

ПРАВОВЕ ВИЗНАЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ З УРАХУВАННЯМ МІЖНАРОДНОГО ЗАКОНОДАВСТВА ТА НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАКОНОДАВСТВА КРАЇН ЄС

Стаття присвячена аналізу поняття туристична дестинація в міжнародних та національних нормативних актах України та Латвії, наукових джерелах та визначенню основних критеріїв туристичної дестинації.

Ключові слова: турист, відвідувач, дестинація, туризм, туристичні послуги, інфраструктура, туристичний продукт, атракції.

Постановка проблеми. Україна – держава з багатими природними ресурсами та самобутньою історико-культурною спадщиною, тому вона має всі передумови для сталого розвитку економіки за рахунок надходжень від туристичної галузі туризму. Потенційні туристичні можливості України безмежні, проте туристична галузь протягом тривалого часу відчуває на собі вплив таких негативних чинників: відсутність державної політики у сфері туризму, стратегії і програми розвитку туризму та курортів; багаторазова трансформація центрального органу виконавчої влади у сфері туризму; бездіяльність Координаційної ради з питань туристичної діяльності, створеної при Кабінеті Міністрів України; невиконання глави 16 «Туризм» Плану заходів з імплементації Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, на 2014–2017 роки, затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 вересня 2014 року № 847-р; нехтування міжнародним досвідом розвитку туризму; територіальні втрати та воєнні дії на території України; нестабільність у політичному та економічному житті[1]. Всі ці негативні чинники зумовлюють особливу актуальність розроблення науково обґрунтованих рекомендацій щодо розвитку українських регіонів.

В сучасній літературі, яка присвячена питанням туризму, останнім часом досі часто зустрічається таке поняття як дестинація, але аналіз наукових

праць зарубіжних та вітчизняних авторів свідчить про відсутність єдиної думки щодо трактування туристичної дестинації як наукової категорії.

Метою даного дослідження є спроба правового визначення поняття «туристична дестинація».

Аналіз останніх досліджень сутність дестинації згідно різних підходів, основи теорії туристичних дестинацій, сучасні наукові підходи до вивчення цього концепту, типології та життєвого циклу дестинацій, сутності та класифікації туристичних ресурсів дестинації, методам визначення та оцінки їх потенціалу і нормативно-правового забезпечення функціонування туристичних дестинацій в Україні розглянуто такими вченими: Н. В. Корж, Д. І. Басюк, Т. Ю. Лузанською А. Ф. Гукалюк та ін. Разом з тим питання правової природи і змісту категорії «туристична дестинація» потребують подальших досліджень.

Виклад основного матеріалу. Термін «дестинація» є одним з основоположних понять сучасної теорії туризму.

Вперше це слово було використано як поняття «місце призначення» і вважається, що дане поняття ввійшло в тезаурус туризму в середині XIX ст. В 1840 році, коли перші туристи, – однодумці організатора екскурсій за здоровий спосіб життя Томаса Кука, – прочитали в його програмі, що «destination» їх поїздки (тобто місце призначення) – місто Ламфборо, в якому планується з'їзд Асоціації тверезників південних графств центральної Англії.

Так з'явилася перша туристична дестинація світу – Ламфборо, де одноразово зібралося понад п'ятсот туристів. У той час дане слово сприймалося як туристами, так і організаторами туризму однаково і трактувалося як «напрямок маршруту». І якщо для більшості подорожуючих термін «дестинації» так і залишився в первинному значенні, то для професійного туризму протягом багатьох років відбувалося поступове ускладнення значення даного поняття.

У 1974 році, за часів перших спроб застосування системного підходу до туризму, термін туристична дестинація був введений і обґрунтований професором Мейсенського університету (м Окленд) Нейлом Лейпером [2]. Відповідно до першого відомому науці визначення даного терміну, туристична дестинація – географічна територія, що є привабливою для туристів. В 2004 він розширює поняття та визначає дестинацію як конкретну територію, яку турист обирає для відвідування і знаходиться там деякий час, територія, на якій відбуваються основні процеси взаємодії туриста з туристичною інфраструктурою [3, 87].

Вольфганг Альтгофен трактував дане поняття, як певне місце призначення або цільової регіон [4, 67], а П. Пірс визначив дестинацію, як місце, відвідування якого залишає у туристів всілякі враження, дарує досвід і емоції [5, 53 р].

В «Оксфордському словнику мандрів і туризму» дестинацію трактують як місце, куди в даний час направляються люди або предмети) [6].

Вперше робоче визначення поняття дестинації було дано в матеріалах Всесвітньої Туристичної Організації (Далі - UNWTO) в 2002 році - «Фізичне простір, де турист проводить мінімум одну ніч. Дестинації має фізичні та адміністративні кордони, які визначають систему менеджменту дестинації, імідж і сприйняття, які визначають її ринкову конкурентоспроможність». Надалі, термін «дестинації» став офіційним терміном UNWTO. На даний час UNWTO визначає туристичну дестинацію (destination (main destination of a trip)) як основне місце призначення туристичної поїздки, територію, відвідання якої є головним чинником для прийняття рішення про поїздки. Однак якщо таке місце неможливо ідентифікувати, головне місце призначення визначається як місце, де відвідувач провів більшу частину його / її часу під час поїздки. Знову ж таки, якщо відвідувач не може ідентифікувати таке місце, то основне місце призначення визначається як місце, яке знаходиться надалі від звичайного місця проживання відвідувача [7]. У визначенні UNWTO використовується ряд аргументів, які поглиблюють первинне поняття терміна: фізичний простір, відвідувач, ночівля, туристичний продукт, туристська послуга, атракція, туристські ресурси, доступність, образ, сприйняття, ринок, конкурентоспроможність [8]. Всесвітня ту-

ристична організація UNWTO вважає туристичну дестинацію визначальним елементом туристичної системи та розглядає її як провідний чинник у системі формування й доставки турпродукту [9].

Європейська Комісія визначила дестинацію як «територію, яка окремо ідентифікується і підтримується для туристів як місце відвідування й у межах якої туристичний продукт виробляється одним чи декількома закладами або організаціями» [10, с. 120].

Лейпе Н. визначає дестинацію як конкретну територію, яку турист обирає для відвідування і знаходиться там деякий час, територія, на якій відбуваються основні процеси взаємодії туриста з туристичною інфраструктурою [11, с. 87].

Купер С., Флетчер Д., Гилберт Д., Шеперд Р., Ванхилл С. вважають, що дестинація – сукупність послуг та засобів, сформованих з метою задоволення потреб туристів [12].

Д. І. Басюк пропонує розглядати туристичну дестинацію як місцевість, на якій зосереджено природні, природноантропогенні й культурно-історичні рекреаційно-туристичні ресурси і яка має необхідну транспортну інфраструктуру та достатній рівень розвитку туристичної індустрії, що забезпечує формування конкурентоспроможного туристичного продукту [13, с. 54].

На думку Т. Ткаченко, дестинація — це об'єкт (місто, регіон, район, місцевість, місце, заклад), який має туристично-рекреаційні ресурси (унікальні або специфічні), що є привабливими для подорожуючих, доступними завдяки наявності необхідної інфраструктури (зручності, послуги), доведення до споживача у формі сформованого та підготовленого до продажу туристичного продукту сучасними засобами маркетингових комунікацій (наявність логотипа, торгової марки тощо) в системі важелів інтегрованого управління суб'єктами господарювання [14, с. 30].

У латвійському законодавстві термін дестинації не вживається. Є латиський варіант цього поняття *galamērķis*, визначення і пояснення якого можна зустріти в академічному термінологічному словнику *Akadēmiskā terminu datubāze AkadTerm: EN tourism destination (LV tūrisma vieta, tūrisma galamērķis; RU туристское место / туристский центр; DE die Reisedestination)* – туристичний напрямок. Країна, регіон, місто чи інше місце, яке приваблює туристів. Значними туристичними напрямками є курорти, міські і сільські райони. У місці туристичного напрямку зосереджена велика кількість туристів, туристичні пам'ятки, туристичних об'єктів, проводяться різні туристичні заходи. Створення будь-якого місця в якості туристичної зони залежить від його привабливості, яка включає в себе такі елементи, як туристична привабливість, туристична інфраструк-

тура, доступність, образ місця. Планування і дослідження туризму розрізняють різні рейтинги і види туризму: центр, діапазон, район, зона, регіон [15].

В Законі України «Про туризм» поняття дестинація відсутнє, але воно є в Модельному законі про туристську діяльність – дестинація (туристична) – місце призначення туристичної подорожі (туристичної поїздки, туру, екскурсії), місце відвідування (територія, місцевість, місто, населений пункт, туристичний центр) особами, які не проживають постійно в даній місцевості і не належать до категорії місцевого населення [16]. Аналогічне поняття було надано в Законі України про внесення змін до Закону України «Про туризм» що до удосконалення державної політики у сфері туризму» від 24.02.2014, реєстраційний № 4224, який був знятий з розгляду Верховної Ради України у зв'язку із закінченням роботи Верховної Ради України VII скликання [17].

На нашу думку, з цим визначенням не можна погодитися. Як вказує М. В. Семенова місцевих мешканців, незалежно від меж їх звичайного середовища, при одержанні туристичних та екскурсійних послуг також можна за додаткових умов відносити до туристів або екскурсантів [18, с. 84], отже виключення з переліку осіб, які можуть відвідувати окрему туристичну дестинацію, осіб, які належать до категорії місцевого населення є помилковим. Крім того, особи, які можуть відвідувати окрему туристичну дестинацію можуть бути туристами, або екскурсантами в залежності від терміну перебування в відвідуваному місці, можуть бути туристами або екскурсантами. В свою чергу ці дві категорії фізичних осіб охоплюються поняттям «відвідувач» [19, с. 42–43].

Розглядаючи основні риси туристичної дестинації заслуговує на увагу модель туристичної дестинації, запропонована вченими з Датської академії туризму О. Йоргенсенсом, К. Купером, Д. Флетчером, які запропонували модель «чотири А», яка згодом трансформувалася у модель «шість А», у якій дестинація розглядається як взаємозв'язок наступних компонентів:

- attractions (атракції) – туристичні ресурси природного або штучного походження, що приваблюють туристів;

- accessibility (доступність) – розвиток транспортних та комунікаційних зв'язків;

- amenities (зручності) – наявність підприємств інфраструктури туризму, що пропонують якісні послуги і товари;

- ancillary services (посередники та допоміжні служби) – наявність посередницьких підприємств, що забезпечують виробництво й реалізацію туристичного продукту (рекламні агентства, банки, лікарні т.д.);

- activities (організація діяльності туристів) – наявність підприємств, що забезпечують реалізацію мети подорожі туриста (рекреація, виставки, конференції і т.д.);

- available packages (пропозиція готового туристичного продукту) – наявність підприємств, що пропонують сформований туристичний продукт відповідно до попиту (туристичні оператори, агенти, бюро подорожей та екскурсій, аматори і т.д.). Саме наявність всіх цих елементів забезпечує пропозицію комплексного туристичного продукту та максимальну реалізацію мети подорожі кожного туриста [20].

Висновки. Аналіз наукових джерел та нормативних актів дозволяє зробити висновки, що дестинація – не будь-яка територія, а територія, вибір якої залежить насамперед, від особистої мотивації відвідувача, існує ряд критеріїв, яким повинна відповідати ця територія: наявність транспортної доступності; наявність комплексу туристичних послуг належної якості для обслуговування відвідувачів; високий рівень розвитку туристичної інфраструктури та ін.

Виходячи з вищесказаного, «туристична дестинація» – це місце відвідування, територія якого має певні кордони, приваблива для тимчасового перебування відвідувачів завдяки наявності туристичних ресурсів природного або штучного походження, є метою подорожі, має розвинути транспортні та комунікаційні зв'язки та містить: підприємства інфраструктури туризму, що пропонують якісні послуги і товари; посередницькі підприємства, що забезпечують виробництво й реалізацію туристичного продукту; підприємства, що забезпечують реалізацію мети подорожі туриста та підприємства, що пропонують сформований туристичний продукт відповідно до існуючого попиту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Про Рекомендації парламентських слухань на тему: Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України: Постанова Верховної Ради України від 13.07.2016 р. № 1460–VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1460-19>.
2. Leiper, N. The framework of tourism: Towards a definition of Tourism, Tourist, and the Tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 1979. № 6 (4). P. 390–407. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/004728758001900184>.
3. Leiper N. *Tourism Management*. 3d ed., Sidney: Pearson Education Australia, 2004. 326 p.

4. Althof W. Incoming - Tourismus. Muenchen; Wein; Oldenburg. 1996.
5. Pearce P. Tourism development. London: Longman, 1981. 53 p.
6. A Dictionary of Travel and Tourism. URL: <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780191733987.001.0001/acref-9780191733987-e-5902?rskey=T7iyul&result=1>
7. International Recommendations for Tourism Statistics. 2008. URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=24.
8. A Practical Guide to Tourism Destination Management. 2007. URL: <http://www2.unwto.org/publication/practical-guide-tourism-destination-management>.
9. UNWTO Tourism Highlights (2014 ed.). URL: <http://mkt.unwto.org>.
10. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму : підручник. Київ : Знання, 2010. 502 с.
11. Leiper N. Tourism Management. 3d ed. / ed. N. Leiper. Sidney: Pearson Education Australia, 2004. 326 p.
12. C. Cooper, J. Fletcher, D. Gilbert, R. Shepherd, S. Wanhill. Tourism: Principles and practices. Harlow: Pearson, 2005. 736 p.
13. Басюк Д. І. Науково-теоретичні основи формування туристичних дестинацій: Наукові праці НУХТ 2014, Том 20, №5. С. 50–58.
14. Ткаченко Т.І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Київ: КНТЕУ, 2009. 463 с.
15. Akadēmiskā terminu datubāze AkadTerm. URL: <http://termini.lza.lv/term.php?term=t%C5%ABrisma%20vieta,%20t%C5%ABrisma%20galam%C4%93r%C4%B7is&list=galam%C4%93r%C4%B7is&lang=LV>.
16. Модельний закон про туристську діяльність від 16.11.2006. Ідентифікатор 997_g17. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/997_g17.
17. Про туризм : проект Закону України від 24.02.2014 р. № 4224. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=49894.
18. Семенова М. В. Господарсько-правове регулювання туристичної діяльності : монографія. Харків : Оберіг, 2019. 196 с.
19. Семенова М., Гунаре М. Определение понятия «посетитель» в украинском и европейском праве. *The Baltic journal of law*. 2019. № 1. С. 38–46.
20. Ткаченко, Т. І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Київ : КНТЕУ, 2006. 537 с.

REFERENCES

1. Pro Rekomendatsii parlamentskykh slukhan na temu: Rozvytok turystychnoi industrii yak instrument ekonomichnoho rozvytku ta investytsiinoi pryvablyvosti Ukrainy: Postanova Verkhovnoi Rady Ukrainy vid 13.07.2016 r. №1460–VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1460-19> [in Ukrainian].
2. Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of Tourism, Tourist, and the Tourist industry. *Annals of Tourism Research*. № 6 (4), 390–407. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/004728758001900184> [in English].
3. Leiper, N. (2004). Tourism Management. 3d ed., Sidney: Pearson Education Australia [in English].
4. Althof, W. (1996). Incoming - Tourismus. Muenchen; Wein; Oldenburg [in English].
5. Pearce, P. (1981). Tourism development. London: Longman [in English].
6. A Dictionary of Travel and Tourism. URL: <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780191733987.001.0001/acref-9780191733987-e-5902?rskey=T7iyul&result=1> [in English].
7. International Recommendations for Tourism Statistics. (2008). URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=24 [in English].
8. A Practical Guide to Tourism Destination Management. (2007). URL: <http://www2.unwto.org/publication/practical-guide-tourism-destination-management> [in English].
9. UNWTO Tourism Highlights (2014 ed.). URL: <http://mkt.unwto.org> [in English].
10. Kiptenko, V. K. (2010). Menedzhment turyzmu. Kyiv: Znannia [in Ukrainian].
11. Leiper, N. (2004). Tourism Management. (3rd edn.). N. Leiper (Ed.). Sidney: Pearson Education Australia [in English].
12. Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Shepherd, R., Wanhill, S. (2005). Tourism: Principles and practices. Harlow: Pearson [in English].
13. Basiuk, D. I. (2014). Naukovo-teoretychni osnovy formuvannia turystychnykh destynatsii: Naukovi pratsi NUKhT. Vol. 20, 5, 50–58 [in Ukrainian].

14. Tkachenko, T.I. (2009). Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu. Kyiv: KNTEU [in Ukrainian].
15. Akadēmiskā terminu datubāze AkadTerm. URL: <http://termini.lza.lv/term.php?term=t%C5%ABrisma%20vieta,%20t%C5%ABrisma%20galam%C4%93r%C4%B7is&list=galam%C4%93r%C4%B7is&lang=LV> [in Latvian].
16. Modelnyi zakon pro turystsku diialnist vid 16.11.2006. № 997_g17. (2006). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/997_g17 [in Ukrainian].
17. Pro turyzm: proekt Zakonu Ukrainy vid 24.02.2014. № 4224. (2014). URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=49894 [in Ukrainian].
18. Semenova, M. V. (2019). Hospodarsko-pravove rehuliuвання turystychnoi diialnosti. Kharkiv: Oberih [in Ukrainian].
19. Semenova, M., Hunare, M. (2010). Opredelenye poniatiya «posetytel» v ukraynskom y evropeiskom prave. *The Baltic journal of law. 1* [in Russian].
20. Tkachenko, T. I. (2006). Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu. Kyiv: KNTEU [in Ukrainian].

СЕМЕНОВА М.

кандидат юридических наук, научный сотрудник, НИИ правового обеспечения инновационного развития НАПрН Украины, адвокат, г. Харьков, Украина

ГУНАРЕ М.

Dr.sc.pol., асоц.проф., директор направления «Гостиничный и ресторанный сервис, организация туризма и отдыха»,
Балтийская Международная Академия, г. Рига, Латвия

ПРАВОВОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ С УЧЕТОМ МЕЖДУНАРОДНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА И НАЦИОНАЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА НЕКОТОРЫХ СТРАН ЕС

Статья посвящена анализу понятия туристическая дестинация в международных и национальных нормативных актах Украины и Латвии, научных источниках и определению основных критериев туристической дестинации.

Ключевые слова: турист, посетитель, дестинация, туризм, туристические услуги, инфраструктура, туристический продукт, аттракции.

SEMENOVA M.

PhD in Law, research officer of the Department of general issues of formation and implementation of innovation policy Research Institute of Legal Support of Innovative Development of National Academy of Legal Sciences of Ukraine, advocate, Kharkiv, Ukraine

GUNARE M.

Dr.sc.pol., assoc.prof, Director of Study Direction “Hotel and Catering Services, Tourism and Leisure Organization” Baltic International Academy, Riga, Latvia

LEGAL DEFINITION OF THE TOURIST DESTINATION REGARDING INTERNATIONAL LEGISLATION AND NATIONAL LEGISLATION OF EU COUNTRIES

Problem setting. Article is devoted: to the analysis of understanding tourist destination in the international and national regulations of Ukraine and Latvia, science guidelines and the most important criteria for tourist destinations.

In modern literature on tourism, the concept of destination has been quite common lately, however, an analysis of the scientific works of foreign and domestic authors indicates a lack of consensus on the interpretation of tourist destinations as a scientific category.

Target of research. The purpose of this study an attempt to define the concept of «tourist destination».

Analysis of resent researches and publications. The following scientists were engaged in research of the specified question: N. V. Korzh, D. I. Basiuk, T. J. Luzhanska, A. F. Hukaliuk and others.

Article's main body. The concept of “destination” is one of the fundamental concepts of the modern theory of tourism. The term “destination” is an official term of the UNWTO.

The UNWTO definition uses a number of arguments that aggravate the primary concept of the term: physical space, visitor, overnight, tourist product, tourist service, attraction, tourist resources, accessibility, image, perception, market, competitiveness. Most often, modern tourism specialists rely on this definition.

Conclusions. The analysis of scientific sources and regulations allows us to say that tourist destination is not any territory, the choice of which depends primarily on the personal motivation of the visitor. There are a number of criteria that this territory must meet: availability of transport accessibility; the availability of a range of tourism services of adequate quality to serve visitors; high level of development of tourist infrastructure, etc.

Keywords: tourist, visitor, destination, tourism, travel services, infrastructure, tourism product, attractions.