## ДОГОВІРНІ ВІДНОСИНИ В ТУРИЗМІ

### Загальна характеристика договорів

Діяльність туристських підприємств пов’язана з укладанням великої кіль- кості договорів з різними суб’єктами господарювання (рис. 16.1). Оскільки ту- ристські підприємства не мають принципових відмінностей від інших суб’єктів господарювання стосовно договірної роботи, то до договорів, що укладаються туристськими підприємствами, застосовуються всі правові норми діючого за- конодавства у сфері договірних відносин.

**Договір** – погодження двох і більше осіб, яке спрямоване на виникнення, зміну або припинення громадських прав і обов’язків.

Договір – юридичний факт.

Відмінність договору від інших юридичних фактів полягає в тому, що:

1. договір – результат узгоджених дій осіб, які беруть участь в його укладанні;
2. встановлює відповідно до вимог законодавства зміст громадянського правовідношення, що виникло на його основі;
3. визначає відповідальність сторін на випадок невиконання або ненале- жного виконання обов’язків.

Договір

Туристи

Турагент

Туроператор

Постачаль- ники послуг

Договір

Договір

Договори

Туроператор

Договір

Рис. 16.1 - Договірні відносини в туризмі

У країнах ринкової економіки договір приймає форму контракту.

Контракт – договір або погодження, яке встановлює права й обов’язки сторін, що обмежені термінами.

Правовими джерелами національного права, які регламентують договірні відносини, є:

* Господарський кодекс;
* Громадський кодекс;
* Закон про захист прав споживачів;
* Трудовий кодекс;
* інші нормативні документи загального й галузевого характеру.

У сфері туризму договірні відносини регулюють норми міжнародного права, які закріплені в наступних документах:

* Міжнародна конвенція з контракту на подорожі – (прийнята 22.10.1970 р. Генеральною асамблеєю Всесвітньої федерації асоціацій турист- ських агенцій);
* Положення по туристським контрактам та обмінам, (прийняте на Ві- денській зустрічі держав-учасників Ради Безпеки Ради Європи у 1992 р.).;
* Узгодження з уніфікації основних правил міжнародних повітряних перевезень (Варшавська конвенція прийнята 12.10.1929 р. зі змінами та допов- ненням 1955 та 1975 рр.).;
* Женевська конвенція з міжнародного автомобільного перевезення па- сажирів та багажу (прийнята в Брюсселі у 1967 р.).;
* Кодекс відносин між готелями та турагенціями (прийнятий Всесвіт- ньою федерацією асоціацій турагенцій та Міжнародною готельною асоціацією у 1987 р.).;
* Афінська конвенція про перевезення морем пасажирів та їх багажу;
* Узгодження та стандартний контракт між готелем та перевізником (прийняті Міжнародною готельною асоціацією та Міжнародним союзом учас- ників дорожнього транспорту у 1994 р.);
* Міжнародні готельні правила (затверджені Міжнародною готельною асоціацією у 1981р.);
* Директива Ради Європи у галузі організації туристської діяльності;
* Міжурядове узгодження “Про співробітництво в галузі туризму” (прийняте урядами держав-учасників СНД 23.12.1993 р.);
* Рекомендаційний законодавчий акт “Про основні принципи співробі- тництва держав-учасників СНД у галузі туризму” (прийнятий Міжпарламент- ською асамблеєю держав-учасників СНД 29.10.1994 р.);
* та інші документи.

Суб’єкти договору – суб’єкти господарювання даної країни або інших

країн:

* юридичні й фізичні особи, які зареєстровані як суб’єкт господарюван-

ня даної країни або іноземні суб’єкти господарювання; – фізичні особи-споживачі.

Класифікація договорів наведена на рис. 16.2.

Змістом договору є його умови, класифікація яких наведена на рис. 16.3.

|  |  |
| --- | --- |
| Договори |  |
|  | За часом, з якого договір вважається підписаним |
|  |
|  |
|  | За ступенем завер- шеності |
|  |
|  |
|  | За наданням плати або іншого надання |
|  |
|  |

Рис. 16.2 - Класифікація договорів

Попередні

Кінцеві

Платні

Безплатні

Умови договору

Істотні

* + про предмет договору;
	+ визначені законом;
	+ визначені сторонами;
	+ ті, що випливають з сутності договору

Звичайні Випадкові

Можуть бути включені до договору або ні

Реальні (з часу здійснення сторо- нами конкретних дій). Приклад: договір-перевезення

Концесуальні (з часу досягнення узгодження). Приклад: купівля- продаж

Рис. 16.3 - Класифікація умов договору

У разі включення до договору умов, які суперечать діючому законодавст- ву, він визнається повністю або частково недійсним.

Договір вступає в силу з моменту підписання.

Досягнення узгодження передбачає проведення переговорів. Основа для переговорів – пропозиція однієї із сторін, яка має назву **оферта.** Сторона, яка робить пропозицію, – **оферент**. Сторона, яка приймає пропозицію – **акцептант**.

Способи підписання договорів наведені на рис. 16.4.

Виконання обов’язків за договором забезпечується рядом правових норм, які визначені законодавством або договором (неустойка, штраф, пеня тощо).

Невиконання договору з вини однієї із сторін може бути основою для ви- моги компенсації спричинених збитків, класифікація яких наведена на рис.16.5.

Складання одного доку- менту, що підписаний сторонами

Способи підписання договору

Обмін документами шляхом по- штового, телеграфного, телетайп- ного, електронного або іншого зв’язку, який дозволяє встановити, що документ повністю виходить від сторони за договором

Рис. 16.4 - Способи підписання договору

Реальний збиток – це ви- трати, які понесла особа, чиї права порушені

Збитки

Упущена вигода – неотри- манні доходи

Рис 16.5 - Види збитків

Договір може бути змінений або розірваний у таких випадках:

* за узгодженням сторін;
* при істотному порушенні умов договору однією із сторін;
* у зв’язку з істотними порушеннями обов’язків однією із сторін. Договірна робота є дуже важливою для будь якого підприємства.

Від розробки договорів і їх своєчасності укладання залежить ефектив- ність роботи підприємства в цілому. Усі суперечки відносно предмету й умов договору, що можуть виникнути між сторонами, які уклали договір вирішують- ся згідно з нормами діючого законодавства і змісту договору. Тому укладання договору необхідно виконувати особливо ретельно.

### Вимоги до укладання договорів

При намірі укласти договір слід чітко знати, якої мети необхідно досягти при його реалізації, уточнити найважливіші моменти, пов'язані з його оформ- ленням, підписанням і виконанням. Важливо передбачити головні питання майбутнього договору, а потім, переходячи від загального до приватного, скла- сти приблизну поетапну схему роботи й продумати, що треба зробити на кож- ному етапі.

Проект майбутнього договору бажано розробити самостійно, а не одер- жувати його від контрагента. Якщо ж договір складається партнером або поста-

чальником, не виключено, що в ньому не будуть повністю враховані інтереси туристського підприємства.

Якщо пропозиція про укладення договору поступає від невідомої органі- зації, необхідно отримати про неї якомога більше інформацію. Туристським фі- рмам частіш за все доводиться самим збирати довідки про своїх партнерів і ко- нтрагентів. Слід запитати у партнера нотаріально завірену копію свідоцтва про реєстрацію їх підприємства, банківську гарантію та інші відомості. Природно, зарубіжний партнер також запитає у фірми аналогічну інформацію. Отримання і передача такого роду відомостей пов'язані із збільшенням терміну підготовчо- го періоду і певними фінансовими витратами. Проте в перспективі це багато ра- зів окупається.

Слід переконатися, що організація, з якою збираються працювати, дійсно існує. Для цього треба ознайомитися з її засновницькими документами (стату- том, засновницьким договором) і свідоцтвом про реєстрацію. Рекомендується звернути увагу на те, хто є її засновниками, який розмір її статутного фонду і чи сформований він, де розташовується офіс, в якому банку організація обслугову- ється, яке її фінансове положення і комерційна репутація, тобто зібрати якомога більше інформацію.

Встановлення взаємовигідних ділових відношень неможливо без підтвердження:

* правоспроможності;
* кредитоспроможності;
* дієспроможності сторін.

**Правоспроможність –** це наявність у фірми юридичної підстави займа- тися продажем туристських послуг. Правовий статус визначається національ- ним законодавством і в різних країнах підтверджується різними юридичними формами (наприклад, ліцензія, патент, реєстрація у торговельному реєстрі). Юридична особа, яка не має такого статусу, не може розглядатися як туристсь- ка фірма. Тому в разі порушення такою фірмою договірних зобов'язань судові органи можуть не прийняти позовні заяви до розгляду. У зв'язку з цим визна- чення правового статусу туристської фірми повинно бути першою умовою встановлення з нею ділових відносин.

Про правове положення фірми можуть свідчити копії ліцензій або патен- тів, довідки з торговельного реєстру, довідки або посвідчення (сертифікати) офіційних органів і т. ін.

Про правоздатність фірми може побічно свідчити її членство в націона- льних або регіональних туристських асоціаціях або організаціях. Як відомо, в члени таких організацій приймаються тільки фірми, які мають статус туристсь- ких. Оскільки ці національні асоціації відповідно до своїх статутів несуть певну моральну і матеріальну відповідальність за дії своїх членів, вони уважно сте- жать за дотриманням ними законодавства.

Розглядаючи питання про правоздатність туристської фірми, слід також брати до уваги наявність у неї агентської угоди з транспортними компаніями. Призначення туристської фірми агентом транспортної (авіаційної, залізничної, судноплавної і автотранспортної) компанії може служити досить точним крите-

рієм її правоздатності, оскільки це означає, що транспортна компанія довіряє даному туристському агентству виписувати квитки на своїх бланках. Оскільки квитки є документами строгої фінансової звітності, таке довір'я до туристської фірми ґрунтується на глибокій перевірці ділових якостей туристського агента.

**Кредитоспроможність.** Під цим поняттям мається на увазі наявність у фірми необхідних грошових коштів для забезпечення своєчасних розрахунків за укладеною угодою. На відміну від правоспроможності, яка є незмінною ха- рактеристикою до тих пір, поки юридичний статус туристської фірми зберігає свою силу, кредитоспроможність може постійно міняти своє значення. Практи- ка роботи наших туристських організацій знає випадки, коли в іноземних тури- стських фірм на рахунках у банках в якийсь день знаходилося по декілька міль- йонів американських доларів, а вже через один-два дня ці рахунки виявлялися порожніми.

Нерідко фірми схильні представити як докази своєї кредитоспроможності так званий банківський референс, тобто довідку від банку про наявний рахунок фірми, його приблизний розмір і рух. Але такі довідки не можуть служити під- ставою для визначення кредитоспроможності фірми, тим більше гарантією своєчасних і повних розрахунків по укладеній угоді.

Кредитоспроможність туристської фірми може підтвердити банківська гарантія. Проте банки самостійно, без особливого на те угоди з фірмою, не ма- ють права видати таку гарантію, оскільки в такому разі банк приймає на себе всю матеріальну відповідальність за дії фірми. При видачі гарантії банк знімає з поточного рахунку фірми відповідну суму і тримає її як гарантійного депозиту. Для фірми це означає вилучення з обігу значних грошових коштів, на що вона йде з великим небажанням. Тому при переговорах з фірмою про видачу нею банківській гарантії слід вміло аргументувати цю умову.

Найреальнішим шляхом забезпечення інтересів по розрахунках з фірмою є **отримання від неї авансових платежів.** Залежно від досягнутої угоди аван- сові платежі можуть виконуватися у вигляді депозиту і задатку.

**Депозитом** вважається узгоджена частина загальної ціни угоди, яку парт- нер з продажу переводить туристській фірмі в узгоджений термін до початку реалізації даної угоди (прибуття туристів) як гарантія остаточних розрахунків. При остаточному розрахунку згідно з угодою депозит зараховується в рахунок загальної оплати ціни угоди. У разі розірвання угоди депозит повинен бути по- вернений на підставі діючих норм.

У практиці співпраці із зарубіжними туристськими фірмами діють дві форми депозиту. **Перша –** це депозит, що вноситься в рахунок оплати турист- ських послуг, які надаються туристам протягом року. Такий депозит вноситься на початку року. Його розмір (10-50 %) визначається угодою договірних сторін. У кінці року він може бути зарахований в оплату останніх операцій або перене- сений як новий депозит наступного року. **Друга форма депозиту** застосовуєть- ся при розрахунках з кожного конкретного продажу туристських послуг, часті- ше всього при прийомі туристських груп; у цьому випадку депозит вноситься за кожну з груп, які прибувають, у встановлені терміни і у встановлених розмірах (50-60 %). При розрахунках з партнерами за формою депозиту туроператору

необхідно постійно стежити за тим, щоб сума поточної заборгованості тураген- та ніколи не перевищувала суму внесеного депозиту.

**Задаток.** На відміну від депозиту задаток є авансовим платежем, який не підлягає поверненню у разі розірвання контракту з вини сторони, яка внесла цей задаток. Але треба мати на увазі, що в міжнародній практиці діє правило, за яким сторона, яка отримала задаток і з вини якої відбулося розірвання контрак- ту, зобов'язана повернути його у подвійному розмірі.

**Дієспроможність.** Під цим поняттям мається на увазі здатність туристсь- кої фірми виконувати обов'язки і права, що випливають з укладеної угоди, а та- кож нести відповідальність за здійснення правопорушень.

Критерії дієздатності туристської фірми не обмежуються якимись постій- ними показниками, а характеризуються різносторонньою діяльністю фірми, її майном, положенням на ринку, діловими зв'язками і т. ін. Так, при оцінці цих якостей фірми предметом уваги повинна стати наявність добре розташованих і оснащених приміщень, обсяг і якість реклами, зв'язки з транспортними і готе- льними компаніями, членство в національних, регіональних туристських орга- нізаціях, кваліфікація і чисельність персоналу, контрагентська мережа і наяв- ність у фірми комп'ютерних систем. Це далеко не повний перелік показників, що характеризують дієспроможність туристської фірми. Слід зазначити, що всі вони повинні розглядатися комплексно і в динаміці, що дозволить скласти об'- єктивне уявлення про ділові якості фірми, яка вивчається.

Як було сказане вище, особливе значення при укладенні договору (конт- ракту) має вибір партнера, що завжди є потенційним ризиком. Якнайменший ризик для вітчизняних туристських підприємств досягається при укладанні ко- нтрактів на готові тури з відомим туроператором.

У міжнародній туристській практиці нерідко використовується форма усних взаємостосунків туроператора і турагента. Проте така форма роботи на довір'ї існує між давніми партнерами. З метою виключення різних неприємнос- тей рекомендується укладати письмовий варіант контракту.

У ряді країн розроблені й офіційно публікуються у пресі пакети загальних контрактних умов для туроператора і турагента, на які можна посилатися в кон- тракті.

При підписанні договору необхідно переконатися, що представник конт- рагента має юридичне право і повноваження на підписання документа. Тому, вступаючи в переговори з представниками комерційної організації про укла- дення договору, треба перевірити їх повноваження.

Як показує практика, нерідко несумлінні контрагенти, не бажаючи вико- нувати свої зобов'язання за договором і нести відповідальність, оголошують про те, що особа, що підписала договір, відповідних повноважень не мала (це один з найпоширеніших способів шахрайства). Щоб цього не трапилося, необ- хідно впевнитися в особі представника, коректно попросивши його надати від- повідні документи. Якщо представником контрагента виступає директор під- приємства, діючий без доручення, треба ознайомитися з наказом про його при- значення (це в основному відноситься до державних підприємств) або з прото- колом збору засновників підприємства (для комерційних підприємств). Слід

відзначити, що останнім часом на підприємствах, де директор працює за най- мом, засновники в тій чи іншій мірі обмежують його повноваження і надають йому їх тільки з відома правління, ради директорів, зборів засновників та ін. Тому слід ознайомитися з відповідним розділом статуту організації- контрагента і переконатися, що повноваження директора не обмежені. У тому випадку, якщо представник діє за дорученням, потрібно перевірити, чи є на ньому підпис керівника підприємства, його печатка, якого числа воно видане (якщо дата не вказана, то доручення взагалі недійсне), термін дії доручення, об- сяг повноважень по ньому.

Приступаючи до роботи з формулювання умов договору, не можна допу- скати двозначності, нечіткості фраз, оскільки згодом у разі суперечки за умов виконання договору контрагент намагатиметься будь-яке неточне формулю- вання в даному документі інтерпретувати на свою користь.

Мова договору вибирається сторонами за загальною згодою. Якщо зару- біжна фірма спеціалізується на національному ринку, можна укласти контракт державною мовою. Проте, як правило, договір складається на двох мовах, які вибирають партнери. У ряді випадків за угодою сторін контракт складається на трьох мовах.

Договір складають і підписують як мінімум у двох примірниках. У дого- ворі обов'язковим є посилання на те, що всі його примірники укладені певними мовами і мають однакову силу. Вказується також кількість цих примірників. Усі зміни і доповнення до договору оформляють протоколами або угодами і є невід'ємною частиною основного договору. Термін зберігання договору відпо- відно до позовної давності – три роки. У договір доцільно внести статтю про конфіденційність.

Підписують договір перші особи від кожної сторони. Підписання догово- ру особою, на, то не уповноваженою, призводить до втрати документом юри- дичної сили. Підписи завіряють печаткою. За встановленою практикою, печат- ка на підписі зарубіжного партнера не є обов'язковою. Допускається завірення підписів партнерів на кожній сторінці.

Розділами, що становлять основу будь-якого договору, є преамбула, ос- новна і заключна частини.

**Преамбула** – це своєрідний вступ до договору, який включає:

* назву (найменування) договору, де позначається його юридичний ха- рактер (договір на туристські послуги, договір оренди, договір комісії і т. ін.);
* вказівка місця і часу укладення договору (ці відомості можуть бути віднесені до заключної частини);
* найменування сторін; при цьому продавець, або передаюча сторона називається першою, а покупець, або приймаюча сторона – другою (повні назви юридичних осіб і скорочені найменування, під якими вони фігуру- ватимуть у договорі);
* посади, прізвища, імена і по батькові осіб, які підписують договір;
* підстава дії довірених осіб сторін (статут, довіреність).

Найменування договору не є нормативним. Це відправна точка укладання угоди. Відсутність найменування договору не суперечить його законності. Ве- лике значення для відправної оцінки договору має його зміст.

Передумовою законності договору є **дієздатність** договірних сторін.

**Основна частина** договору підрозділяється на специфічні й загальні умови договору. До специфічних відносяться наступні умови, характерні для даної операції, але навряд чи застосовні до інших операцій:

* предмет договору;
* якість послуг, товарів, робіт;
* цінові параметри угоди;
* знижки з ціни і надбавки до неї (якщо вони застосовуються);
* порядок розрахунків;
* права і обов'язки сторін;
* відповідальність сторін;
* термін виконання зобов'язань;
* порядок зміни і розірвання договору.

Специфічні умови договору складають тему і зміст обговорення при пе- реговорах партнерів про укладання угоди.

До загальних умов договору відносяться положення, які включаються в усі договори незалежно від їх змісту:

* арбітражна обмовка;
* форс-мажор або обставини непереборної сили, тобто надзвичайні і ті, яким не можливо запобігти: стихії (землетруси, повені, пожежі, різкі температурні коливання); суспільні явища (військові дії, страйки); забо- ронні акти державних органів (оголошення карантину, закриття портів, обмеження перевезень) та ін. Ці обставини дають можливість перенести терміни виконання зобов'язань, а за відсутності позитивного результату звільняють сторони від їх виконання.

### У заключній частині договору вказуються:

* юридичні адреси сторін;
* поштові й банківські реквізити сторін (наприклад, номер розрахунко- вого рахунку, найменування установи банку, його код і т. ін.);
* усі додатки, які є невід'ємними частинами договору;
* підписи з печатками кожного з учасників угоди;
* кількість примірників договору;
* місця і дати укладання договору (якщо це не було зроблено у преамбулі).

### Договірні відносини між туристськими підприємствами

Договірні відносини між туристськими підприємствами складаються з ві- дносин між туроператорами і турагентами, а також з відносин між туроперато- рами. Розглянемо кожну складову окремо.

### Договірні відносини між туроператорами і турагентами

Договірні відносини між туроператорами і турагентами можуть будува- тися за однією з трьох моделей, наведених на рис. 16.6.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Правові моделі відносин туроператорів та турагентів |  |
| Через договір доручення (туроператор, доручає турагенту укладати договори з туристами від імені туроператора) | Через договір купівлі- продажу майнових прав на туристський продукт |
| Через договір-комісіїтурагент (комісіонер) будує взаємовідносини з туроператором(комітентом) на умовах комісійної винагороди, що складає5–12% від обсягу продаж) |

Рис. 16.6 - Моделі відносин туроператора з турагентами

У договорах між туроператором і турагентами визначають права і обов'я- зки сторін, система взаєморозрахунків, форми контролю за діяльністю, умови просування туристського продукту на ринок, зокрема організації реклами, ви- значаються умови продажу туристського продукту, ступінь відповідальності сторін при претензіях та ін.

У своїй діяльності турагенти керуються договірними дорученнями туро- ператора, відступ від яких є порушенням обов'язків і спричиняє за собою юри- дичні наслідки. Всі ділові операції агента повинні здійснюватися тільки на ко- ристь партнера. Права і обов'язки сторін регламентуються укладеними догово- рами, а також чинним законодавством.

Серед існуючих моделей взаємовідносин між туроператором і турагента- ми найбільше розповсюдження отримали договори – комісії (агентські догово- ри або агентські угоди).

До агентського договору в даний час застосовуються положення про ко- мерційне представництво, регульовані ст. 243 Цивільного кодексу (ЦК) [2] і ро- зділом 31 Господарського кодексу (ГК) [3].

Відповідно до ст. 295 ГК сутністю агентської діяльності є надання комер- ційним агентам послуг шляхом посередництва від імені, в інтересах, під конт- ролем і за рахунок сторони, що представляється (принципала).

Підставою для надання послуг з комерційного представництва є агентсь- кий договір, укладений у письмовій формі.

Ключовим моментом агентського договору є той факт, що агент (пред- ставник) при виконанні договору діє від імені принципала, тобто, по суті, аге- нтський договір можна порівнювати з договором доручення.

**Предметом агентського договору** є надання послуг з укладання догово- рів на користь принципала – від його імені і за його рахунок. Крім того, цим до- говором також може бути обумовлено правове поле, в межах якого договір має юридичну силу.

Виходячи з суті агентських відносин, особливо стосовно туристської дія- льності, турагент, який у будь-якому випадку виступатиме за договором як ко- мерційний представник, має право укладати від імені туроператора (або іншого суб'єкта господарювання, що надає одиничні турпослуги) договори про турист- ське обслуговування. При цьому агент виступає тільки як проміжна ланка між туристом і туроператором, а тому всі права й обов'язки туриста і туроператора (іншого суб'єкта господарювання) за агентським договором не делегуються. Тобто навіть укладаючи договір з агентом (турагентом), фактично турист укла- дає договір з представником туроператора, що юридично дорівнює прямому договору між туристом і туроператором.

Відзначимо, що відповідно до ст. 298 ГК агент зобов'язаний повідомляти принципала про кожний факт посередництва і про кожний договір, укладений на користь принципала.

Звернемо увагу, що згідно із ст. 302 ГК сторони агентського договору можуть укласти окрему угоду про захист конфіденційної інформації суб'єкта, якого представляє комерційний агент (договір про нерозголошування). Комер- ційний агент несе відповідальність за розголошування конфіденційної інфор- мації згідно з такою угодою і законом.

Слід ще раз відзначити найважливіший відмітний момент договору коме- рційного представництва (агентського договору) – агент виступає тільки пред- ставником принципала. При укладанні договору він виступає від імені і за ра- хунок принципала, а відповідно і сам договір про надання туристських послуг – від імені принципала. Тому якщо вже після укладання договору виникає прете- нзія до неналежної якості туристських послуг, то відповідати по позовах (пре- тензіям) буде не агент, а принципал.

Оскільки агент виступає за договором від імені принципала, то і всі вимо- ги до відшкодування збитків пред'являються до принципала (агент просто ви- конує функції з пошуку клієнтів і укладання договорів).

Разом з тим згідно ст. 303 ГК комерційний агент несе відповідальність у повному обсязі за збитки, заподіяні суб'єкту, якого він представляє, в результаті невиконання або неналежного виконання своїх обов'язків, якщо інше не перед- бачено агентським договором. Крім того, якщо інше не передбачено договором, комерційний агент не гарантує суб'єкту, якого він представляє, виконання тре- тіми особами зобов'язань за угодами, укладеними за його посередництвом. У разі порушення агентського договору суб'єктом, якого представляє комерцій- ний агент, останній має право на отримання винагороди в розмірах, передбаче- них агентським договором, а також на відшкодування збитків понесених їм у результаті невиконання або неналежного виконання договору іншою стороною.

Агентська угода повинна містити необхідні атрибути, без яких вона буде позбавлена значення і може бути визнана недійсною.

Розглянемо необхідні умови агентської угоди [75, с. 132–147].

1. **Найменування угоди. У** договірному діловодстві прийнято індивідуа- лізувати документи, тому кожна угода повинна мати своє найменування і свій реєстраційний номер. Нумерацію сторін договірних відносин погоджують у ро- бочому порядку, наприклад привласнюючи подвійний номер: один – за реєст- рацією одного партнера, а через риску – номер реєстрації іншого партнера.
2. **Місце і дата здійснення.** Для визначення застосовного права в питанні оцінки дійсності угоди слід обов'язково вказувати місце його підписання (укла- дання або здійснення), а також дату.
3. **Опис учасників угоди (розміщують в преамбулі документа).** У ньо- му вказують:
	* юридичне найменування учасників угоди;
	* скорочені найменування для згадки в тексті угоди;
	* номер свідоцтва про реєстрацію, дата і місце реєстрації;
	* номер ліцензії на даний вид діяльності і дата її видачі;
	* посади і прізвища, імена, по батькові осіб, що підписують документ. Якщо особи, що підписують документ, діють за дорученням, то до угоди дода- ються документи, що підтверджують правомочність цих осіб (наприклад, дору- чення, оформлене належним чином у нотаріуса). Це доручення є невід'ємною частиною угоди. Оригінал доручення додається до примірника контракту парт- нера, до решти примірників контракту додаються копії. У додатку вказується, до якого примірника контракту додається оригінал доручення і в кого з партне- рів він знаходиться;
	* найменування сторін, які згадуються за текстом разом (наприклад, ра- зом звані сторони можна іменувати партнерами, учасниками та ін., але завжди однаково).
4. **Поняття, визначення (дефініції) і специфічна термінологія, що вживається в тексті угоди.** Якщо угода досить серйозна, то в преамбулі дода- тково до опису учасників сторін наводять визначення, прийняті сторонами за текстом угоди. Це особливо важливо, якщо в процесі переговорів будуть вияв- лені різночитання або різне тлумачення термінології, що використовується. Та- кож вказують документи, згадувані в подальшому тексті або вживані за умов- чанням (наприклад, “Загальні правила продажу турів” та ін.).

Тлумачення термінів і понять дуже важливо в двомовних угодах. Звичай- но вибирають 10-15 термінів і понять, що викликають труднощі в адекватному їх тлумаченні партнерами і, можливо, третіми особами. Проте на практиці уча- сники угоди рідко дотримують цю умову, багато хто з них через нерозуміння того або іншого поняття або терміну часто зазнає збитків і набуває сумний до- свід економічних санкцій. Тому необхідно ретельно готувати контрактну доку- ментацію.

1. **Опис предмета і об'єкта угоди.** Предмет і об'єкт операції завжди опи- сують в першій статті або параграфі.

**Предмет угоди.** Під предметом угоди розуміється опис дії (доручення, передача, купівля-продаж, посередницькі послуги та ін.). З точки зору власне продажу і визначення меж відповідальності можна виділити три варіанти від- носин між туроператором і турагентом. Це називається “розкриття принципа- ла”. Залежно від рівня розкриття принципала і його сутності виникають насту- пні варіанти продажу турів:

Варіант перший. Турагент продає туристський продукт від імені і за до- рученням туроператора (принципала) – це “названий принципал”. Реально це схоже на магазин туристських путівок, де агент-продавець пропонує туристу на вибір безліч турів різних туроператорів, продає фірмові ваучери туроператорів, керуючись генеральним каталогом і користуючись засобами оперативного зв'я- зку для підтвердження продажу туру. Уся документація в цьому випадку запов- нюється від імені туроператора, хоча агент неодмінно вказується. Турист спла- чує гроші агенту, хоча можливий варіант, коли турист самостійно через банк або відділення зв'язку переводить гроші туроператору, який потім виплачує ко- місійні агенту.

Уся відповідальність за туристський продукт у даному разі лежить на туро- ператорі, турагент формально перед туристом ніякої відповідальності не несе.

Варіант другий. Турагент продає туристський продукт за дорученням ту- роператора, але від свого імені, проте згадуючи про існування принципала і на- віть вказуючи всі його початкові дані й туристський продукт, – це “неназваний принципал”.

Туристське агентство самостійно укладає з туристом договір і видає іменний ваучер на своєму фірмовому бланку, де вказуються дані туристської поїздки і її організатора. Агент проводить усі розрахунки з туристом і навіть надає йому певні послуги.

Турагент, залежно від умов угоди, може перераховувати повністю кош- ти, отримані від туриста, і потім одержувати від туроператора комісійні або ж, якщо таке обумовлене угодою, віднімати свої комісійні при розрахунках з ту- роператором за тур. Проте останнє повинне бути точно вказане в платіжних документах.

Оскільки туроператор (принципал) не має документально закріплених ві- дносин з туристом, то всі претензії по туристському продукту, якщо такі вини- кнуть, турист повинен буде пред'явити турагенту, який далі за регресійним по- зовом передасть ці вимоги туроператору.

Варіант третій. Турагент в іншому регіоні може узяти на себе частину ту- роператорських функцій і продавати власний туристський продукт, що погли- нає продукт туроператора. При цьому туроператор може не бути названий – це називається “нерозкритий принципал”. Таким чином, агент продає складний, багатоланковий туристський продукт (тур), що включає послуги з оформлення документів, перевезенню туристів до місця відправки в зарубіжний тур, надаю- чи готельні, додаткові екскурсійні та інші послуги, організовуючи його переве- зення з країни призначення до місця обслуговування. Зарубіжна туристська по- їздка є однією з ланок у цьому великому ланцюзі.

Принципалів як співвиконавців у даному випадку може бути декілька. Ваучер випускається на фірмовому бланку агента, вся відповідальність перед туристом за сукупний тур лежить саме на ньому.

Усі особливості взаємостосунків і взаємної відповідальності повинні бу- ти чітко відображений в угоді.

**Об'єкт угоди.** Об'єктом угоди служать пойменовані тури або послуги, що надаються на певних умовах.

Загальної рекомендації з опису об'єкта угоди не існує, у кожному конк- ретному випадку сторони повинні чітко визначити вид туризму і його характе- ристики. Для отримання бізнес-віз треба включити в перелік діловий туризм, виділити його окремим рядком і визначити, хто дасть візову підтримку.

Якщо буде потрібно навести опис або характеристики одного або декі- лькох маршрутів або іншу інформацію, що стосується об'єкта угоди, то розумно винести цю інформацію в додаток до угоди, визначивши цей додаток як невід'- ємну частину угоди.

Слід вказати громадянство туристів і будь-які обмеження з громадянст- ва. Такого роду обмеження повинні бути вказані наперед в тексті угоди або в його додатках.

При продажу туристського продукту важливо вказати, що передбачаєть- ся договором – прийом туристів в країні (incoming) або відправка їх за кордон (outgoing), а також відносини принципала і агента.

У кожному конкретному випадку сторони повинні детально обговорити опис предмета угоди з погляду застосованого права.

1. **Вартість турів** ( дані про обґрунтування вартості туру можна винести в додаток окремим документом).
2. **Політика й розміри знижок і надбавок** до вартості стандартного туру.

### Валюта ціни (відсоток на конвертацію та ін.).

1. **Форми і порядок оформлення заявки клієнта на купівлю туру** (порядок взаєморозрахунку з ним і договірна документація, особливі зобов'я- зання і фінансові документи).
2. **Розмір депозиту і принципи депозитної політики,** штрафна сітка.
3. **Умови доплат** на інфляцію або при спонтанному придбанні послуг, що має тенденцію до збільшення їх вартості (наприклад, авіаквитків).
4. **Порядок і терміни взаєморозрахунків і платежів (**яка із сторін не- се банківські витрати), інфляційна обмовка.
5. **Розмір, спосіб, терміни і порядок виплати комісійної винагоро- ди.** Агент повинен точно знати розмір комісійних, які він одержує з кожного продажу. Агентська винагорода може складати досить солідні суми.

Розробляють складні накопичувальні схеми агентських винагород: за кожного туриста, додатково за групу з 10, 20, 50, 100 і 500 туристів за сезон. У цілому величина агентської винагороди може скласти 15% і вище. Також встановлюються комісійні за продаж додаткових послуг (наприклад, страхо- вки). За кордоном деякі страхові компанії, надаючи послуги з комплексного туристського страхування, дають до 40 % комісійних. Застосовують також

заохочувальні надбавки, надання безкоштовних турів для членів сім'ї, спеці- альних турів та ін.

При продажу туристського продукту ступінь відповідальності, яка част- ково або повністю лягає на агента, значною мірою залежить від взаємостосун- ків принципала і агента.

### Умови страховки, що рекомендується, і умови її продажу.

1. **Умови продажу додаткових послуг** (наприклад, дисконтних карт, міських і фірмових гостьових карт, що дозволяють туристу отримати знижки на послуги і товари).
2. **Особливі умови** (навчання, рекламна політика, забезпечення інфор- мацією, порядок і терміни бронювання послуг, порядок внесення змін в умови туру за бажанням клієнта, ведення облікової документації, методика оцінки ді- яльності агентства).
3. **Умови ануляції послуг, що бронюються, за ініціативою клієнта, штрафні санкції.**
4. **Умови ануляції туру за ініціативою туроператора.**
5. **Умови компенсацій.**
6. **Відповідальність за неякісні послуги або за їх ненадання.** При продажу туристських послуг виникає складна гамма договірних і агентських відносин, умов, що регулюють відповідальність учасників за кожний ланцюжок багатоланкового ланцюга, і ризиків за виконання зобов'язань. Претензія буде передана за регресійним позовом винному суб’єкту, який надав неякісне обслу- говування, а збитки розподілятимуться між учасниками за ступінню відповіда- льності.

Особливі відносини виникають між турагентом і туроператором при ві- дмові туриста від заброньованих послуг. Можливі наступні варіанти.

Варіант перший. Якщо відмова відбувається за ініціативою туриста і на нього накладаються штрафні санкції, що призводять до неповернення депозиту або вартості туру, то правомірним є запитання: яка частка заробітку агента з цих штрафних санкцій?

Варіант другий. Якщо відмова туриста об'єктивно мотивована незадово- ленням умовами туру, то збиток несе винна сторона. У кожному конкретному випадку повинне бути проведено вивчення обставин і на його основі прийнято правильне рішення про відшкодування збитку.

Варіант третій. Можливі суперечки між турагентом і туроператором за скаргами клієнта на невідповідність купленого туристського продукту фактич- но наданим послугам, на неякісність послуг та ін. У всякому разі кожна із сто- рін несе відповідальність за свою дільницю роботи і межі відповідальності по- винні бути чітко визначені.

Важливе питання відповідальності турагента в разі збитку, понесеного туроператором унаслідок непланових медичних витрат з обслуговування турис- та за кордоном. Формально – це дільниця роботи туроператора. Але якщо тура- гент не ознайомив туриста з особливостями туристської поїздки і особливими вимогами, що ставляться до здоров'я її учасників, то він повинен буде прийняти на себе частину таких витрат. Звичайно тургент не несе відповідальності по

претензіях туриста за неякісне обслуговування в туристській поїздці. Проте у разі “неназваного принципала” (“нерозкриття принципала”) відповідальність перед туристом несе турагент, а потім передає претензії туриста туроператору за регресійним позовом. У разі неправильного оформлення первинних докуме- нтів, які контролює турагент, він нестиме усю відповідальність за наслідки, що випливають з цього факту.

Якщо турагент при перерахуванні коштів, отриманих від туриста, за умов угоди залишає собі агентський відсоток, то в угоді повинен бути вказаний порядок взаєморозрахунків у разі відмови туриста і вимушеного повернення йому вартості туристської путівки. У цих випадках виникають різні ситуації, при яких необхідно враховувати як ступінь збитку, який несуть і туроператор, і турагент, так і ступінь вини кожної із сторін угоди. Кращим рішенням є страху- вання своєї професійної відповідальності і збитків туриста.

1. **Форс-мажор.** Обставини непереборної сили завжди можуть мати мі- сце і повинні враховуватися сторонами. До них, стосовно даних відносин, окрім стихійних бід, пожеж, відносяться страйки, цивільні заворушення і революції, рішення державних органів, зміни в паспортному режимі, обмеження і зміни в імміграційній політиці, режимі фіскальних і митних зон та ін. Форс-мажорні обставини повинні бути абсолютними, тобто розповсюджуватися на усі госпо- дарюючі суб'єкти у сфері туризму в даній місцевості, місті, регіоні і т. ін., а не тільки на даного агента або туроператора.

Обмовка про форс-мажорні обставини завжди повинна бути присутня у текстах угод або в інших договірних (контрактних) документах. Текст обмовки про форс-мажорні обставини бажано використовувати стандартний, звичайно прийнятий для даного роду угод, запозичений з методичних рекомендацій.

Обставини непереборної сили (Асt оf God), в результаті яких не можуть бути виконані зобов'язання, що випливають із дійсної угоди, звільняють сторо- ни від зобов'язань, і збитки кожна сторона несе самостійно.

Додатково сторони повинні визначити порядок взаємного надання інфо- рмації про наявність таких обставин і документів, що підтверджують їх факти- чну наявність. Такі документи і підтвердження звичайно видає національна то- ргівельно-промислова палата або інший компетентний орган. Якщо є реальна можливість відстрочення виконання зобов'язань за форс-мажорними обстави- нами, то повинні бути встановлені нові терміни виконання. Але якщо дія форс- мажорних обставин або їх наслідків приведе до ситуації, коли виконання стає неможливим або порушує істотні умови, то сторони повинні домовитися про припинення угоди і затвердити порядок взаєморозрахунків (якщо в угоді або договорі не вказано інше).

1. **Претензії, порядок їх оформлення і терміни пред'явлення.** У про- цесі робіт завжди можуть виникнути непорозуміння. Усі виникаючі спірні пи- тання повинні бути заздалегідь розглянуті і по можливості вирішені сторонами шляхом переговорів. Для об'єктивного розгляду будь-які претензії туроперато- ра, турагента і клієнтів повинні бути оформлені документально і з дотриманням встановленого претензійного порядку.

Претензії турагента або туриста туроператор приймає у строк не пізніше 20 днів після завершення туру. Претензії повинні бути належно оформлені пи- сьмово. Претензії щодо якості обслуговування в турі повинні бути складені за участю туристського лідера (супроводжуючого, керівника групи, зарубіжного представника направляючої фірми), а також за участю представника приймаю- чої сторони. Термін відповіді на претензії і на ухвалення рішень – 2 тижні. Як- що необхідно, агент зобов'язаний взяти участь у розгляді за скаргою.

Якщо турист не заявив письмово претензію туристському лідеру в тури- стській поїздці, а вирішив розібратися по її завершенні, то це вже відноситься до **рекламацій***.* Рекламації звичайно приймаються туроператором не пізніше 4 тижнів після закінчення туристської поїздки.

Порядок претензійної роботи залежить від виду контракту туроператора з турагентом:

* якщо турагент продавав тур від свого імені, то. він повинен самостій- но розглядати усі претензії туриста, а туроператор повинен відповідати по ре- гресійному позову, оскільки в нього немає взаємостосунків з туристом;
* якщо турагент продавав тур від імені туроператора, то відповідаль- ність по претензіях несе безпосередньо туроператор.

У будь-якому випадку турагент зобов'язаний прийняти письмову скаргу від туриста і інформувати туроператора, погоджувати з ним відповідь на прете- нзію: відмовити в проханні компенсації або її задовольнити. Принцип “клієнт завжди правий” не завжди вірний при розборі скарг туристів, бо багато хто з них бажає отримати значно більше, ніж треба. Вони неуважно ознайомилися з умовами мешкання і харчування, набором екскурсій, а то і зовсім не були при- сутні на зборі туристської групи, де все це ще раз обмовляється перед виїздом в туристську поїздку. Не можна заперечувати і справедливість окремих скарг і нарікань: заміна готелю, погане обслуговування, гід, говорячий тільки однією мовою, крадіжки та ін. Все це на практиці має місце, і претензії туристів в да- ному випадку вимагають задоволення.

Претензії, що виникають у процесі взаємостосунків туроператора і тура- гента, мають різні мотиви і можуть бути умовно розділені на такі категорії:

**а) невідповідність складу і якості купленого туристського продукту фактично наданому.** Це найчастіші претензії, що іноді висуваються унаслідок ефекту “зіпсованого телефону”. Частіш за все це звичайні інформаційні нелади: рекламний проспект був зроблений давно; інформація застаріла, але не виправ- лена; агент що-небудь не доказав або прикрасив. Якщо в інформації, доведеній до туриста, є неточність, що істотно вплинула на уявлення туриста про тур в ці- лому, про рівень сервісу і якість послуг, то скарги і претензії неминучі. Таким чином, виникає відповідальність туроператора за достовірність початкової ін- формації про тур, вартість, терміни, його зміст і якість послуг, а також з'явля- ється відповідальність турагента за адекватність інформації про реалізований тур, його зміст і якість послуг, що доводиться до туриста;

**б) претензії приймаючої туристської фірми по збитку, нанесеному туристом.** Туристи можуть завдати збиток приймаючому туристському підпри- ємству, яке якщо не зможе розібратися з туристом на місці, направить свої пре-

тензії туроператору. Можливий результат, при якому сторони разом понесуть відповідальність. Тому сторонам необхідно наперед вирішити питання взаємної відповідальності;

**в) претензії по взаємних відносинах, розрахунках і платежах.** В угоді повинні бути вказаний санкції за порушення його умов в частині тер- мінів і порядку надання інформації і документів, платежів і розрахунків. Повинна бути розглянута відповідальність турагента за дотримання умов реалізації туру і технології продажів, а також за своєчасність інформації і т. ін. Туроператор зобов'язаний точно інформувати турагента про особливості туру і вимагати бездоганного дотримання вимог оформлення документів. Турагент несе відповідальність за виконання прийнятих на себе зобов'язань за технологічним ланцюгом (перевірка і оформлення документів, путівок, квитків та інших послуг). Якщо турист не буде допущений в країну призна- чення з вини турагента, останній понесе усю повноту відповідальності за допущену в роботі халатність або недбалість;

**г) претензії за позовами третіх осіб (частіш за все постачальників послуг) у зв'язку з туристським продуктом.** Такі позови можуть мати мі- сце при порушенні прав на інтелектуальну власність в інформації про тур, при затримці транспорту і витратах, що виникають при цьому, та в інших випадках. Кожна сторона нестиме відповідальність за свою частину турист- ського продукту.

Заходи відповідальності регулюються умовами угоди, а також загальни- ми принципами і нормами цивільного та іншого законодавства.

1. **Порядок розв’язання суперечок,** арбітражна обмовка. Сторони угоди повинні розв’язувати свої взаємні претензії шляхом переговорів. Супере- чності й претензії мають місце, і в угодах необхідно передбачати процедури їх розв’язання. В арбітражній обмовці вказують арбітражний суд, вимоги до рег- ламенту, мова розгляду та інші питання.
2. **Терміни дії угоди.** В угоді повинні бути точно вказані час її підпи- сання і час початку дії. Вони не обов'язкове повинні співпадати з датою підпи- сання документа. Початок дії угоди може бути встановлений пізніше за дату підписання (якщо в цьому є певне значення). Угода не може бути безстроко- вою. Необхідно встановити достатній термін дії угоди і дії сторін при припи- ненні угоди. Звичайно дія угоди встановлюється або на термін оголошення ту- ру, або на певний період (рік або два). Термін дії угоди може бути автоматично продовжений, якщо сторони (спільно або кожна окремо) не висловлять волеви- явлення про його припинення.
3. **Порядок дострокового припинення дії угоди за ініціативою однієї або обох сторін.** Не завжди відносини складаються кращим чином, іноді вини- кає необхідність дострокового припинення угоди.

В угоді слід обов'язково детально навести порядок розірвання її за ініці- ативою однієї із сторін. Така дія повинна передбачати певні процедури завчас- ного повідомлення учасників (за місяць або за два) і неодмінного завершення за цей період взаємних фінансових розрахунків і зобов'язань, а також повернення документів, бланків строгої звітності та ін. Дострокове припинення угоди – акт

досить екстремальний і протікає звичайно у напружених умовах. Тому важливо цю процедуру наперед погоджувати, щоб прощання партнерів було мирним і поважним. Принциповою помилкою є запис умови про дострокове розірвання договору тільки при обов'язковій наявності згоди обох сторін. Така умова ро- бить угоду кабальною.

1. **Мова оформлення угоди.** Якщо учасники угоди мають українське громадянство, мова оформлення угоди повинна бути українською, проте якщо один з партнерів з іншої країни, то мова контракту обирається за згодою сторін або контракт пишуть на двох мовах. За загальним правилом, кожна сторона ви- користовує свою державну мову. Проте важко скласти документ на арабській мові, івриті, китайськими або японськими ієрогліфами. У цьому випадку сторо- ни повинні домовитися про прийнятну третю мову, що використовується у кра- їні партнера (англійську, французьку, німецьку, іспанську, італійську та ін.).

Найбільш традиційно складається двомовна угода – на російській мові і на мові, вибраній партнером. Двомовну угоду краще усього складати двома ко- лонками, розташовуючи кожний відповідний абзац один проти одного. Таке ро- зташування дозволить легко порівнювати адекватність перекладу тексту.

Агентську угоду друкують як мінімум у двох примірниках. Кожний парт- нер одержує один примірник. Якщо угода складена на двох мовах, то необхід- но, щоб кожний партнер обов'язково мав обидва тексти. Усі примірники тексту оформляються одноманітно і мають рівну силу, що обов'язково вказується у кі- нці тексту угоди і підтверджується сторонами. При суперечках основною мо- вою стає одна, тому в угоді слід вказати, яка саме мова угоди приймається як основна. Це визначить і мову судового діловодства.

1. **Кількість примірників. У** тексті угоди вказується кількість складе- них і підписаних сторонами примірників агентської угоди. Зайві примірники робити не рекомендується – вони можуть потрапити в чужі руки і бути викори- стані нечесними людьми. Кожна сторона зобов'язана ретельно берегти свій примірник і, при необхідності, доповнювати його поточними додатками, прото- колами та іншими документами, що визначені сторонами як невід'ємна частина угоди (контракту). У цьому разі слід ввести лист додатків.

Оригінал угоди часто необхідний для повсякденної роботи, він також може бути потрібний для пред'явлення до контрольних органів або до органів арбітражу. Навіть через досить тривалий проміжок часу після закінчення термі- ну контракту може спливти який-небудь конфлікт (з партнером або податковою інспекцією тощо). Угоду слід берегти протягом часу, встановленого норматив- ними документами або підприємством. якщо такі відсутні , а потім передати її до архіву (за приналежністю).

1. **Умови конфіденційності.**
2. **Реквізити сторін (юридичні адреси і банківські реквізити).**
3. **Перелік додатків.**
4. **Найменування і підписи сторін.** Звичайно угода підписується керів- никами (директорами, президентами і т. ін.) юридичних осіб від кожної сторони в кінці тексту. Якщо угода складена з фізичною особою, то вона особисто під- писує угоду із свого боку. Може бути потрібне нотаріальне завірення підпису.

Підписи з української сторони завіряють печатками фірми. Зарубіжний партнер у цьому питанні слідує практиці, прийнятій в його країні. За угодою сторін ними може бути підписаний кожний аркуш тексту документа, іноді на кожному аркуші ставиться печатка. Така суворість може бути корисною, оскі- льки при сучасній техніці копіювання несумлінному учаснику не важко буде виготовити документ іншого змісту й використати його для некоректних дій.

### Договірні відносини між ініціативним і рецептивним туропера- торами

Договірні взаємостосунки між ініціативним і рецептивним туроператора- ми багато в чому схожі з аналогічними взаємостосунками між туроператором і турагентом, якщо не йдеться про агентську угоду.

Розглянемо деякі позиції договірних взаємостосунків, що випливають з умов взаємодії ініціативного туроператора із зарубіжним приймаючим партне- ром (в даному випадку – рецептивним туроператором) [75, с. 72-79].

У договорі ініціативного й рецептивного туроператорів повинна бути ві- дображена наступна інформація.

### При організації маршрутного інклюзив-туру:

* маршрут, програма туру і пакет послуг, які повинні бути надані тури- стам під час їх подорожі;
* дата прибуття і дата від'їзду;
* перелік і послідовність відвідування міст;
* вид транспорту;
* кількість днів перебування у кожному місті;
* перелік екскурсій.

### При організації індивідуальних замовлених турів:

* дата прибуття і дата від'їзду туристів;
* перелік послуг і їх класність.

При обговоренні маршруту або стаціонарного перебування туристів у мі- сці відпочинку необхідно чітко визначити тривалість перебування туристів в засобі розміщення **за кількістю ночівель,** оскільки всі розрахунки за обслуго- вування в готелях ведуть саме за їх кількістю. Проте при певній кількості ночі- вель днів перебування може бути на один більше (заїзд вранці першого дня пе- ребування, від'їзд увечері останнього дня). Тому для чіткості тлумачення по- няття “тривалість подорожі” прийнято позначати її двома показниками – кіль- кість днів і кількість ночівель. Наприклад, тур 7 днів/6 ночей; тур 14 днів/13 ночей і т. ін.

Слід також мати на увазі, що майже у всіх готелях діє так звана **розраху- нкова година**, тобто фіксований час доби, з якого відлічується кількість про- житих у готелі днів. У більшості випадків цим часом є 12 година дня (хоча в Італії, наприклад, це може бути і 10 година ранку). Тому в день закінчення туру або переїзду з міста до міста по маршруту туристам доводиться звільняти готе- льні номери до 12 години дня, в іншому випадку з них стягатиметься доплата за половину доби або за повну добу. Іноді за домовленістю з приймаючою фірмою або готелем туристській групі може бути виділений один-два чергових номера

без доплати за зберігання багажу на якийсь час після звільнення ними номерів і до від'їзду з готелю. У деяких готелях для вирішення такої проблеми створені безкоштовні камери схову. Все це (користування туристами кімнатами або ка- мерами схову в день виїзду) повинне бути обумовлено з приймаючим партне- ром і внесено в договір.

При обговоренні питання розміщення туристів у готельному підприємстві необхідно погоджувати з фірмою його класність, тип і місце розташування. Ці параметри залежать від соціального складу передбачуваних туристів і мети по- дорожі. Обов'язково повинна бути узгоджена категорія номерів.

Оскільки в будь-якій групі можуть бути непарні чоловік і жінка, треба уз- годити з фірмою надання для кожної групи двох одномісних номерів без збіль- шення ціни. Слід також передбачити, щоб двомісні номери переважно були з двома односпальними ліжками (а не з одним двоспальним, що зустрічається у готелях для розміщення подружніх пар), адже не можна наперед гарантувати, що в поїздку відправляться тільки сімейні туристи.

При необхідності в контракті обумовлюється можлива доплата (диферен- ціація цін) за наявності додаткових комфортних умов (вид з вікна, наявність в номері телевізора та ін.).

У договорі затверджуються і можливі варіанти харчування туристів:

* повний пансіон – Full Board (Аmerican Рlаn) – повне обслуговування, що включає розміщення і триразове харчування (FВ);
* напівпансіон – Half Board (Modified Аmerican Рlаn) – розміщення і дворазове харчування (сніданок і обід або сніданок і вечеря) (НВ);
* тільки сніданок – Bed & Breakfast (Bermuda Рlаn) – розміщення і сні- данок (ВВ).

При більш низьких категоріях обслуговування можна повністю виключи- ти харчування з пакету послуг (в кемпінгах, палаткових таборах туристи часто самі готують собі їжу). Крім того, туристи, які подорожують індивідуально, та- кож можуть відмовитися від регламентованого харчування на користь само- стійного відвідування місцевих кафе і ресторанів. У такому разі цей вид пакету називається без харчування – Bed (European Рlаn) – тільки розміщення (В). Мо- жливість надання туру без харчування також обумовлюється у контракті.

Мають місце також відмінності у формі обслуговування при організації харчування. Способи обслуговування при організації харчування, які будуть розглянуті в підрозділі, присвяченому організації харчування в туризмі, також повинні погоджуватися при укладанні договору.

Під час харчування (обіду і вечері) алкогольні й безалкогольні напої до меню не включаються, якщо це спеціально не обумовлено в договорі. Виклю- ченням можуть бути жаркі країни, де прийнято подавати воду з льодом або прохолодні напої. Ці варіанти також повинні бути наперед обумовлені з при- ймаючою фірмою.

Можливість організації дієтичного харчування також фіксується у дого- ворі. При обговоренні питання харчування на основі повного або напівпансіону потрібно обов'язково уточнити, яким харчуванням (сніданком, обідом або вече- рею) починається і закінчується обслуговування туристської поїздки. Напри-

клад, харчування починається з вечері в день прибуття і закінчується сніданком в день від'їзду.

Іноді при тривалій одноденній екскурсії або переїзді з міста до міста, як- що по дорозі немає можливості організувати харчування в ресторані, туристам видається так званий “сухий пайок” (в деяких країнах називається “пікнік” або “ланч пакет”). Це питання повинно також бути наперед обговорено з приймаю- чою фірмою.

Обов'язково повинні бути детально обумовлені умови зустрічі і доставки туристів і їх багажу з аеропорту (вокзалу) до готелю і навпаки. Для перевезення туристів і їх багажу до готелю використовують замовлені автобуси, легковий автотранспорт приймаючої фірми. Трансфер обов'язково повинен бути включе- ний до пакету послуг, бо він спочатку забезпечує чітке обслуговування турис- тів, які прибувають. Практика показує, що якщо автобус на зустріч туристів за- пізнюється або взагалі не приходить, вони опиняються у важкому становищі, не знаючи, як дістатися до готелю, їх настрій стає зіпсованим мало не на весь час подорожі.

В окремих випадках (коли йдеться про більш низький, економічний клас обслуговування, наприклад, студентських або шкільних груп) за взаємною до- мовленістю і з метою зниження ціни пакету послуг допускається використову- вання для трансферу міського транспорту, якщо він достатньо зручний і не ви- магає пересадок на шляху від аеропорту (вокзалу) до готелю.

У контракті повинні бути чітко обумовлені планові й додаткові екскурсії та інші відвідування об'єктів показу. Необхідно також погоджувати мову про- ведення екскурсій. Будь-яка екскурсія містом або на об'єкт показу повинна про- водитися у супроводі досвідченого гіда із знанням мови, якою розмовляють ту- ристи групи. Крім того, необхідно також уточнити з фірмою, чи включається ціна вхідних квитків, наприклад, до музею, у вартість екскурсії і послуги штат- ного екскурсовода, якщо за правилами музею тільки він може проводити екску- рсію. Оплата стоянки автобуса або проїзду по платних дільницях дороги також повинна входити у вартість пакету послуг і в жодному випадку не стягуватися з туристів у вигляді додаткової плати.

При переговорах з іноземною фірмою про пакет послуг для туристів, що прямують на відпочинок, необхідно домовитися з нею про створення для них найсприятливіших умов. Наприклад, треба узгодити можливість безкоштовного і необмеженого користування пляжем, басейном, пляжними лежаками, стільця- ми, душем, парасольками та ін. Якщо готель знаходиться на віддалі від пляжної зони, слід організувати у встановлені години “човникові перевезення” туристів до неї на автобусі.

Відпочинок стає різноманітним завдяки додатковим послугам оздоровчо- бальнеологічного характеру: сауни, фітнес-центри, масаж, тренажерно- спортивні зали та ін.

Додатково туристам повинні бути запропоновані різноманітні екскурсії, які не ввійшли до пакету туру. Це також є предметом договору між оператора- ми з обслуговування туристів.

На маршрутних турах з приймаючою фірмою необхідно погоджувати вид транспорту для перевезення туристів за маршрутом. Бронювання місць і органі- зація перевезення туристів покладаються на приймаючу фірму. Для більшості європейських країн найзручнішим видом транспорту для перевезення туристсь- ких груп є автобуси. У таких країнах, як США, Канада, Індія, Китай, де відстані між містами на маршруті можуть бути досить великими, часто використовують залізничні й авіаперевезення туристів.

**Чайові, місцеві податки і збори.** Всі ці виплати, якщо вони пов'язані з виконанням туру, повинні бути включені до ціни пакету послуг.

У зв'язку з діючими в різних країнах звичаями і правилами оплати чайо- вих, туристських податків і зборів необхідно наперед домовитися з приймаю- чою фірмою про те, щоб вона взяла на себе усі розрахунки з їх оплаті (зрозумі- ло, включаючи їх до пакету послуг). Якщо це питання не буде обумовлено, мо- же трапитися, що з туристів зажадають додаткову плату, що може суперечити умовам подорожі по комплексному туру.

**Супроводжуючий гід.** Зарубіжні поїздки туристських груп і деякі поїзд- ки по нашій країні нерідко організовують у супроводі співробітника направля- ючої туристської фірми. У цих випадках необхідно отримати від іноземної фір- ми згоду на надання супроводжуючим груп безкоштовно таких же послуг, як і всім туристам. Це – усталена практика в ділових відносинах між туристськими фірмами, тому іноземний партнер не буде проти такої умови. Потрібно тільки погоджувати з ним мінімальне число туристів, при якому прямує супроводжу- ючий. Нормою є один безкоштовний супроводжуючий на 20 туристів у групі.

**Для продажу індивідуальних замовлених турів** обмовляються асорти- мент, варіантність, ціни і рівень послуг, терміни і порядок їх бронювання, а та- кож можливість змін у замовленні або його ануляції.

При переговорах з приймаючою фірмою рекомендується попросити її пі- дготувати для кожного члена туристської групи або індивідуала невеликий комплект рекламних матеріалів (проспектів, брошур, буклетів), що стосуються туристського уявлення про відвідувану країну або місцевість, її окремі турист- ські центри, визначні пам'ятки, а також місцеві можливості відпочинку і розва- ги. Велику користь туристам надають плани міст, які вони відвідують по марш- руту. Вони дозволяють туристам самостійно орієнтуватися при прогулянках по місту у вільний час.

При оформленні угоди купівлі-продажу турів істотними умовами договору є:

* обов'язок туроператора (продавця) передати турагенту (покупцю) право власності на товар (пакети турів або окремі види туристських послуг набором);
* відповідність товару (пакетів турів або окремих видів туристських послуг), що надається, вимогам покупця;
* обов'язок турагента виплатити суму, що належить туроператору за весь обсяг товару, що було придбано, в обумовлені угодою терміни;
* відповідальність турагента за відмову від реалізації турів і туристсь- ких послуг і оплати їх із причин, що не є обґрунтованими;
* відповідальність туроператора за виконання не повного об'єму реалі- зованих турів або туристських послуг з відповідною матеріальною компенсаці- єю за ненадані послуги, а також за моральний збиток туристів;
* відповідальність сторін із залізничних, повітряних та інших перевезень;
* відповідальність за зобов'язаннями через спричинення шкоди;
* встановлення дати вступу в силу документа про укладання угоди і да- ти закінчення зобов'язань за договором.

При оформленні договору про туристський обмін до договору про при- йом груп туристів в обов'язковому порядку додаються:

* графік заїзду груп туристів з вказівкою дат прибуття і відправлення;
* калькуляції (розрахунок вартості) паритетних цін турів як з одного, так і з другого боку. При роботі із зарубіжними партнерами на умовах безвалю- тного обміну необхідно прикладати до договору розрахунок валютних платежів або зведену відомість туроднів (включаючи обумовлену до видачі туристам су- му на кишенькові витрати готівкою країни перебування);
* опис умов прийому з вказівкою класу і типу готельного підприємства для розміщення туристів, місткості й категорії номерів, що надаються, величи- ни пансіону по харчуванню, найменування екскурсій, вартість яких включена в ціну туру, та інших особливостей обслуговування (надання трансферу, спеціа- льного спорядження або можливість його оренди на місці та ін.);
* програма перебування і обслуговування груп туристів у місці відпочинку.

У договорі повинні бути визначені гранично можливі терміни відміни за- їздів груп туристів як з однієї, так і з другої сторони, після яких з винної сторо- ни стягуються штрафні санкції. Розмір штрафних санкцій обумовлюється уго- дою. Звичайно він складає від 5 до 35 % вартості туру, що не відбувся, при по- відомленні про зняття туристської групи з маршруту відповідно не пізніше 1–5 діб до заїзду.

До факультативних умов, без яких угода між турагентом і туроператором матиме юридичну силу, але включення яких в цю угоду все-таки обов'язково, відносяться:

* форс-мажорна обмовка;
* порядок розгляду сторонами претензій, що витікають з договору;
* порядок і умови внесення змін у зобов'язання сторін за договорами.

Крім того, у договір включається пункт про постачання рецептивними туроператорами своїх партнерів різними буклетними виданнями рекламно- інформаційного змісту, каталогами, схемами маршрутів для туристів.

Велика кількість туристських фірм і підприємств самостійно виходить на міжнародний ринок. Важливо з самого початку звернути увагу на законність і взаємовигідність угод (контрактів), що укладаються з іноземними партнерами. При укладанні таких контрактів необхідно враховувати нормативні акти, регу- люючі зовнішньоекономічні угоди, щоб у разі потреби ґрунтовно відстоювати свої права, тим більше що світова практика виробила загальноприйняті умови

договірних відносин, дотримання яких дозволяє досягти взаємоприйнятних умов договору.

У договорі необхідно визначити мову листування, претензійно-позовної документації і судочинства (бажано на державній мові), щоб уникнути подвій- ного тлумачення.

Угоди з вітчизняними й зарубіжними туристськими фірмами складають і підписують у двох примірниках. Якщо договір підписується із зарубіжним пар- тнером, то кожний з примірників складають українською мовою і мовою інозе- много партнера або українською і будь-якою іншою мовою за погодженням сторін (наприклад, англійською).

### Договірні відносини між туристськими підприємствами і постачальниками послуг

Відношення між туроператором і постачальниками туристських послуг будуються на основі договору про співробітництво в галузі туризму.

Як вже наголошувалося, агентський договір може застосовуватися при перепродажу туристських послуг туроператором у тому випадку, коли туропе- ратор перепродує послуги з розміщення, харчування, забезпечення екскурсій- ного обслуговування. Хоча ці послуги надаються окремими суб'єктами госпо- дарювання, насправді їх перепродаж цілком може здійснюватися на підставі агентських договорів.

Проте в окремих випадках крім агентського договору, в туристській дія- льності застосовується договір про надання послуг – наприклад, договори ту- роператора з готелями і підприємствами ресторанного господарства, довго- строкові договори на перевезення туристів, які надають послуги, що входять до складу турпродукта.

При укладанні договору про надання туристських послуг між суб'єктами господарської діяльності, які надають разові послуги, і туроператором необхід- но керуватися нормами розділу 63 ЦК.

За договором про надання поодиноких туристських послуг виконавець (суб'єкт господарювання) бере на себе зобов'язання надавати туристам певну туристську послугу одного конкретного виду, а туроператор зобов'язаний спла- тити за дану послугу відповідно до договору.

До даного договору застосовуються усі звичайні положення про договори на надання послуг, в частині ціни, строків його виконання, а також відповідаль- ності сторін за несумлінне його виконання (невиконання).

При складанні договору про надання туристських послуг для самого ту- риста турпродукт розглядається як єдиний цілісний комплекс туристських по- слуг. У той же час для туроператора усі дані послуги можуть бути невласними – у цьому разі йдеться про посередництво туроператора з “компіляції” усіх тур- послуг в єдиний комплекс, названий турпродуктом (див. рис. 16.7). Інший варі- ант – туроператор при створенні турпродукту використовує послуги сторонніх організацій, а також власні туристські послуги.



Туристська послуга 1

Туристська послуга 2

Туристи

Туристи

 

Власні послуги туроператора

Рис. 16.7 - Формування туристського продукту за рахунок власних туристських послуг туроператора й послуг сторонніх організацій

Туристська послуга 3

Туристська послуга 4

Туристська послуга N

Туристи

Туристи

Послуги Інших організацій

Туристський продукт

Особливості змісту договорів туристських підприємств з кожним окре- мим постачальником будуть розглянуті далі.

### Договірні відносини між туристськими підприємствами і споживачами туристських послуг

Основним видом договорів у туристській діяльності є договір на турист- ське обслуговування фізичної особи (туриста). До договору на туристське об- слуговування пред'являються усі вимоги чинного законодавства щодо надання послуг. Договір туристського обслуговування повинен бути складений в пись- мовій або електронній формі.

Предметом договору туристського обслуговування є надання однією сто- роною (туроператором або турагентом) іншій стороні (туристу) комплексу ту- ристських послуг (туристського продукту) за окрему плату.

До укладання договору на туристське обслуговування згідно із ст. 20 За- кону України “Про внесення змін до Закону “Про туризм“ туристське підпри- ємство повинно надати туристу необхідну інформацію, перелік якої наведено у табл. 16.1.

До складу договору на туристське обслуговування входять наступні дані:

* інформація про туроператора або турагента;
* відомості про туриста;
* достовірна інформація про споживчі властивості турпродукту, разом з відомостями про програму перебування і маршрут подорожі, про умови безпе- ки тощо;
* дата початку й закінчення подорожі;

Таблиця 16.1 – Перелік інформації, яку турист повинен і може отримати до укладення договору туристського обслуговування

|  |  |
| --- | --- |
| № п/п | Відомості, що підлягають передачі туристу |
| 1 | 2 |
| **Інформація, надання якої туристу є обов'язковим** |
| 1 | Основні вимоги до оформлення виїзних документів (паспорт, дозвіл (ві- за) на в'їзд у країну тимчасового перебування), у тому числі інформація щодо термінів оформлення вказаних документів |
| 2 | Медичні рекомендації (попередження) щодо майбутньої туристської по- їздки, зокрема протипоказання у зв'язку з певними захворюваннями, осо- бливостями фізичного стану і віку туристів, які можуть спричинити не- бажані наслідки у разі здійснення поїздки |
| 3 | Інформація про туроператора (турагента), його місцезнаходження і по- штові реквізити, наявність ліцензії на здійснення діяльності, наявності сертифікатів відповідності та інша інформація згідно із законодавством про захист прав споживачів |
| 4 | Інформація про розмір фінансового забезпечення туроператора або тура- гента на випадок його неплатоспроможності (банкрутства), і кредитну установу, що надала таке забезпечення (гарантію) |
| **Інформація, яка може бути надана туристу за його вимогою** |
| 5 | Інформація про загальні умови договору про надання туристських послуг(при його наявності) |
| 6 | Програма туристського обслуговування |
| 7 | Характеристика транспортних засобів, які здійснюють перевезення, у тому числі їх вид і категорія, терміни стикувань (сполучення) рейсів, а також інша обов'язкова інформація, передбачена кодексами і правилами перевезень (якщо перевезення входить до складу туристського обслуго- вування) |
| 8 | Характеристика готелів, інших місць розміщення туристів, у тому числі їх місце розташування, класифікація за законодавством країни (місця) тимчасового перебування, відомості про підтвердження відповідності послуг готелю встановленим вимогам, відомості про правила тимчасово- го проживання, строки і порядок оплати готельного обслуговування, а також інша обов'язкова інформація, передбачена Законом України “Про внесення змін до Закону “Про туризм”, іншими нормативно-правовими актами (якщо готельне обслуговування входить до складу послуг з тури- стського обслуговування) |
| 9 | Інформація про звичаї місцевого населення, пам'ятники природи, історії, культури та інші об'єкти туристського показу; інформація про стан на- вколишнього середовища, санітарну і епідеміологічну обстановку |

Продовження табл. 16.1

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | 2 |
| 10 | Інформація про правила в'їзду в країну (місто) тимчасового перебування, а також правила перебування в країні іноземних громадян |
| 11 | Інформація про види й способи забезпечення туристів харчуванням під час туристської поїздки |
| 12 | Інформація про види й тематику екскурсійного обслуговування, порядок зустрічей, проводів і супроводу туристів |
| 13 | Інформація про дату і час початку та закінчення туристського обслугову- вання і його тривалості |
| 14 | Відомості про максимальну кількість туристів в групі, а також строках інформування туристів про те, що турпоїздка не відбудеться у зв'язку з недобором груп |
| 15 | Відомості про страхову організацію, яка здійснює страхування ризиків, пов'язаних з туристським обслуговуванням, а також розмір страхових ві- дшкодувань і порядок їх виплати |
| 16 | Інформація про ціну туристського обслуговування і порядку здійснення розрахунків |
| 17 | Відомості про місцезнаходження організації (організацій), яка уповнова- жена туроператором на прийом претензій туристів, а також про телефони і адреси українських дипломатичних установ у країні тимчасового зна- ходження, або місцевих служб, до яких турист також може звернутися у разі виникнення труднощів під час туристської поїздки |

* роздрібна ціна продукту й порядок його оплати;
* порядок зустрічі, супроводу і проводів туристів;
* права, обов’язки й відповідальність сторін;
* медичне страхування і забезпечення;
* мінімальна кількість туристів у групі, необхідне для подорожі з вказі- вкою термінів і порядку інформування туристів про те, що подорожі не відбу- деться з причини недобору групи;
* порядок зміни й розірвання договору;
* порядок регулювання суперечок, що виникають, і відшкодування зби- тків сторін;
* порядок і терміни висування туристом претензій.

Кожна із сторін договору може вимагати внесення змін або розірвання договору у зв'язку з істотними змінами обставин, з яких вони виходили при ук- ладенні договору.

До істотних змін обставин належать:

1. погіршення умов подорожі, зміна термінів подорожі;
2. непередбачене збільшення транспортних тарифів;
3. введення нових або підвищення діючих ставок податків і зборів та ін- ших обов'язкових платежів;
4. різка зміна курсу національних валют;
5. інші підстави, за домовленістю сторін.

Важливе значення при укладанні договору на туристське обслуговування має порядок зміни ціни договору. Зміна ціни туристського продукту сторонами можлива тільки в разі настання вказаних вище обставин, але не пізніше за гра- ничні терміни, вказані в табл. 16.2.

Таблиця 16.2 - Граничні терміни зміни ціни туристського продукту

|  |  |
| --- | --- |
| Тривалість туристської поїздки | Граничний термін зміни ціни договору за погодженням сторін |
| Більше 10 днів | Не пізніше ніж за 10 днів до початку поїздки |
| Від 2 до 10 днів | Не пізніше ніж за 5 днів до початку поїздки |
| Один день | Не пізніше ніж за 48 годин до початку поїздки |

У договорі на туристське обслуговування потрібно чітко описати випад- ки, коли можливе збільшення його вартості туроператором (турагентом). При цьому Закон України “Про внесення змін до Закону “Про туризм“ оперує тер- мінами “підвищення” і “збільшення” ставок податків і тарифів, курсів і т. ін. Про те, наскільки вагомим повинно бути дане підвищення, необхідно вказати у договорі, тому що чинним законодавством мінімальний поріг такого збільшен- ня, який є підставою для зміни цін, не встановлений.

Ст. 20 Закону України “Про внесення змін до Закону “Про туризм“ вста- новлює обмеження зростання ціни договору. Збільшення ціни туристського продукту не може перевищувати 5% його первинної вартості. У тому випадку, якщо має місце перевищення в розмірі більше 5%, турист має право відмовити- ся від виконання договору, а туроператор зобов'язаний повернути йому раніше сплачені кошти.

Вказану норму необхідно розглядати спільно з ще одним положенням ст.20 Закону України “Про внесення змін до Закону “Про туризм“ – турист має право відмовитися від виконання договору до початку поїздки за умови оплати турагенту або туроператору фактично понесених ними витрат за послуги, нада- ні до такої відмови.

Вказані вище дві норми означають наступне:

1. якщо відмова туриста від виконання договору обґрунтована іншими причинами, ніж істотне зростання ціни турпродукта (причини, пов'язані з 5% зростанням цін), то йому доведеться компенсувати туроператору або турагенту частину вартості турпродукту. Це можуть бути витрати на бронювання номерів в готелях, укладання договорів про екскурсійне обслуговування і т. ін.;
2. якщо відмова від виконання туристом договору обґрунтована зростан- ням ціни на 5 і більше відсотків, вимога щодо відшкодування туроператору (ту- рагенту) суми витрат, у разі розірвання договору, регулюється положеннями,

вказаними в договорі туробслуговування, або чинним законодавством. Вимоги щодо відшкодування туроператору або турагенту суми окремих витрат також застосовуватимуться до такого туриста, проте попередньою умовою початку їх розгляду все-таки буде повернення туристу всієї вартості турпродукта (і тільки потім може йти мова про які-небудь компенсації витрат).

Туроператор або турагент може відмовитися від виконання договору ту- ристського обслуговування тільки за умови повного відшкодування туристу збитків, підтверджених в установленому порядку і/або нанесених унаслідок ро- зірвання договору. Проте Закон України “Про внесення змін до Закону “Про туризм“ звільняє туроператора (турагента) від обов'язку відшкодовувати турис- ту збитки, якщо розірвання договору відбулося з вини самого туриста.

Якість туристських послуг повинна відповідати умовам договору, поряд- ку й способам захисту прав туристів, які були порушені неналежним виконан- ням обов'язків туроператором (турагентом).

Істотним моментом договору туристського обслуговування є відповіда- льність туроператора (турагента) за збитки, завдані туристу. Згідно із ст. 20 За- кону України “Про внесення змін до Закону “Про туризм“ туроператор (тура- гент) має право обмежити розмір майнової відповідальності перед туристом за неналежне виконання договору туристського обслуговування. Ця можливість може бути використана в тому випадку, коли туроператор (турагент) несе перед туристом одноосібну відповідальність за збитки, заподіяні діями або бездіяль- ністю одного з виконавців послуг. У цьому разі розмір відповідальності обме- жується подвійною вартістю турпродукту.

Це положення Закону України “Про внесення змін до Закону “Про ту- ризм“ можна застосовувати тоді, якщо туроператор (турагент), укладаючи договори з постачальниками послуг (готельних, ресторанних і т. ін.), обумо- влює свою пряму й одноосібну відповідальність перед туристом за неналеж- ну якість таких послуг. Звичайно, сам туроператор (турагент) надалі має на- году адресувати виробникам таких послуг вимоги про відшкодування збит- ків, проте під час вступу вимог від туриста про відшкодування збитків сума такого відшкодування буде обмежена подвійною вартістю турпродукта, не- залежно від розміру збитків. Тому при укладанні договору туристського об- слуговування необхідно чітко продумати порядок відшкодування збитків, нанесених туристу, і розподіл відповідальності внаслідок порушення прав туриста і спричинення йому збитків.

Одночасно з цим слід зазначити, що відповідальність за збитки, заподіяні здоров'ю або майну туриста, визначається відповідно до цивільного законодав- ства, якщо самим договором туристського обслуговування не передбачена під- вищена відповідальність туроператора.

Договір на туристське обслуговування може укладатися шляхом ви- дачі ваучера. Відповідно до ст. 23 Закону України “Про внесення змін до Закону “Про туризм“ форму ваучера може прийняти договір на екскур- сійне обслуговування.

Невід'ємним додатком до договору фірми з клієнтом при продажі туру, відповідно до вищевказаного закону є туристська путівка.

Розглянемо поняття “туристський ваучер” і “туристська путівка” більш детально.

Договір на туристське обслуговування, укладений шляхом видачі вауче- ра, повинен містити такі дані:

* найменування і місцезнаходження суб'єкта туристської діяльності, номер ліцензії на туроператорську (іншу) діяльність, юридичну адресу;
* прізвище, ім'я, по батькові туриста (у разі групової поїздки – прізви- ще, ім'я, по батькові всіх членів групи);
* види туристських послуг, терміни їх надання;
* загальну вартість туристських послуг;
* назву, адресу і номер телефону об'єкту розміщення (готелю, санато- рію), його тип і категорію, режим харчування;
* розмір фінансового забезпечення відповідальності туроператора (ту- рагента) або межі відповідальності суб'єкта туристської діяльності згідно агент- ського договору;
* дату видачі ваучера.

При характеристиці договірних взаємостосунків між туристом і туропе- ратором (турагентом) необхідно також з'ясувати, чим насправді відрізняються туристський ваучер і путівка.

У редакції Закону “Про туризм”, діючого до 1 січня 2004 р., туристський ваучер і путівка були рівноцінними поняттями і означали документ, підтвер- джуючий статус однієї особи (або групи) як туриста. Ці документи є підставою для отримання туристських послуг.

Тепер ваучер визначений ст. 23 Закону України “Про внесення змін до Закону “Про туризм“ як форма письмового договору на туристське або екскур- сійне обслуговування, яка може застосовуватися на рівні з простою письмовою формою договору.

У 2005 р. були затверджені Інструкція про порядок оформлення турист- ського ваучера на надання туристських послуг і Порядок виготовлення (техніч- ний опис), обліку, зберігання і контролю за використовуванням бланків вауче- рів на надання туристських послуг. Обидва документи були затверджені нака- зом Державної туристської адміністрації України від 06.06.2005 р. № 50 (далі – Положення № 50).

З 1 жовтня 2005 р. всі турфірми (незалежно від форм власності) для того, щоб надати туристам турпослуги, повинні використовувати бланки ваучера но- вого зразка згідно з описом бланка ваучера, вказаного в Положенні № 50.

У 2006 р. цю норму було змінено. Змінами, внесеними Наказом Міністер- ства культури і туризму № 179 від 17.04.2006 р. до Інструкції про порядок офо- рмлення ваучера на надання туристських послуг та його використання, затвер- дженої наказом Держтурадміністрації України від 06.06.2005 № 50, були скасо- вані норми, що передбачали обов'язковість використання ваучера як форму до- говору при наданні туристських послуг всіма суб'єктами туристської діяльності незалежно від форм власності суб'єкта туристської діяльності і місця надання послуг. Зазначеними змінами також було скасовано положення, згідно з яким при наданні туристу окремої послуги, яка підтверджується іншим, ніж ваучер,

документом обліку та звітності (страховий поліс, проїзний документ тощо), або комплексу послуг, що складається з вищезгаданих послуг, застосування вауче- ра було обов'язковим.

Таким чином, суб'єкти туристської діяльності при наданні туристських послуг можуть:

—не використовувати ваучер як форму письмового договору на турист- ське або екскурсійне обслуговування і обмежуватися укладанням з туристом відповідного договору;

—використовувати тільки ваучер як форму письмового договору на тури- стське або екскурсійне обслуговування, або використовувати ваучер разом із укладанням відповідного договору.

При наданні туристських послуг усі суб'єкти туристської діяльності неза- лежно від форм власності й відомчої належності при використанні ваучера як форми договору на туристське обслуговування повинні використовувати блан- ки ваучера, що виготовляються Державним підприємством “Національна тури- стська організація” або спеціалізованими поліграфічними підприємствами, що мають ліцензію Міністерства фінансів України на виробництво цінних паперів та бланків документів строгого обліку. Якщо ж застосування ваучера догово- ром на туристське обслуговування не передбачено – у туристських компаній немає необхідності в його придбанні й видачі туристам.

Розглянемо ключові моменти й вимоги, які відтепер застосовуватимуться до складання, оформлення і виготовлення туристських ваучерів з урахуванням нових положень вітчизняного законодавства.

Порядок виготовлення, обліку і зберігання ваучерів висуває наступні ви- моги щодо їх виготовлення.

Відповідно до Опису бланка ваучера, також затвердженого Положенням

№ 50, ваучер є бланком розміром 1/3 аркуша формату А4 (99 х 210 мм), що міс- тить таку інформацію:

* серію і номер бланка;
* найменування документа «Ваучер»;
* найменування і місцезнаходження суб'єкта туристської діяльності, який реалізує послуги, номер ліцензії на відповідний вид діяльності;
* найменування, місцезнаходження, номер телефону суб'єкта туристсь- кої діяльності, який надає послуги;
* розмір фінансового забезпечення відповідальності туроператора (турагента) або межу відповідальності суб'єкта туристської діяльності по договору;
* прізвище і ім'я туриста (для групових поїздок - прізвище і ім'я керів- ника групи, чисельність групи з прикладеним списком туристів, завіреним пе- чаткою суб'єкта туристської діяльності, який видав ваучер);
* види туристських послуг, терміни їх надання і загальна вартість;
* назва, адреса і номер телефону об'єкту розміщення, його тип і катего- рія, режим харчування (у разі надання послуги з розміщенням);
* у ваучері можуть бути відображені додаткові умови, обумовлені дого- вором, складом групи, необхідні для обслуговування туристів;
* дата видачі ваучера;
* печатка.

Крім того, на лицьовій стороні бланка ваучера може розташовуватися ло- готип суб'єкта туристської діяльності.

Бланки ваучерів на надання туристських послуг повинні виготовлятися на спеціальному папері з використанням таких елементів поліграфічного захисту:

* дворівневий водяний знак;
* хімічний захист;
* наявність захисних волокон;
* лицева і оборотна сторони бланка друкуються двома сітками антисканерів;
* у дизайні бланка лицевої і оборотної сторони використовуються ви- димі і невидимі при денному світлі фарби, які мають свічення в ультрафіолето- вому промінні;
* мікрошрифт;
* кількість фарб друку: лицева і оборотна сторони бланка 5+3 фарби офсетного друку; наявність веселкового друку, нумерація лицевої сторони бла- нка - одна фарба;
* допуски: за всіма розмірами (окрім мікрошрифту) ±0,5 мм; за кольо- ром ±10 %; за масою паперу ±10 г/м.

Придбання суб'єктами туристської діяльності бланків ваучерів прово- диться самостійно на спеціалізованих підприємствах, які мають ліцензію на ви- готовлення цінних паперів і документів строгої звітності. При цьому бланк ви- готовляється з нанесенням двох букв і шестизначного номера у верхньому пра- вому кутку ваучера, які індивідуалізують кожний конкретний бланк. Ненумеро- вані бланки не можуть бути використані при наданні послуг суб'єктами турист- ської діяльності як договір на туристське обслуговування.

Ваучер складають в трьох примірниках – бланків з однією серією і одним номером.

Відповідно до п. 2.2 Інструкції відповідальність за правильність оформ- лення ваучера покладається на суб'єкта туристської діяльності, який реалізує туристу послугу або комплекс послуг.

Облік і зберігання бланків ваучера, а також списання пошкоджених або анулювання бланків повинні здійснюватися з дотриманням всіх вимог законо- давства щодо зберігання і обліку документів строгої звітності.

У разі припинення (ліквідації, реорганізації, приєднання) суб'єкта турист- ської діяльності, всі невикористані на дату ліквідаційного балансу бланки вауче- рів знищують з дотриманням всіх необхідних процедур і вимог законодавства.

На вимогу контролюючих органів суб'єкт туристської діяльності зобов'я- заний пред'явити всю документацію щодо використовування бланків ваучерів.

Передача бланків ваучерів суб'єктом туристської діяльності іншим су- б'єктам туристської діяльності дозволена тільки в тому випадку, якщо така пе- редача обумовлена договором (контрактом) між ними. При цьому в договорі повинні бути обумовлені правила й процедури обміну, зберігання, обліку і спи- сання бланків ваучерів, як і відповідальність сторін. При цьому підприємство-

власник ваучерів у реєстрі ваучерів повинно дати відмітку про їх передачу ін- шому суб'єкту туристської діяльності.

Бланки ваучерів, передані одним суб'єктом туристської діяльності іншому і використані одержувачем, можуть бути підставою для проведення розрахунків між такими суб'єктами туристської діяльності за надані послуги.

Зазначимо, що окрім нових вимог до самого бланку ваучера (тобто його форми) Положенням № 50 пред'явлені нові вимоги до оформлення ваучера, тобто до його обов'язкових реквізитів.

Перш за все в Положенні № 50 ваучер розглядається як форма письмово- го договору на туристське обслуговування, а також документ, який є підставою і гарантією отримання туристом сплаченої послуги або комплексу послуг у різ- них суб'єктів туристської діяльності.

Інструкцією про порядок оформлення туристського ваучера на надання туристських послуг встановлено, що бланки ваучерів заповнюються українсь- кою мовою (або мовою національних меншин) при наданні послуг на території України, а при наданні їх за її межами – мовою, передбаченою зовнішньоеко- номічним контрактом.

Заповнення бланка ваучера може здійснюватися вручну або за допомогою комп'ютерної техніки. Якщо на заповненому бланку ваучера відсутні один або декілька обов'язкових реквізитів, він може бути визнаний недійсним, в наданні послуг з такого ваучера може бути відмовлено.

У законодавстві на сьогоднішній день є спеціальні норми про санаторно- курортну путівку, які містять наказ Міністерства охорони здоров'я від 22.01.2002 р. № 19 про затвердження зразка санаторно-курортної путівки» і Ін- струкція про порядок забезпечення застрахованих осіб і членів їх сімей путів- ками на санаторно-курортне лікування, придбаними за рахунок засобів Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності, затверджена ух- валою правління Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працезда- тності від 02.06.2005 р. № 55.

Визначимо основні характеристики ваучера і путівки для того, щоб зро- зуміти, рівноцінні ці поняття на сьогодні чи ні (див. табл. 16.3).

**Туристська путівка –** це документ, що підтверджує факт передачі тури- стського продукту.

**Туристський ваучер –** документ, що встановлює право туриста на по- слуги, що входять до складу туру, і підтверджує факт передачі послуг.

**Ваучер –** документ, який є підставою і гарантією для отримання туристом оплаченої послуги або комплексу послуг у суб'єкта туристської діяльності, що надає послуги. У разі замовлення туристом послуг у різних суб'єктів туристсь- кої діяльності турист отримує ваучери в кількості, пропорційній кількості су- б'єктів туристської діяльності.

Ваучер оформляється суб'єктом туристської діяльності, що реалізує тури- сту послугу або комплекс послуг.

Таблиця 16.3

Основні характеристики ваучера і путівки

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ключові моменти | Ваучер | Путівка |
| 1 | 2 | 3 |
| Сутність документа | Ваучер - форма письмового договору на туристське або екскурсійне обслуговуван- ня, яка може використову- ватися згідно із Законом про туризм. Ваучер - документ, що є підставою і гарантією для отримання туристом сплаченої послуги або ком- плексу послуг у суб'єкта ту- ристської діяльності, який їх надає | Путівка на санаторно- курортне лікування - це документ, що гарантує йо- го власнику отримання по- слуг в санаторно- курортних закладах, що реалізували цю путівку |
| Хто може видати(оформити) | Туроператор, турагент. Іно- земним туристам, які їдуть до України, ваучери оформ- ляются туристською фірмою- нерезидентом, якщо це пе- редбачено законодавством країни мешкання туриста | Бухгалтерія підприємства (установи, організації ви- щого навчального закладу, професійно-технічного за- кладу) застрахованій особі за його основним місцем роботи (навчання) для са- наторно-курортного ліку- вання. Районні (міжрайон- ні), міські виконавчі дире- кції відділень Фонду фізи- чній особі за місцем його реєстрації, який є платни- ком єдиного податку або застрахований на доброві- льних засадах |
| Чи може оформляти- ся на декількох від- почиваючих | Може | Ні |
| Чи є єдиним можли- вим варіантом офор- млення правовідно- син | Використовується як форма договору | Використовується обов'яз- ково |
| Додаткові реквізити | Вказується номер ліцензії на здійснення туроператорсь- кої (турагентської) діяльно- сті і дата її видання | На путівках, придбаних за рахунок коштів Фондів, санаторно-курортні закла- ди вказують перелік по- слуг, що входять до варто- сті путівки, а виконавчими дирекціями відділень Фон- дів в обов'язковому поряд- ку проставляється штамп |

Продовження табл. 16.3

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
|  |  | «Сплачено за кошти Фонду соціального страхування по тимчасовій втраті пра- цездатності» |
| Доповнення до доку- мента | Відсутні | Талони на харчування і мешкання, зворотний та- лон, який підлягає повер- ненню організації, яка на- дала путівку |
| Кількість видаваних екземплярів | Два | Один |

При укладенні суб'єктами туристської діяльності угод (контрактів), якими передбачено застосування ваучерів як форми договору про надання туристсь- ких послуг, зразки ваучерів є додатками до вищезгаданих угод (контрактів).

Ваучери знаходять широке застосування в міжнародному туризмі.

**Міжнародний туристський ваучер –** унікальна система, що поєднує в собі ваучер з офіційним платіжним документом як його невід'ємна частина.

Міжнародний туристський ваучер затверджений Всесвітньою Федерацією Асоціацій Туристських Агентств (ФУААВ), національними асоціаціями, які входять у федерацію, представниками турагентств і схвалений Міжнародною готельною асоціацією, ланцюгами міжнародних готелів, незалежних готелів і урядових закладів в усьому світі.

Право на видачу ваучера має будь-яке туристське підприємство, що є членом національної асоціації турагентств, або членом ФУААВ, або членом тієї чи іншої організації одночасно.

Міжнародний туристський ваучер призначений для бронювання місць у готелях, залізничних квитків, оренди автомобілів та інших видів обслуговуван- ня, що вимагають попередньої оплати. Цей документ дозволяє значно заощади- ти час і кошти. Сторона, яка надає послуги (наприклад, готель), платить тверду суму за оброблення кожного ваучера, а це значний доход для турагентства.

Міжнародний туристський ваучер приймається підприємствами обслуго- вування в усьому світі і практично виключає необхідність укладати угоду з ко- жним з цих підприємств окремо.

Даний ваучер містить юридично узаконений платіжний документ, що пі- сля надання зазначених у ньому видів послуг може бути депонований на будь- який банківський рахунок підприємства, яке надає послуги.

Слід зазначити, що договірна робота регламентується достатньо великою кількістю нормативних документів. Разом з тим дуже багато в договірній роботі залежить від кваліфікації та професійного досвіду персоналу підприємств, його юридичної підготовки, ступеня довіри між партнерами і т. ін. У договірній ро- боті важливо, щоб договір був правильним, дійсно відповідав діючим нормам і

законодавчим актам, а партнери, що укладають договір, повинні чітко уявляти ступінь ризику, який вони беруть на себе і всю відповідальність за наслідки сумісної діяльності.