

*Бенецький Сергій Дмитрович,
аспірант кафедри цивільного права
Національного університету «Одеська юридична академія»*

ЩОДО ПИТАННЯ ЗАГАЛЬНИХ ЗАСАД ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ОПЕРАТОРІВ ТА ТУРИСТИЧНИХ АГЕНТІВ

Діяльність, пов'язана з організацією всіх форм виїзду людей з місця постійного проживання в оздоровчих цілях, для задоволення пізнавальних інтересів або в професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю в місцях тимчасового перебування називається туристичної і підрозділяється на туристично-операторську і туристично-агентську діяльність [6].

Учасники туристичної діяльності – туристи, екскурсанти, а також юридичні і фізичні особи, які замовляють або замовили туристичні послуги для цілей, не пов'язаних із здійсненням підприємницької діяльності, юридичні особи, фізичні особи, в тому числі фізичні особи-підприємці [6].

Найважливішу роль у розвитку туризму відіграють туристичні підприємства. Вони забезпечують для туристів міжнародні та внутрішні перевезення, необхідний пакет послуг (проживання, харчування, екскурсії), а також інші посередницькі операції (страхування, отримання іноземних віз і тощо). За змістом і характером своєї основної діяльності туристичне підприємство є свого роду посередником між споживачем (туристом) і виробником (готель, транспорт, ресторан) туристичних послуг [9].

Туристично-операторська діяльність – підприємницька діяльність юридичних осіб (туристичних операторів) з формування, просування, реалізації турів, в тому числі сформованих іншими туристичними операторами, включаючи нерезидентів України, а також з надання окремих послуг, пов'язаних з організацією туристичної подорожі [10].

Туристично-агентська діяльність – підприємницька діяльність юридичних осіб або фізичних осіб-підприємців (туристичних агентів) з просування, реалізації турів, сформованих туристичними операторами – резидентами України, учасникам туристичної діяльності, а також з надання окремих послуг, пов'язаних з організацією туристичної подорожі [10].

Туристичний агент продає послуги виробника і отримує винагороду від кожної угоди продажу при цьому він не несе ніякої відповідальності за якість послуги принципала. Основним завданням турагента є створення виробнику послуг доступу до ринку, а клієнту (туристу) місця, де він може придбати необхідні туристичні послуги.

Туристичний оператор на відміну від турагента, купує окремі елементи туристичного продукту на власні засоби і становить їх таким чином, щоб продати клієнтам туристичний пакет (пекідж тур).

Його винагородою є націнка на ціни, які він платить постачальникам послуг (маржа). Туроператор продає пакети туристам безпосередньо в своєму бюро або в мережі своїх філій або через посередників (турагентів).

Зазвичай туристичний оператор – це більше туристичне підприємство, ніж туристичний агент, яке має головний туристично-операторський офіс і декілька філіалів – агентську мережу. Багато великих туристичних підприємств – операторів мають агентські мережі по всьому світу.

Незалежно від наявності власної агентської мережі, туристичний оператор укладає агентські договори з незалежними туристичними агентствами щодо продажу своїх туристичних подорожів. Чим більше у туристичного оператора партнерів – туристичних агентів, тим більше обсяги продажу і відповідно більша кількість туристів, збільшується прибуток.

За системою доходів туристичний оператор купує певний туристичний продукт, а прибуток формується з різниці між цінами купівлі та продажу; часто туристичний оператор купує окремі послуги для формування комплексного туристичного продукту із власним механізмом ціноутворення.

Туристичний агент діє як роздрібний продавець, і прибуток виходить з комісійних за продаж чужого туристичного продукту; турагент реалізує туристичний продукт (часто й окремі послуги, наприклад авіаквитки, номери в готелях) за реальними цінами туроператорів чи виробників послуг.

За належністю туристичного продукту туристичний оператор завжди має запас туристичного продукту для продажу, а турагент запитує певний продукт (послугу), тільки коли клієнт висловлює купівельний інтерес.

Туристичні агенти і туристичні оператори можуть мати різноманітні форми власності. Вони можуть бути приватними, державними, акціонерними товариствами – суть підприємницької діяльності та їх ринкові функції від цього не змінюються.

Незважаючи на те, що багато фірм, особливо що функціонують на слабо розвинених ринках туристичних послуг, одночасно виконують обидві функції, тобто бувають агенти, які беруться за організацію подорожі, і туроператори, в тому чи іншому обсязі самотійно реалізують роздрібний продаж, слід розрізняти ці дві групи господарюючих суб'єктів, оскільки агент роздрібного продажу є роздрібним продавцем, а туристичний оператор виробником туристичного продукту.

Залежно від характеру здійснюваної діяльності туристичні підприємства класифікуються на ті, що займаються туризмом: внутрішнім, міжнародним, виїздами і приїздами, обслуговуванням в дорозі.

Найбільш поширена модель туристичних підприємств це: малі (до 6 осіб), організовує власні закордонні поїздки в певну країну або місцевість, є посередником у продажу пропозицій великих бюро подорожей, організовує власні виїзди всередині країни, є посередником у продажу туристичних пакетів внутрішнього туризму інших бюро або власників готельної бази, є посередником у продажу автобусних квитків міжнародного сполучення, є посередником у продажу квитків на різні спортивні, культурні, розважальні тощо заходи, від імені клієнта займається оформленням паспортно-візових формальностей, здійснює страхування.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1996. // Відомості Верховної Ради. – 1996. – № 30. – Ст. 141.
2. Про туризм, Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР, Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 31, ст.24 // URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/324/95-%D0%B2%D1%80>
3. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 45–46. Ст. 356. (дата звернення: 15.04.2020).
4. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, Розпорядження Кабінету міністрів України № 168-р від 16 березня 2017 року // URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80> (дата звернення: 15.04.2020).
5. Цивільне право України. Договірні та недоговірні зобов'язання: [підручник] [С. Бичкова, І.А. Бірюков, В.І. Бобрик та ін.]; за заг. ред. С.С. Бичкової. – 3-тє вид., змін, та допов. – К.: Алерта, 2014. – 496 с.
6. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
7. Коваль П.Ф., Алешугіна Н.О., Андрєєва Г.П. В'їзний туризм Навчальний посібник: Ніжин, Видавництво Лук'яненко В.В., 2010. – 304 с.
8. Олійник Я.Б., Степаненко А.В. Теоретичні основи туризмології – К.: «Ніка-Центр», 2005., с.214.
9. Чорненька Н. Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник.-К.: Атака, 2008.-392с.
10. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.