

## МІЖНАРОДНЕ ПРАВО

**ДЬОРДЯК О. В.**,  
здобувач кафедри міжнародного права,  
викладач кафедри міжнародного права  
(ДВНЗ «Ужгородський  
національний університет»)

УДК 341.1/8

**ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДІВ НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ  
ТА ЇХ МІЖНАРОДНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ**

У статті проаналізований перелік основних видів туристичних послуг у рамках міжнародно-правових документів, способи їх регулювання та вплив такого регулювання на ефективний транскордонний розвиток туризму. Розглянуті основні бар'єри, які існують у рамках міжнародно-правового співробітництва між країнами в галузі туризму; пропонуються шляхи їх вирішення.

**Ключові слова:** туризм, туристична послуга, міжнародно-правове регулювання, права людини, права споживачів.

В статье проанализирован перечень основных видов туристических услуг в рамках международно-правовых документов, способы их регулирования и влияние такого регулирования на эффективное трансграничное развитие туризма. Рассмотрены основные барьеры, которые существуют в рамках международно-правового сотрудничества между странами в области туризма; предлагаются пути их решения.

**Ключевые слова:** туризм, международно-правовое регулирование, права человека, права потребителей.

The article studies the list of the main types of tourism services within the international legal instruments, methods of its regulation and the impact of such regulations on the effective cross-border tourism development. The article deals with basic barriers that exist within the framework of international legal cooperation in tourism sector and offers solutions.

**Key words:** tourism, tourism services, international regulation, human rights, consumer rights.

**Вступ.** Міжнародний туризм є одним із найбільш значущих глобальних торговельних потоків. Торгівля туристичними послугами складає близько 25% від загального обсягу міжнародної торгівлі послугами. Міжнародні зусилля щодо лібералізації торгівлі у сфері туризму в рамках роботи Світової організації торгівлі та дво- і багатосторонніх договорів відіграють вирішальну роль для його розвитку. Країни усвідомлюють важливість створення відповідних рамок, що не спотворюють торгівлю у сфері туризму, корисних для прийняття зобов'язань на міжнародному рівні. Туризм є найбільшим сектором експорту послуг у багатьох країнах, що розвиваються. На відміну від інших послуг, туризм не є конкретним видом діяльності, а є асортиментом товарів і послуг, що споживаються мандрівниками. Найбільш поширені товари та послуги, що охоплюються цією галузю, є оренда житла, продукти харчування та напої, транспорт, подарунки і сувеніри, культурні послуги, а також спортивні та інші рекреаційні послуги.

Число зобов'язань, взятих на себе країнами-членами Світової Організації Торгівлі в секторі туризму, залишається високим, але ряд бар'єрів для міжнародної торгівлі в туристичних послугах все ж таки залишаються помітними. Оскільки туризм є прибутковим у всіх країнах світу, подальше відкриття цього ринку буде мати значні вигоди для великого числа країн-членів СОТ.

**Постановка завдання.** Мета статті – розглянути основні види туристичних послуг, які визнані в рамках найбільших світових організацій та проаналізувати існуючі уніфіковані міжнародно-правові норми, які регулюють діяльність із надання туристичних послуг.



**Результати дослідження.** Міжнародний туризм зазнав кардинальних змін, і тепер існує нагальна потреба усунення бар'єрів, що перешкоджають відновленню і розширенню туристичної діяльності в країнах, що розвиваються. Необхідна гарантія, що ніяких нових дискримінаційних практик не буде. Для цього необхідна лібералізація сектора туристичних послуг, що буде сприяти розширенню участі країн, які розвиваються на основі узгоджених конкретних зобов'язань, що допоможуть у зміцненні їх потенціалу національних секторів послуг, дозволять їм стати досить конкурентоспроможними за рахунок доступу до технологій, поліпшення їх доступу до каналів розповсюдження та інформаційних мереж на прозорій основі, надасть їм доступ до ринку для їх експортного потенціалу.

Міжнародна торгівля туристичними послугами створює додаткові робочі місця, генерує додану вартість і податкових надходжень, а також залучає інвестиції й іноземну валюту, оскільки цей сектор може похвалитися сильним мультиплікатором і супутніми ефектами. Динамізм туризму продовжить випереджальне економічне зростання в майбутньому, що зумовлено глобалізацією, економічним зростанням в країнах, що розвиваються, і в країнах з перехідною економікою. Традиційно торгівля туристичними послугами була зосереджена в розвинутих країнах, але частка країн, що розвиваються в загальному обсязі світового туризму, повільно піднялася майже до однієї третини від загального числа [1].

Генеральна угода про торгівлю послугами (ГАТС) є однією з найбільш важливих угод Світової організації торгівлі. Угода, яка набула чинності в січні 1995 року, є першим і єдиним набором багатосторонніх правил, що охоплюють міжнародну торгівлю послугами. Вона узгоджувалась самими урядами і встановлює рамки, відповідно до яких фірми і приватні особи можуть працювати. ГАТС складається з двох частин, таких як: рамкова угода, що містить загальні норми і правила; національні «графіки», які перераховують конкретні зобов'язання окремих країн щодо забезпечення доступу до своїх внутрішніх ринків іноземними постачальниками. Кожен член СОТ перераховує у своєму національному графіку ті послуги, для яких він гарантує доступ для іноземних постачальників. ГАТС охоплює всі міжнародно-торговельні послуги з двома винятками: послуги, що надаються населенню в здійсненні державної влади, а також в секторі повітряного транспорту, транспорту і всіх послуг, безпосередньо пов'язаних зі здійсненням транспортних перевезень. ГАТС також визначає чотири способи, в яких послуга може бути продана, відомі як «способи поставки»:

1) транскордонна поставка (1 спосіб). Охоплює послуги, які перетікають з однієї митної території в іншу. Типовим прикладом можуть бути послуги, що передаються через телекомунікації або пошту;

2) споживання за кордоном (2 спосіб). Відноситься до ситуацій, коли споживач послуги переміщається в іншу митну територію, щоб отримати послугу, яка переважно відноситься до туристичного сектору;

3) комерційна присутність (3 спосіб). Означає, що постачальник послуг засновує діяльність на іншій митній території для надання послуг, як, наприклад, заснування готельних мереж;

4) присутність фізичних осіб (4 спосіб) означає присутність осіб на іноземній території для того, щоб поставляти послуги, як, наприклад, незалежні само зайняті туроператори.

Зобов'язання з туризму були зроблені більш ніж 125 членами СОТ, більш ніж у будь-якому іншому секторі послуг. Слід зазначити, що у сфері туризму Генеральна угода про торгівлю послугами складається з чотирьох основних напрямків щодо лібералізації для постачальників послуг: готельних і ресторанних, туристичних агентств і туроператорів, послуг туристичного гіда й інших [2]. Крім того, країни можуть також створювати горизонтальні зобов'язання в тих областях, які впливають на доступ до ринку для місцевих і міжнародних постачальників послуг. Як зазначає СОТ, визначення туристичних послуг у рамках ГАТС залишає осторонь багато заходів обслуговування, які розглядаються в якості невід'ємної частини туристичного сектору. Наприклад, комп'ютерні системи бронювання, інформація про туризм і подорожі в інтернеті та бронювання послуг, глобальні системи бронювання, будівництво готелів, оренда автомобілів, інші транспортні послуги для туристичних напрямків, а також для відпочинку і розваг, спортивні і культурні послуги, якими користуються в туристичних напрямках, є важливими для діяльності, пов'язаної з туризмом [3, с. 73].

Багато що виходить із диференційованого впливу різних видів туризму. У широкому сенсі ми можемо виділяти круїзні подорожі, еко і масовий туризм. Основна форма – це масовий туризм (у пошуках сонця, моря і пляжу). Це стало можливим для людей у багатьох країнах через зростання рейсів на далекі відстані. Проте інші форми туризму також розвиваються. Наприклад, кількість круїзних подорожей зросла в декількох країнах за останній час. Після подій 9/11 американці стали частіше обирати відпустки в локальній місцевості. Також у деяких країнах активно розвивається екотуризм й оздоровчий туризм. Інші країни полюють на покупців та бізнес-відвідувачів [4].

Для ефективного розвитку туризму та усунення бар'єрів у торгівлі послугами лібералізація туристичних послуг допоможе всім країнам отримати для себе найбільші економічні вигоди. Існують різні ступені лібералізації торгівлі. Можна лібералізувати готельний сектор шляхом лімітування



розміру. Наприклад, 50 номерів, щоб захистити невеликі готелі. Інший спосіб полягає в тому, щоб занести в класифікатор обмеження доступу на ринок, як, наприклад, у Сент-Кітс: обмеження розбудови готелю понад 50 номерів. Або, наприклад, володіння неетнічними ресторанами зарезервовано для громадян. Або як у Гренаді: відповідно до регулювання, що стосуються іноземного землеволодіння, для них існують інші правила валютного контролю та обмеження на будівництво готелів у понад 100 номерів [4]. Країни завжди можуть скасувати зобов'язання щодо ГАТС. Якщо країна хоче повернутись назад і змінити свої зобов'язання по ГАТС, вона може слідувати процедурам, описаним в ст. XXI ГАТС [5]. Такий ліберальний підхід дозволяє країнам впевненіше приймати на себе відповідні зобов'язання.

Світова спільнота активно обговорює встановлення відповідних міжнародно-правових рамок для усунення бар'єрів у торгівлі туристичними послугами, для просування туризму, його розвитку для надання якісних туристичних послуг. Розуміючи транскордонний характер туристичних послуг, ефектне уніфіковане міжнародно-правове регулювання цього сектору економіки створить вигідне туристичне середовище як для споживачів, так і для постачальників туристичних послуг. Якісна туристична послуга включає багато аспектів, які залежать саме від ефективного міжнародно-правового співробітництва в цій сфері. Розвинені країни протягом багатьох років співпрацюють у створенні єдиних уніфікованих норм, що зараз дає змогу країнам, що розвиваються, використати їх для імплементації у свої законодавства.

Є цілий ряд юридичних аспектів, які будуть розвивати міжнародний туризм. Один із таких аспектів – міжнародно-правове співробітництво в галузі повітряного сполучення. Прибуття туризму залежить від доступу до повітря, який залежить від політики доступу до повітря (й інших стратегій у галузі транспорту). Багато країн, що розвиваються, підтримують національних авіаперевізників і захищають їх від конкуренції з іншими авіакомпаніями. Проте все більше і більше країн почали лібералізувати і підписувати угоди «Про відкрите небо». Двосторонні угоди про відкрите небо дозволяють надавати послуги в повітрі всім авіакомпаніями між сторонами та за межами двох країн, у тому числі доступ до всіх маршрутів, необмежену потужність авіаносіїв, тарифні права (в тому числі права і свободи п'ятого покоління, до яких відноситься право забирати пасажирів у третій країні, що мають пункт призначення в одній із двох зацікавлених країн) і ліберальний погляд на ціноутворення. Політика відкритого неба успішно використовується в ЄС, Австралії, Новій Зеландії, ОАЕ, Гонконзі, Куала-Лумпурі і Сінгапурі. Дубай є господарем найбільш швидко розвиваючого аеропорту, а також однієї з найбільш швидко розвиваючої авіакомпанії, Emirates, запущеної в 1985 році з прибутками щороку, яка літає в 70 напрямках по всьому світу. Дубайський аеропорт може розмістити 100 авіакомпаній, що пов'язані 145 напрямками. Дубай та авіакомпанії допомогли один одному розвинути і залучити туристів. Багатосторонні угоди були укладені також між членами Карибського співтовариства (КАРІКОМ) й Асоціації карибських держав (АКД). У Південній Африці лібералізація внутрішніх повітряних маршрутів на початку 1990-х і часткова лібералізація міжнародних повітряних маршрутів на початку 2000-х років зумовили різке падіння вартості авіаквитків, а також відповідне збільшення обсягу пасажирських перевезень [4].

Інший аспект стосується політики регулювання конкурентності. Індустрія туризму розвивається та зростає, що веде до страху, що туроператори будуть зловживати своєю монопольною владою, що може знизити компенсацію, яка виплачується місцевим готелям. Пропозиція Домініканської Республіки щодо нового туристичного додатку до ГАТС включає в себе три положення: необхідність багатосторонніх конкурентних гарантій із боротьби з антиконкурентною практикою в міжнародному секторі туризму; необхідність сприяння сталому розвитку туризму в ГАТС; а також необхідність розширити визначення туризму в рамках угоди ГАТС. Таким чином, така можливість полягає у включенні положення про конкурентну політику (в ГАТС або угоду про економічне партнерство ЕРА), щоб учасники з країн Карибського басейну могли звернутися до суду у випадку неконкурентної політики великих туроператорів з розвинених країн [6]. Таке регулювання, звичайно, дозволить збільшити притік різник постачальників туристичних послуг, що зможе збільшити їх різноманітність усередині кожної держави.

Важливим у галузі туризму є також заходи щодо міжнародно-правової уніфікації стандартів здоров'я та безпеки і гігієни харчових продуктів (оскільки туроператори з розвинених країн вимагають це); уніфікації норм щодо захисту прав споживачів (наприклад, від банкрутства) і екологічного регулювання. Тут варто відзначити Керівні принципи Організації Об'єднаних Націй для захисту інтересів споживачів, що були прийняті Генеральною Асамблеєю ООН у своїй резолюції 39/248 від 9 квітня 1985 року. Принципи виділяють сім областей, в яких уряди повинні посилити свою споживчу політику відповідно до їх економічних і соціальних умов. Ці сфери стосуються фізичної безпеки, заохочення та захисту економічних інтересів споживачів, безпеки і стандартів якості споживчих товарів і послуг, розподілу основних споживчих товарів і послуг, підвищення ефективності процедур розгляду скарг споживачів, навчання та інформування споживачів, а також заходів, що стосуються конкретних областей, таких як їжа, вода і фармацевтичні препарати. Керівні принципи ООН були роз-



ширені в 1999 році для того, щоб додати поняття сталого споживання як нового принципу споживчої політики [7]. Завдяки відносно новій стійкості в праві третього покоління почалася спрямованість на поліпшення людської економічної та екологічної системи у світі. Включення цього пункту стійкості показує, що більше уваги приділяється розширенню прав і можливостей споживача. Споживач має не тільки право на захист, а й бере на себе певні обов'язки для свого благополуччя, такі, як сприяння чистоті і здоров'ю навколишнього середовища. Керівні принципи були особливо спрямовані на країни, що розвиваються, щоб встановити структуру основних завдань, завдяки яким вони могли б поліпшити їхнє споживче законодавство. Міжнародний консенсус із прийняття Керівних Принципів щодо захисту прав споживачів можна розглядати як загальне визнання їх як «універсальних» прав, а також вони являють собою додаткову підтримку приєднання прав споживачів до прав людини.

Підставою для прийняття керівних принципів була доповідь Генерального Секретаря, в якій зазначалося: «Споживачі часто стикаються з диспропорцією в економічному плані, рівні освіти, а також переговорних можливостях (...) споживачі повинні мати право доступу до безпечних продуктів, а також важливим є заохочення справедливого, рівного та сталого економічного і соціального розвитку» [8]. Багато вчених стверджують, що споживач повинен бути захищений на рівні основних прав у сучасних правових системах. Вони виступають за пряме посилення в галузі прав людини, стверджуючи, що це єдиний спосіб гарантувати неможливість зміни звичайним законодавством і судовою практикою даних цінностей. Причина полягає в тому, що конституційні права важко змінити, і вони залишаються недоторканими навіть після зміни уряду [9, с. 195]. Права споживачів є досить важливими і були одногосно прийняті державами-членами ООН в якості керівних принципів, що показує необхідність стабільного та високого ступеню захисту в цій сфері.

Важливо не забувати і про такий феномен у міжнародному регулюванні туристичних послуг, як право на вільне пересування туристів. Вирішальна частина законодавства в цій галузі є та, що стосується міжнародних паспортів. У 1980 році агентство ООН – Міжнародна організація цивільної авіації – запустила глобальну ініціативу щодо стандартизації паспортів. Стандартизований паспорт вважається одним із головних нововведень, що змінили галузь. У даний час окремі країни можуть більш легко застосовувати на практиці двосторонні візові правила, що прокладають шлях для туризму, який буде розвиватися в сучасному вигляді як організована, прозора, юридично визнана (наприклад, із точки зору страхування) і безпечна діяльність. На жаль, у сучасному світі існує багато перешкод, які викликані такими візовими правилами для туристів у різних країнах. Три чверті населення земної кулі має отримати візу для візиту в Європу відповідно до даних ВТО (Всесвітня туристична організація). У глобальному порівнянні організація описує європейські візові режими як такі, що мають «найбільш обмежувальний характер» [10]. За оцінками Європейської туристичної комісії, 44% всіх мандрівників із далеких відстаней, які насправді прибули до Європи в 2014 році, потрібна була віза, щоб зробити це. Візи також необхідні для поїздок із ближчих країн.

Всесвітня туристична організація ООН (ЮНВТО) та Світова рада з туризму та подорожей (WTTC) у 2012 році опублікували спільний звіт про вплив спрощення візового режиму на створення нових робочих місць в економіці G20 [11]. Глави обох організацій висловили впевненість у тому, що «...спрощення візового режиму є центральним стимулювання економічного зростання і створення нових робочих місць за рахунок туризму».

Європейська комісія подорожей закликає всі європейські країни активно здійснювати програму лібералізації візового режиму для туристів і мандрівників із бізнесу, які доставлять пряму вигоду для їх економіки і їх громадян, зберігаючи існуючі візові свободи і не збільшуючи бар'єри для потенційних туристів. Комісія наголошує на підтримці прийняття поліпшень «кращої практики», щоб полегшити адміністративне навантаження для туристів, зокрема впровадження спрощених процесів, зниження реєстраційних зборів, а також подовження терміну дії візи. «Краща практика» включає в себе пропозицію більш легкого доступу до існуючих віз, у тому числі більш низьких ставок на збори та спрощення документів і процесів аплікування; більш ефективне використання вже наявної інформації, в тому числі ширший обмін інформацією між різними зацікавленими сторонами (наприклад, між авіакомпаніями та органами видачі віз); пропонування простіших процедур отримання візи для тих, хто успішно аплікував на отримання візи в минулому для цієї країни, збільшення термінів дії існуючих віз [12]. Таким чином, активна співпраця з міжнародного суспільства з питань лібералізації візових політик, створення єдиних стандартів безпеки в майбутньому дозволить усім мандрівникам ефективно використовувати своє право на відпочинок.

Міжнародно-правова уніфікація діяльності з надання туристичних послуг повинна включати в себе створення привілейованих нормативно-правових рамок не тільки для постачальників послуг для збільшення економічної вигоди, а і для їх споживачів, захищаючи їх право на відпочинок. Важливим завжди буде залишатися питання поваги до основоположних прав людини. Можливо, завдяки обізнаності клієнти, інвестори або критики з медіа-бізнесу все частіше стикаються з питанням про те, як



вони можуть поважати права людини під час здійснення їх підприємницької діяльності. Питання прав людини не є значущими тільки на міжнародній політичній арені і для інформування громадськості, а й набуває все більшого значення в управлінні корпоративним бізнесом. У червні 2011 року Рада з прав людини Організації Об'єднаних Націй одностайно схвалила Керівні принципи з питань бізнесу та прав людини. Вони забезпечують узгоджену на міжнародному рівні довідкову базу для економіки, правосуддя, політики і громадянського суспільства, що визначають корпоративну відповідальність за дотримання прав людини там, де б тільки підприємства могли працювати у цілому світі. Коротше кажучи, дотримання прав людини не є пасивною відповідальністю. Вона повинна бути систематично інтегруватися в усі корпоративні процеси, в тому числі управління бізнесом. Це відноситься і до сфери туризму. Тому всі постачальники туристичних послуг зобов'язані вести свою діяльність так, щоб не порушувати основоположні права людини.

**Висновки.** Проаналізувавши вищевикладене, можна підтвердити, що міжнародна спільнота вже давно відзначила роль туризму в розвитку економічного, культурного, соціального співіснування. Він розвиває міжнародне взаєморозуміння, мир, процвітання і загальну повагу і дотримання прав людини та основних свобод для всіх, незалежно від раси, статі, мови або релігії. Для цього країни на всіх континентах намагаються створити загальні міжнародно-правові рамки для себе, так звану єдину систему норм та принципів, які допоможуть регулювати діяльність із надання туристичних послуг. Туристичні послуги є особливим видом послуг, оскільки мають транскордонний характер, тому таке міжнародно-правове регулювання є необхідним для утворення сприятливого середовища як для постачальників, так і для споживачів таких послуг. Процес створення уніфікованих норм та принципів у туристичному секторі знаходиться на початковому етапі, а тому необхідна інтенсивна співпраця між країнами в процесі уніфікації міжнародно-правових норм у галузі туризму.

#### Список використаних джерел:

1. UNCTAD. International Trade in Tourism-Related Services. Issues and options for developing countries (1998) [Електронний ресурс] / UNCTAD // UNCTAD. – Режим доступу до ресурсу : <http://unctad.org/EN/docs/c1em6d2.EN.pdf>.
2. WTO/OMT. Services sectoral classification list (1991) [Електронний ресурс] / WTO/OMT. – Режим доступу до ресурсу : <https://www.wto.org>.
3. OECD. Trade in Services: Negotiating Issues and Approaches Industry, services, and trade / OECD., OECD publishing, 2001. – P. 73.
4. Massimiliano Cali. The contribution of services to development and the role of trade liberalisation and regulation [Електронний ресурс] / Massimiliano Cali, Karen Ellis, Dirk Willem te Velde // Overseas Development Institute. – 2008. – Режим доступу до ресурсу : <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/3482.pdf>.
5. WTO/OMT. GENERAL AGREEMENT ON TRADE IN SERVICES (1995) [Електронний ресурс] / WTO/OMT. – Режим доступу до ресурсу : [https://www.wto.org/english/docs\\_e/legal\\_e/26-gats.pdf](https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/26-gats.pdf).
6. WTO/Council for Trade in Services. COMMUNICATION FROM THE DOMINICAN REPUBLIC, EL SALVADOR AND HONDURAS (2000) [Електронний ресурс] / WTO/Council for Trade in Services. – Режим доступу до ресурсу : <https://www.wto.org>.
7. UN. UN Guidelines for Consumer Protection (2003) [Електронний ресурс] / UN. – Режим доступу до ресурсу : [http://www.un.org/esa/sustdev/publications/consumption\\_en.pdf](http://www.un.org/esa/sustdev/publications/consumption_en.pdf).
8. ECOSOS. Consumer Protection, Report of the Secretary General (1995) [Електронний ресурс] / ECOSOS. – Режим доступу до ресурсу : <http://www.un.org/documents/ecosoc/docs/1995/e1995-70.htm>.
9. Tamara K. Hervey. Health Law and the European Union / Tamara K. Hervey, Jean V. McHale. – New York : Cambridge University Press., 2004. – P. 195.
10. UNWTO. Tourism Visa Openness Report 2014 [Електронний ресурс] / UNWTO. – 2014. – Режим доступу до ресурсу : <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2014visaopennessreport2ndprintingonline.pdf>.
11. World Travel and Tourism Council. The Impact of Visa Facilitation on Job Creation in the G20 Economies [Електронний ресурс] / World Travel and Tourism Council. – 2012. – Режим доступу до ресурсу : [https://www.wttc.org/-/media/files/reports/policy-research/visa\\_facilitation-g20.pdf](https://www.wttc.org/-/media/files/reports/policy-research/visa_facilitation-g20.pdf).
12. European Travel Commission. Improving the Visa Regimes of European Nations to Grow Tourism [Електронний ресурс] / European Travel Commission // ETC. – 2015. – Режим доступу до ресурсу : <http://www.etc.corporate.org/uploads/pdf/ETC%20Report%20-%20Improving%20the%20Visa%20Regimes%20of%20European%20Nations%20to%20Grow%20Tourism.pdf>.

