фірмою за визначеною ціною згідно з договором.

М. І. Брагінській і В. В. Вітрянській уточнюють, що «продукт», в чому б він не виявлявся, не може бути «правом» [7, с. 225-226].

Н. В. Сірік і А. В. Кусков дотримуються схожої думки: «Не викликає сумнівів і той факт, що туристові надаються послуги з перевезення, розміщення, харчування і т. д. відповідними підприємствами туристичної індустрії. Об'єднання організаторами туристичної подорожі цих послуг в єдину комплексну послугу і реалізація її туристові не можуть змінити об'єкт цивільних прав і трансформувати послуги в товар (майнове право) або роботу. Отже, туристичний продукт правом бути не може, а є комплексом відповідних послуг» [12, с. 136].

Вельми цікавою є позиція Е. Л. Пісаревського, який, погоджуючись з наведеними думками про те, що сукупність дій, кожна з яких не спрямована на виникнення матеріального результату, не може призвести до створення речі, в той же час акцентує увагу на дуже важливій обставині: «Товар існує об'єктивно, у той час як послуги невід'ємні від виконавця і не можуть існувати без нього. Турагент у відносинах з туристом «заміщає» собою туроператора, що фактично нівелює його агентський статус, і він перетворюється на квазітуроператора, проте з обмеженим набором повноважень, а також засобів впливу на безпосередніх виконавців послуг [10, с. 55].

У міжнародній практиці в цілому під предметом договору між туристичною фірмою і туристом розуміється або продаж туру як комплексу послуг, і тоді ці взаємовідносини регулюються договором купівлі-продажу, або надання туристичних послуг, і тоді має місце договір надання послуг. Міжнародна конвенція про контракт на подорож визначає поняття комплексної туристичної послуги, що називається в документі подорожжю, під якою розуміється комплекс послуг, що надаються за загальною ціною, включаючи транспорт, розміщення або будь-які інші послуги, що відносяться до подорожі.

Світова практика свідчить, що правове регулювання господарської діяльності у сфері туризму здійснюється в основному за допомогою норм цивільного, господарського і торгового кодексів, а для регулювання відносин «туроператор–тур агент» застосовуються закони про торгове представництво і посередництво. У зв'язку з цим, наприклад, договірні відносини туроператора і турагента у ЄС підпадають під дію Директиви Ради ЄС від 18 грудня 1986 року № 86/653/ЄС «Про координацію права держав-членів ЄС з питання про незалежних торгових агентів», норми якої стали основою для відповідних внутрішніх законів цих країн (Австрії, Бельгії, Данії, Франції, Німеччини, Великобританії та ін.), а також деяких штатів США [22, с. 47-55].

Слід зауважити, що туроператор, як правило, не в змозі надати згадані послуги самостійно, тому вимушений у зв'язку з цим укладати господарські договори з контрагентами, здатними безпосередньо надати послуги туристові, тобто здійснювати туроперейтинг, суттю якого є господарська діяльність туроператора по створенню туристичного продукту. Між тим, господарська діяльність туроператора спеціальним законом не тільки не врегульована, але в ньому практично не згадується.

Як справедливо відмічає В. В. Резнікова: «Більшість норм, що регулюють туристичну діяльність, а також відносини між суб'єктами господарювання, які здійснюють підприємницьку діяльність у сфері туризму (займаються туристичним бізнесом), є господарсько-правовими за своєю природою, а турист, використовуючи туристичну послугу для особистого споживання, виступає її кінцевим споживачем, який «виводить» послугу з комерційного обігу в сферу безпосереднього особистого споживання» [5, с. 71-72].

Необхідно також особливо відзначити, що виключний діяльності туроператора, яка здійснюється відповідно до положень абз. 1 ч. 2 ст. 5 Закону України «Про туризм», притаманні ті ж самі ознаки, що і господарській діяльності, які сформулював Г. Л. Знаменський, зокрема:

– вона здійснюється у сфері суспільного виробництва (і ніяк не у сфері особистого споживання);

– вона, передусім, пов'язана з тією стороною громадського виробництва, в якій передбачається господарське використання майна; (відповідно до ч. 1 ст. 3 Закону України «Про туризм» туристичними ресурсами України є поточні або майбутні туристичні пропозиції на підставі і з використанням об'єктів державної, комунальної або приватної власності);

– вона є діяльністю, яка організовує виробництво (створення туроператором туристичного продукту) [9, с. 52-53].

Регуляторна ефективність понятійного апарату у сфері туризму значно підвищується, якщо в його основоположних дефініціях відображається господарсько-правовий аспект. Прикладом, який обґрунтовує цей висновок, може стати порівняння визначення термінів «туризм» і «турист», які наводяться у ст. 1 Закону України «Про туризм», з аналогічними авторськими визначеннями, наведеними нижче. Отже, згідно із Законом:

– «туризм – тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових або інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає;

– турист – особа, яка здійснює подорож по Україні або в іншу країну з незабороненої законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін».

Ці визначення містять надто багато узагальнень, які немає необхідності коментувати, оскільки вони очевидні. По суті, вони дозволяють практично будь-яку подорожуючу особу вважати туристом, тобто на неї повинні поширюватися положення Закону України «Про туризм», що є абсурдом, оскільки ця особа не пов'язана з туроператором договором туристичного обслуговування. Проте, якщо ці визначення доповнити господарсько-правовою компонентою, то їх зміст набуде сенсу і чітких меж регуляторної дії. У зв'язку з цим автор пропонує свій варіант визначення термінів «туризм» і «турист»:

– «туризм – організований туроператором тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових або інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає;

– турист – особа, яка здійснює організовану туроператором подорож по Україні або в іншу країну з незабороненої законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року, без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін».

Заходи, пов'язані з опрацюванням і вдосконаленням господарського законодавства, покликано регулювати виключно діяльність туроператора по створенню туристичного продукту, мають на меті, передусім, забезпечення споживача якісними туристичними послугами.

Досягненню цієї мети сприяє у т. ч. аналіз і узагальнення судової практики, проведеної Верховним Судом України, особлива увага якої була спрямована на вирішення питань, пов'язаних з посиленням відповідальності туроператора перед туристом як гарантії забезпечення якості туристичних послуг [4].

Проведене дослідження дає підстави стверджувати наступне:

– виключна діяльність туроператора полягає у створенні комплексу туристичних послуг і наданні їх споживачеві;

– виключна діяльність туроператора зі створення і реалізації туристичного продукту є господарською і спрямована на досягнення єдиної мети: як комерційної – для туроператора, так і споживчої – для туриста, при цьому регулюється ця діяльність здебільшого нормами господарського права;

– понятійний апарат, покликаний регулювати відносини у сфері туризму, гостро потребує подальшого опрацювання і удосконалення. Одним із шляхів вирішення позначеної проблеми є належне відображення господарсько-правового аспекту у чинному законодавстві України про туризм. Вирішення цієї задачі дозволить виділити туризм як окремий правовий інститут із загальної маси правовідносин, що виникають у процесі переміщення людей за межі місця їх постійного проживання і роботи, а також легітимувати «тіньову» туристичну діяльність в особі різноманітних «квазітуроператорів»;

– має місце необхідність подальшого опрацювання і вдосконалення господарського законодавства як основного інструменту правового регулювання туристичної діяльності з одночасним вирішенням питань його спеціалізації. У зв'язку з цим одним із насущних питань є доповнення Господарського кодексу України нормами, що регулюють господарську діяльність у сфері туризму.

ЛІТЕРАТУРА

1. 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 : Закон України від 16 вересня 2014 року // Відомості Верховної Ради України. – 2014. – № 40. – Ст. 2021.
2. Про ратифікацію Угоди між Україною та Європейським Співтовариством про спрощення оформлення віз : Закон України від 15 січня 2008 року // Відомості Верховної Ради України. – 2008. – № 10. – Ст. 97.
3. Про ратифікацію Угоди між Україною та Європейським Союзом про внесення змін до Угоди між Україною та Європейським Співтовариством про спрощення оформлення віз : Закон України від 22 березня 2013 року // Відомості Верховної Ради України. – 2014. – № 10. – Ст. 107.
4. Судова практика з розгляду цивільних справ про захист прав споживачів (2009–2012 рр.) : Лист Верховного Суду України // Вісник Верховного Суду України. – 2013. – № 1–2.
5. Резнікова В. В. Правова природа інституту туристичного обслуговування / В. В. Резнікова // Бюлетень Міністерства юстиції України. – 2010. – № 9 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/bmj_u_2010_9_10.pdf
6. Фединець Н. І. Організаційні аспекти діяльності вітчизняних підприємств туристичної сфери в умовах кризи / Н. І. Фединець // Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. – 2016. – Вип. 50 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/fedynec2.htm
7. Брагинский М. И. Договорное право. Книга третья : Договоры о выполнении работ и оказании услуг / М. И. Брагинский, В. В. Витрянский. – М. : «Статут», 2002.
8. Брашнов Д. Г. Основы индустрии гостеприимства. Учебное пособие / Д. Г. Брашнов, Е. В. Мигунова. – М. : Флинта, 2013.
9. Знаменский Г. Л. Новое хозяйственное право. Избранные труды : сборник научных трудов / Г. Л. Знаменский. – К. : Юриком Интер, 2012.
10. Писаревский Е. Л. Научно-практический комментарий. Положение о лицензировании туроператорской деятельности. Положение о лицензировании турагентской деятельности / Е. Л. Писаревский. – М. : ИГ «Юрист», 2002.
11. Стригунова Д. П. Правовые основы гостиничного и туристского бизнеса : Учебное пособие / Д. П. Стригунова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : КНОРУС, 2016.
12. Сирик Н. В. Правовая природа договора о реализации туристского продукта / Н. В. Сирик, А. С. Кусков // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. – 2013. – № 1042.
13. Туристский терминологический словарь : справочно-методическое пособие / [авт.- сост. И. В. Зорин, В. А. Квартальнов]. – М. : Советский спорт, 1999.
14. Туризм и гостиничное хозяйство : учебное пособие / под ред. Л. П. Шматько. – изд. 4-е, испр. и доп. – Ростов н/Д : Феникс ; Издательский центр «МарТ», 2010.
15. Brief Descriptions : Sites Inscribed in the World Heritage List. World Heritage Center UNESCO, Paris, 2003.
16. Офіційний веб-портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/984_011/.
17. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_ukr/dyadechko.htm
18. EUR-lex [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eur-lex.europa.eu/homepage>.
19. Вилкова Н. Г. В дополнении к 1 кн. : Типовой коммерческий агентский контракт МТИ : Публикация № 644 / Н. Г. Вилкова. – 2-е изд. на русс. и англ. языках. – М. : Консалтбанк, 2005.