**Содержание**

Введение

1. Особенности договорных отношений туроператора и турагента

2. Заключение договоров с поставщиками услуг

Заключение

Список литературы

**Введение**

Туристский бизнес не только обеспечивает значительные поступления в бюджет, но и является крупнейшим работодателем, воздействуя на занятость в стране. В ряде стран более половины трудоспособного населения вовлечено в деятельность, которая прямо или косвенно связана с обслуживанием туристов.

Туристская деятельность ведет также к перетоку трудовых ресурсов из одних сфер экономики в другие. Развитие индустрии туризма способствует урбанизации конкретной территории: создаются сети коммуникаций, происходит концентрация гостиничных комплексов, и т. п. Туризм оказывает существенное влияние на политику правительства по стабилизации платежного баланса, воздействуя не только на потоки товаров и услуг, но и на движение капиталов.

Нередко туризм оказывался в разных странах тем рычагом, использование которого позволяло оздоровить всю национальную экономику страны. Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, т.е. выступает своеобразным катализатором социально - экономического развития. Туризм стал одним из самых прибыльных видов бизнеса в мире.

Цель работы: рассмотреть документальное оформление отношений турфирмы со своими партнерами.

# **Особенности договорных отношений туроператора и турагента**

Законодательство требует оформлять сделки между юридическими лицами только в письменной форме - путём заключения между ними договоров. Не являются исключением и сделки между туроператором и турагентом.

К сожалению, многие руководители как туроператоров, так и турагентов не уделяют должное внимание юридически правильному оформлению этих отношений. Одни считают, что все вопросы можно решить по мере их возникновения путём переговоров, другим просто не хочется внимательно читать нудный текст договора. Некоторые турагенты полагают бесполезным анализировать договор с туроператором, поскольку, как им кажется, всё равно не смогут повлиять на его содержание. Это опасные заблуждения. Во-первых, как правило, дружеские отношения заканчиваются как раз там, где начинаются товарно-денежные. Во-вторых, лень - это порок, несовместимый с бизнесом. В-третьих, далеко не все туроператоры остаются глухи к просьбам своих агентов об изменении договора, тем более, если они обоснованы юридически и исходят не от одной, а от нескольких фирм. В четвёртых, в зависимости от договора с туроператором турагент должен строить свои отношения с туристами.

Чем же рискует турагент и туроператор, подмахивая договор «не глядя»? И на что необходимо обратить внимание при его заключении?

При ближайшем рассмотрении оказывается, что договор совсем не так сложен, каким представляется на первый взгляд. Часть отношений между туроператором и турагентом определена законодательством и совершенно не зависит от того, что по этому поводу написано в самом договоре, ибо закон имеет приоритет. Такую информацию договора можно смело пропустить, пробежав по ней взглядом лишь «по диагонали». А на чём же заострить внимание? Попробую перечислить основные такие моменты.

Перед тем, как читать договор, его необходимо где-то найти. Обычно туроператоры размещают договоры на своих сайтах в свободном доступе. Реже встречается ситуация, когда турагенту необходимо зарегистрироваться на сайте туроператора, чтобы получить доступ к договору. И совсем редко бывает, что туроператор высылает договор по запросу агента.

Кроме того, многие туроператоры защищают свой договор, размещённый на сайте, от внесения в его текст изменений. При этом обычно доступными для редактирования оставляют те поля договора, которые должен заполнить турагент. Это позволяет туроператору надеяться, что турагент не станет вносить в типовой договор какие-либо несанкционированные изменения. Ведь для этого турагенту понадобится своими руками набрать на компьютере как минимум один лист текста договора. Расчет на лень, как правило, оправдывается.

Итак, какие же виды сделок обычно предлагают туроператоры своим дилерам? Попробуем разобрать их:

- **агентский договор.** Это стандартный вариант, предусмотренный Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». В рамках этого вида сделки турагент обязуется за вознаграждение совершать по поручению туроператора юридические и иные действия (продвижение и реализацию туристского продукта) от своего имени, но за счет туроператора либо от имени и за счет туроператра. На этом виде отношений мы остановимся более подробно ниже.

- **договор возмездного оказания услуг.** Некоторые до сих пор ошибочно называют его договором купли-продажи. В этой связи нужно иметь ввиду, что купле-продаже (за некоторыми исключениями) может быть подвергнут либо товар, либо имущественное право. В то время как туристский продукт чётко определён законодательством, как комплекс услуг. Но поскольку термин «купля-продажа» прочно закрепился в туризме со времён первой редакции Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», можно считать его жаргонным, не забывая при этом, что суд работает на языке закона, а не жаргона. По договору возмездного оказания услуг исполнитель обязуется по заданию заказчика оказать услуги, а заказчик обязуется оплатить эти услуги8. Подобные договоры часто предлагают своим дилерам туроператоры, обладающие значительной долей рынка и, как следствие, имеющие возможность навязать дилерам любые, даже самые невыгодные, условия сотрудничества. Обратите внимание, что по этому договору туроператор является исполнителем, а его дилер - заказчиком, а не турагентом. Т.е. дилер перестаёт быть профессиональным участником туристического рынка. Для туроператора это означает, что в его договоре с дилером все нюансы туруслуг должны быть освещены максимально подробно. Дилер, как непрофессиональный участник рынка, не обязан знать, например, эпидемиологическую обстановку в том или ином регионе, правила безопасности и другие особенности путешествия; их должен сообщить ему профессионал. Причем - сообщить так, чтобы потом это можно было подтвердить документально. Фактически должно получиться ни что иное, как договор о реализации туристского продукта. Точно такой же, как заключается с обычным туристом. При этом достаточно нелепо выглядят попытки отдельных туроператоров указать в договоре, кому и как должен дилер впоследствии реализовать турпродукт. Впрочем, надо отдать должное туроператорам, предлагающим своим дилерам договоры услуг: многие из них вместе с этим договором сразу предлагает дилеру образец его, дилера, договора с туристом. Хочется верить, что этот образец проработан юристами туроператора так же хорошо, как и свой собственный. Но во что нельзя поверить точно, так это в то, что он учитывает всё многообразие особенностей работы всех турфирм-дилеров, которые, к тому же, являются дилерами не у одного туроператора, а у многих.

У турфирмы-дилера при работе по договору оказания услуг возникают гораздо более серьёзные проблемы, чем у туроператора. Она уже не сможет заключить с туристом договор о реализации турпродукта, поскольку этот вид договоров имеют право заключать только туроператоры и турагенты. Формулировка Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» такова, что формально дилер вообще не может реализовать приобретённый им у туроператора комплекс услуг как турпродукт. Следовательно, ему придётся осуществлять реализацию туристу некого комплекса туруслуг (не турпродукта). Это значит, что дилер, а не туроператор, будет непосредственно отвечать перед туристом за надлежащее оказание этих услуг. Правда потом он сможет предъявить свои претензии туроператору, но сколько сил придётся на это потратить. Это также значит, что турист, например, может потребовать указать в договоре с ним отдельно стоимость каждой туруслуги (ведь это уже не турпродукт, целостность стоимости которого защищена законом).

Помимо сказанного, следует учитывать, что многие турфирмы-дилеры применяют упрощённую систему налогообложения. Чтобы не потерять право на её применение, их доходы не должны превышать установленного законодательством лимита. В случае работы таких дилеров по турагентским договорам, их доходом в целях налогообложения считается только агентское вознаграждение и дополнительная выгода (если она есть).

**2. Заключение договоров с поставщиками услуг**

Контрактно-договорные взаимоотношения в туризме регулируются нормами международного и национального гражданского права.

На международном уровне такие отношения регулируются следующими основными документами:

Международной конвенцией по контракту на путешествие, принятая 22.10.1970 г. Генеральной ассамблеей Всемирной ассоциации туристских агентств (ФУААВ);

Положение по туристским контрактам и обменам, принятым на Венской встрече государств - участников Совета Безопасности Совета Европы (СБСЕ) в 1992 г.;

Соглашением под унификации правил международных воздушных перевозок (Варшавская конвенция), принятым 12.10.1929 г., с изменениями и дополнениями, внесенными в 1955 и 1975 гг.;

# Женевской конвенцией по международной автомобильной перевозке пассажиров и багажа, принятой в Брюсселе в 1969 г.; Постановлением межпарламентской ассамблеи государств участников СНГ "Об основных принципах сотрудничества государств, участников СНГ в области туризма" от 29.10.96 г. и др.

# На национальном уровне договорные отношения в области туризма регулируются следующими нормативно-правовыми актами:

# - Гражданским кодексом РФ (ч.1 и 2 от 21.10.94 и от 22.12.95 г. соответственно);

# - Федеральным законом от 24.11.96 г. "Об основах туристской деятельности в РФ";

# - Трудовым кодексом РФ.

# В практике торговли туристскими услугами инициативный туроператор не всегда выходит напрямую на поставщиков услуг. Он заключает договор с принимающим туроператором, который обеспечивает ему весь комплекс услуг на приеме.

# Рассмотрим особенности заключения договоров рецептивного туроператора с поставщиками услуг и договор между рецептивным и инициативным туроператорами.

# Договоры с поставщиками услуг составляются на основе типового договора с включением вопросов, касающихся обслуживания туристов и взаимоотношений партнеров (поставщика услуг и туроператора).

# Все взаимоотношения с партнерами-поставщиками услуг по обслуживанию туристов на маршруте тура оформляются заключением письменных договоров (контрактов). Они могут иметь типовую форму договора купли-продажи или договора комиссии, либо договора-обмена (при безвалютном обмене туристскими группами).

# Основные положения договоров с поставщиками услуг аналогичны положениям типового договора:

# - предмет договора;

# - основные условия;

# - права и обязанности поставщика услуг;

# - права и обязанности туроператора;

# - ответственность сторон;

# - форс-мажорные обстоятельства;

# - юридические адреса и реквизиты партнеров.

# Договор считается заключенным, когда между сторонами в надлежащей форме достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора.

# Договор о квоте мест с гарантией заполнения 30-80 % По такому договору туристская фирма получает от гостиницы определенное количество мест, которые она обязана в течение периода, оговоренного в контракте, заполнить туристами. При этом она гарантирует оплату 30-80 % выделенной квоты мест, даже если они не будут использованы. Остальную часть квоты фирма имеет право аннулировать в установленные сроки. По этому договору фирма получает цены на гостиничные места более низкие, чем обычные тарифы.

# Договор о квоте мест без гарантии заполнения. По этому договору фирма не берет на себя никакой гарантии заполнения выделенной ей квоты мест. Поэтому в силу вступает обычное правило аннуляции мест, не использованных в установленные сроки. Фирма рассчитывается с гостиницей по обычным тарифам.

# Договор о твердой закупке мест с полной оплатой. По такому договору фирма гарантирует гостинице полную оплату выделенной квоты мест, независимо от их заполнения. При таких условиях фирма выторговывает более низкие цены на размещение в гостинице, чем обычно.

# Договор о текущем бронировании. Это наиболее типичный договор для туристских фирм, особенно тех, которые занимаются организацией индивидуального туризма. По такому договору фирма не получает от гостиницы никакой квоты мест. При обращении клиента она направляет гостинице заявку на бронирование и только по получении от нее подтверждения производит продажу гостиничных услуг. При таком договоре действуют обычные тарифы на гостиничные места.

# Кроме того, важно обратить внимание на гарантии, которые нам дает партнер - поставщик услуги (гарантирует ли гостиница обещанное размещение).

# Условие о невозможности обратного повышения цен (цены можно повышать только на не проданные услуги).

# Договор с предприятием питания. Такой договор заключается с отдельным предприятием питания, если питание организуется вне средства размещения туристов и не входит в контракт с гостиничным предприятием. Это может иметь место на маршрутных тематических турах (питание в пути) и др.

# **Договор с автотранспортным предприятием.** Договорные взаимоотношения с автотранспортными предприятиями (АТП) строятся на основании договора аренды транспортного средства с экипажем (водителями), регламентируемого Гражданским кодексом РФ (гл. 40 "Перевозка"); положением об обеспечении безопасности перевозок пассажиров автобусами, утвержденным приказом Министерства транспорта РФ от 08.01.97 г. № 2; уставом автомобильного транспорта.

# По договору аренды транспортного средства с экипажем арендодатель (АТП) предоставляет арендатору (турфирме) транспортное средство во временное владение и пользование за плату и оказывает своими силами услуги по управлению им и по его технической эксплуатации.

# Водители автобуса (их квалификация) должны отвечать обязательным для сторон правилам и условиям договора или требованиям обычной практики, т.к. они являются работниками арендодателя и подчиняются распоряжениям автотранспортной компании, касающимся управления и технической эксплуатации, а также распоряжениям турфирм, касающимся коммерческой эксплуатации автобуса. Как правило, расходы по оплате услуг водителя, а также расходы на их содержание несет АТП.

# Если иное не предусмотрено договором аренды автобуса с экипажем, обязанность страховать транспортное средство и ответственность за ущерб им или третьим лицам в связи с эксплуатацией автобуса возлагается на арендодателя (АТП) в тех случаях, когда такое страхование является обязательным в силу закона или договора. Например, при организации зарубежных поездок необходимо оформление специальной страховки (зеленой карты) и страхования ответственности за ущерб причиненный третьим лицам.

# В договоре с АТП следует обязательно оговорить наличие такой страховки на автобус.

# В международном и отечественном туризме принимаются меры по обеспечению безопасности туристов на автобусных турах и по обеспечению стандартов обслуживания. Так, во многих странах введено лицензирование автобусных перевозок туристов и экскурсантов.

# Так, решением европейской транспортной комиссии введено требование по обязательному оснащению всех туристских автобусов с количеством мест 9 и более, включая место водителя, специальным контрольным прибором - тахографом. Это аналог черного ящика на самолетах - прибор контролирующий работу автобуса и водителя на маршруте и записывающий всю информацию.

# **Договор с авиакомпаниями.** Все правила авиа поездок в нашей стране регулируются воздушным кодексом РФ от 19.03.1977 г., а также рядом международных соглашений, одним из которых можно назвать Варшавскую конвенцию 1929 г. (Гамбургские правила).

# Договорные взаимоотношения с авиа перевозчиками строятся на основе Гражданского кодекса РФ (гл. 40 "Перевозка").

# Договоры с авиа компаниями могут быть трех видов: - договор на квоту мест на регулярных авиа рейсах;

# - агентское соглашение;

# - чартер (аренда самолета). Договор на квоту мест на регулярных авиа рейсах. Квота мест может быть жесткой или мягкой. Это влияет как на условия договора, так и на специальные льготы и скидки.

# При жесткой квоте мест вся ответственность за не реализацию мест падает на туристскую фирму, независимо от причины не реализации. Финансовые потери несет турфирма.

# При мягкой квоте мест устанавливаются сроки возможного отказа туристской фирмы от квоты или части квоты мест по причине не реализации туристских путевок. Эти сроки предусматривают возможность дальнейшей реализации этих мест самой авиакомпанией или другими ее агентами.

**Заключение**

# После того, как установлены места назначения, количество человек в группах и даты их заездов, в процессе переговоров с гостиницами, авиакомпаниями и другими поставщиками услуг наступает стадия подписания договоров и контрактов.

# Контракт (договор) необходим для урегулирования обязанностей и ответственности сторон, в частности в ситуациях, когда остаются непроданными места в гостиницах, посадочные места в самолете, или в случаях, когда отменяются чартерные рейсы, чтобы предусмотреть систему санкций, штрафов для каждого конкретного случая.

# Правильно организованная договорная работа туроператора помогает ему не попадать в зависимость от деятельности различных поставщиков услуг. Крупные туроператоры подписывают обычно долгосрочные контракты с отелями на определенное количество номеров или на обеспечение полной загрузки отеля, что дает им низкие цены, но представляет определенный риск для владельца отеля (он может потерять деньги в период высокой инфляции). Есть риск и для туроператора (он потеряет деньги в случае, если не все туры будут проданы).

Иногда турфирмам выгоднее заключать не посреднические договоры, а договоры страхования в пользу третьих лиц. На основании этого договора страховщиком является страховая компания, а страхователем - турфирма. Турфирма передает страховой компании списки туристов, которые должны быть застрахованы, и получает от нее страховые полисы.

В данном случае расчеты осуществляются так: турфирма перечисляет страховой компании страховую премию за счет своих денежных средств, а туристам продаются туристские путевки, в калькуляцию которых уже заложена страховая поддержка.

**Список литературы**

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» от 14 ноября 2009 г.//Собрание законодательства РФ. 2009, № 49. Ст. 5491.

2. Федеральная целевая программа «Развитие туризма в Российской Федерации»/Утверждена Постановлением Правительства РФ от 28 февраля 2001 г.//Собрание законодательства РФ. 2006, № 11.

5. Долговременная программа охраны природы и рационального использования природных ресурсов г.Новосибирска до 2005 года (Экологическая программа). Новосибирск, 2008. -31с.

6. Целевая программа «Развитие туризма в РФ до 2005 года»/ 13.09.99 № 500 // Информационный бюллетень ПО РАТА. 2009. № 12. -С.17-30.

7. Методические рекомендации по разработке и реализации региональных целевых программ развития туризма (разработаны Центром прикладных социально-экономических исследований, утверждены Государственным комитетом Российской Федерации по физической культуре и туризму).

8. Александрова А.Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма: Уч. пособие.М., 2002. - 220 с.

9. Волошин Н.И. Правовое регулирование туристской деятельности М., 2002. - 198 с.

10. Косолапов А.Б. Рекреационные ресурсы Сибири: ДВГАЭУ, 2007. - 154 с.

11. Берестовой А.А. Туризм: факты, статистика, тенденции// Меридиан. 2009. № 7-8. - С. 4-6.

12. Какорина Г.А. Прибрежные ландшафты залива Петра Великого // Вопросы географии и геоморфологии советского Дальнего Востока. Владивосток: Изд-во ДВГУ, 2007. - С.52-60.