**Тема 8. Організація туристичних подорожей туроператором**

**Особливості оформлення міжнародних договорів (контрактів) між туроператорами та представниками-рецепціоністами (траспортним підприємством, закладами готельного господарства). Типова форма (зміст) договору (угоди) про співробітництво. Особливості договору чартеру (фрахту). Робота чартерного відділу. М’який та твердий блок. Права та обов’язки сторін, обмеження та права туроператора. Процес бронювання послуг транспортних, екскурсійних підприємств. Наземне обслуговування. Процедура бронювання пакетних турів. Правила оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування. Процеси замовлення послуг підприємств ресторанного господарства та узгодження меню. Основні види автоматизованих систем бронювання та резервування в туризмі. Порядок бронювання через мережу Internet. Підтвердження факту купівлі-продажу та форми оплати замовлених послуг. Особливості доступу, пошуку, підбору та реалізації пакетних турів на основі агентського договору. Своєчасна та несвоєчасна ануляція туристичних послуг. Правила dead-line. Компенсація та штрафні санкції в разі несвоєчасної ануляції. Види та форми розрахунків за туристичне обслуговування. Суть і значення якості туристських послуг. Споживчі властивості і споживчі параметри туристських послуг. Критерії оцінки та оцінювання якості послуг. Параметри оцінювання відповідності замовлених і наданих турпослуг. Експертна оцінка оптимального обслуговування туристів під час подорожі.**

Договори з постачальниками послуг складаються на основі типового договору з включенням питань, що стосуються обслуговування туристів і взаємовідносин партнерів (постачальника послуг і туроператора).

Усі взаємовідносини з партнерами – постачальниками послуг щодо обслуговування туристів на маршруті туру оформляються письмовими договорами (контрактами). Вони можуть мати типову форму договору купівлі-продажу, або договору комісії, або договору обміну (при безвалютному обміні туристичними групами).

Основні положення договорів з постачальниками послуг аналогічні положенням типового договору: предмет договору, основні умови, права й обов'язки постачальника послуг, права й обов'язки туроператора, відповідальність сторін, форс-мажорні обставини, юридичні адреси і реквізити партнерів.

Договір вважається укладеним, коли між сторонами досягнуто згоди з усіх істотних його умов. Істотними ж визнаються умови про предмет договору, які визнані законодавством істотними чи необхідними для договорів даного виду. Таким чином, сторони вправі встановлювати умови договору на свій розсуд, тому що в кожному випадку є своя специфіка, яка залежить від особливостей надання послуг туристам і взаємовідносин договірних сторін. Виключення складають тільки ті випадки, коли зміст відповідної умови запропонований (чи заборонений) законодавством.

Договір з готельним підприємством

У міжнародній практиці відомі і мають широке застосування угоди і документи, що регулюють взаємовідношення готельних підприємств із турагентами і туроператорами. Один з них є Готельна конвенція 1970 р., розроблена під егідою Міжнародної готельної асоціації і Всесвітньої федерації асоціацій туристичних агентств. Конвенція визначає зобов'язання договірних сторін, сферу її застосування, типи готельних контрактів, загальні й особливі правила їхнього складання, величину комісійних і порядок платежів, а також умови анулювання договорів. У 1979 р. у Готельну конвенцію був внесений ряд поправок і вона одержала назву "Міжнародна готельна конвенція", що з 1993 р. стала кодексом відносин між готелями і турагентствами (туроператорами) і використовується при укладанні готельних контрактів.

Кодекс зобов'язує готельне підприємство надавати точну інформацію про категорію і розташування готелю, а також про якість наданих послуг. У ньому визначається, що турагент не має права встановлювати для своїх клієнтів ціни вище тих, котрі встановлені за договором комісії. Це має відношення і до туроператора, що працює з готелем на тих же умовах. При цьому ні турагент, ні туроператор, ні готель не повинні розкривати ціну, що обумовлена в контракті.

Документами, що регулюють взаємини туристського бізнесу з готельними підприємствами, є :Міжнародні готельні правила, схвалені Радою Міжнародної готельної асоціації (02.11.81 р.), і Міжрегіональна гармонізація критеріїв готельної класифікації на основі класифікаційних стандартів, схвалена регіональними комісіями ВТО в 1989 р.

Хоча ці документи носять рекомендаційний характер і не є обов'язковими, вони містять багато положень, що увійшли в міжнародну практику взаємовідносин між готельним і агентсько-операторським бізнесом у туризмі.

Взаємовідносини з готельними підприємствами визначаються в основному такими угодами:

Договором про квоту місць з гарантією заповнення 30-80 %. За таким договором туристична фірма одержує від готелю визначену кількість місць, яку вона зобов'язана протягом періоду, оговореного в контракті, заповнити туристами. При цьому вона гарантує оплату 30-80 % виділеної квоти місць, навіть якщо вони не будуть використані. Іншу частину квоти фірма має право анулювати у встановлений термін. За цим договором фірма одержує ціни на готельні місця більш низькі, чим звичайні тарифи.

Договором про квоту місць без гарантії заповнення. За цим договором фірма не бере на себе ніякої гарантії заповнення виділеної їй квоти місць. Тому в силу вступає звичайне правило анулювання місць, не використаних у встановлений термін. Фірма розраховується з готелем за звичайними тарифами.

Договором про тверду закупівлю місць з повною оплатою. За таким договором фірма гарантує готелю повну оплату виділеної квоти місць, незалежно від їхнього заповнення. За таких умов фірма виторговує більш низькі ціни на розміщення в готелі, ніж зазвичай.

Договором про поточне бронювання. Це найбільш типовий договір для туристичних фірм, особливо тих, котрі займаються організацією індивідуального туризму. За договором фірма не одержує від готелю ніякої квоти місць. При звертанні клієнта вона направляє готелю заявку на бронювання і тільки після одержання підтвердження робить продаж готельних послуг. При такому договорі діють звичайні тарифи на готельні місця.

Бронювання місць у готелях здійснюється в два етапи. Перший включає запит на бронювання з боку туроператора, що містить у собі такі традиційні відомості: ім'я туриста, вид послуг (категорія номера, напівпансіон чи повний пансіон), терміни перебування. Другий – обробку матеріалів щодо запиту з подальшим підтвердженням. Тільки позитивна відповідь дає підставу вважати місце зарезервованим.

Оплата бронювання з боку туроператора здійснюється відповідно до умов, що обговорюються в договорі, наприклад, відповідно до категорії зарезервованих місць і номерів мінімум за 10 днів до того, як вони будуть зайняті туристами, терміном не менше 3 днів

Застосовуються різноманітні форми бронювання – усна, письмова, телефонна, телексна, телеграфна та інші. Під час використання автоматичних апаратів для резервування застосовуються спеціальні міжнародні готельні коди. Сучасний рівень комп'ютеризації дозволяє здійснювати бронювання і його підтвердження практично одночасно.

У будь-якому варіанті договору варто передбачити (обговорити) такі умови:

вартість номерів і бронювання;

тип номерів і необхідне їхнє число;

тривалість (сезони) обслуговування;

вільні періоди;

графіки заїзду туристів;

терміни і тривалість разового обслуговування;

набір вхідних послуг;

кількість (пансіон) і форму організації харчування – варіанти надання харчування в ресторані;

час обслуговування туристів харчуванням;

спеціальні зручності на відпочинку (наприклад, для інвалідів, вегетаріанців, користування міським пляжем і т.д. );

мови, на яких необхідно говорити персоналу;

терміни підтвердження заїзду туристів (бронювання);

терміни зняття заїздів без пред'явлення штрафних санкцій;

штрафні санкції по величині і термінам відмовлення;

знижки на тривалий заїзд чи на постійне завантаження;

матеріальна відповідальність за недозаїзд (кількісний), зрив заїзду, відмова в розміщенні гостей і ін.;

інші специфічні питання (наприклад, чи входить у вартість номера користування в готелі сауною, більярдом та ін., час роботи басейну тощо).

Крім того, важливо звернути увагу на гарантії, що дає вам партнер – постачальник послуги (наприклад, чи гарантує готель обіцяне розміщення).

У взаєминах з постачальниками послуг необхідно передбачати (фіксувати в договорі) умову про неможливість зворотного підвищення цін (ціни можна підвищувати тільки на непродані послуги) і відпрацювати механізм виконання цієї умови.

Договір з підприємством харчування

Такий договір укладається з підприємством харчування, якщо харчування організується поза засобом розміщення туристів і не входить у контракт із готельним підприємством. Це може мати місце на маршрутних, тематичних турах й екскурсіях (харчування в дорозі) і ін.

У такому договорі повинні бути відображені:

кількість туристів, що одночасно обслуговуються;

регулярність і величина замовлень;

вид харчування (шведський стіл, табльдот тощо);

приблизні варіанти меню;

приблизні ціни на різні раціони харчування;

знижки за велику кількість клієнтів чи за постійне забезпечення клієнтурою;

терміни подачі заявок на харчування;

граничні терміни зняття замовлення без пред'явлення штрафних санкцій;

матеріальна відповідальність за зрив харчування з тієї чи іншої сторони з вказівкою термінів настання матеріальної відповідальності та ін.

Договір з автотранспортним підприємством

Міжнародні взаємовідносини в сфері організації автотранспортних перевезень туристів регулюються Європейською угодою про нерегулярні міжнародні перевезення пасажирів автобусами, прийнятим у Дубліні 26 травня 1982р. Відповідно до цієї угоди при організації нерегулярних міжнародних пасажирських перевезень у країнах Східної і Західної Європи повинен використовуватися спеціальний контрольний документ (лист поїздок), що повинний знаходитися на борту автобуса.

Договірні взаємовідносини з автотранспортними підприємствами (АТП) будуються на підставі договору оренди транспортного засобу з екіпажем (водіями). За договором оренди транспортного засобу з екіпажем орендодавець (АТП) надає орендарю (турфірмі) транспортний засіб у тимчасове володіння і користування за плату і надає самостійно послуги по керуванню ним і по його технічній експлуатації.

Водії автобуса (їхня кваліфікація) повинні відповідати обов'язковим для сторін правилам і умовам договору чи вимогам звичайної практики, тому що вони є працівниками орендодавця і підкоряються розпорядженням автотранспортної компанії, що стосуються керування і технічної експлуатації, а також розпорядженням турфірми, що стосуються комерційної експлуатації автобуса. Як правило, витрати на оплату послуг водіїв, а також витрати на їх утримання несе АТП.

Якщо інше не передбачено договором оренди автобуса з екіпажем, обов'язок страхувати транспортний засіб і відповідальність за збиток їм чи третім особам у зв'язку з експлуатацією автобуса покладається на орендодавця (АТП) у тих випадках, коли таке страхування є обов'язковим у силу закону чи договору. Наприклад, при організації закордонних поїздок необхідне оформлення спеціальної страховки (зеленої карти) і страхування відповідальності за збиток, заподіяний третім особам . У договорі з АТП слід домовитися про обов'язкову наявність такої страховки на автобус.

Якщо інше не передбачено договором оренди автобуса з екіпажем, турфірма зазвичай несе витрати, що виникають у зв'язку з його експлуатацією, у тому числі витрати на оплату палива й інших матеріалів, що виникають в процесі експлуатації, а також зборів (дорожніх, та ін.). Крім того, у договорі з автотранспортним підприємством необхідно обумовити таке:

марки автотранспортних засобів, які виділяються для обслуговування туристів (автомашин, автобусів);

ціни і тарифи;

графіки і терміни роботи автотранспорту;

маршрути, на яких буде використовуватися автотранспорт;

терміни подачі заявок на виділення автотранспорту;

терміни відмови від заявок без пред'явлення штрафних санкцій;

матеріальну відповідальність АТП за зрив подачі автотранспорту на обслуговування туристів;

матеріальну відповідальність туристичної фірми за зрив використання автотранспорту;

максимальні терміни очікування автотранспорту при запізненні туристів;

максимальні терміни очікування туристів при запізненні автотранспорту;

основні права й обов'язки туристів, гідів, екскурсоводів при користуванні автотранспортними засобами під час обслуговування;

знижки і пільги (можливі варіанти).

У міжнародному і внутрішньому туризмі вживаються заходи для забезпечення безпеки туристів на автобусних турах і по забезпеченню стандартів обслуговування. Так, у багатьох країнах введене ліцензування автобусних перевезень туристів і екскурсантів.

Рішенням Європейської транспортної комісії уведена вимога обов'язкового оснащення всіх туристських автобусів з кількістю місць 9 і більш, включаючи місце водія, спеціальним контрольним приладом –тахографом. Цей аналог "чорного ящика " на літаках – прилад, що контролює роботу автобуса і водія на маршруті, записуючи всю інформацію на тахограф.

Договір з авіакомпанією

Всі правила міжнародних авіаперевезень регулюються рядом міжнародних угод, однією з яких можна назвати Варшавську конвенцію 1929р."Про уніфікацію деяких правил, що стосуються міжнародних повітряних перевезень", зі змінами, прийнятими в 1959р.(Гамбурзькі правила).

Договори з авіакомпаніями можуть бути трьох видів:

а) договір на квоту місць на регулярних авіарейсах (договір купівлі-продажу); б) агентська угода; в) чартер (оренда літака).

Договір на квоту місць на регулярних авіарейсах. Квота місць може бути твердою чи м'якою. Це впливає як на умови договору, так і на спеціальні пільги і знижки. При твердій квоті місць вся відповідальність за нереалізацію місць лягає на туристичну фірму, незалежно від причин нереалізації. Фінансові втрати несе турфірма. При м'якій квоті місць установлюються терміни можливого відмовлення туристичною фірми від квоти чи частини квоти місць через нереалізацію туристичних путівок. Ці терміни передбачають можливість подальшої реалізації цих місць самою авіакомпанією чи іншими її агентами. Договір з авіакомпанією на квоту місць на регулярних авіарейсах включає :

графік функціонування турів у напрямку "туди" й "назад" із вказівкою місць призначення;

кількість туристів у кожній групі (квота місць);

терміни подачі заявок і викупу авіаквитків;

терміни зняття замовлень на квитки без утримання штрафів (м'який блок);

види тарифів на придбані квитки, пільгові тарифи, умови надання пільгових тарифів;

знижки і пільги на квоту місць;

порядок і терміни повернення викуплених але невикористаних квитків, матеріальну відповідальність що випливає з термінів повернення (м'який блок).

Агентська угода з авіакомпанією. Деякі авіакомпанії вважають своїми агентами всі туристичні фірми, що мають з ними договір на квоту місць. Але в чистому вигляді агентська угода – це робота по реалізації авіаквитків, тобто коли туристична фірма одержує можливість самостійно виступати як агентство авіакомпанії з продажу авіаквитків, що спрощує і прискорює процедуру бронювання й оформлення проїзних документів. Туристична фірма сама виступає в якості каси з продажу квитків авіакомпанії, тобто сама виписує квитки і має відповідне комп'ютерне устаткування і право доступу до мережі бронювання даної авіакомпанії.

У цьому випадку авіакомпанія в особі даної турфірми має додатковий пункт продажу (однією з умов агентської угоди звичайно є продаж під тури квитків саме цієї авіакомпанії). В агентській угоді з авіакомпанією обумовлюються такі моменти:

хто і на яких умовах забезпечує устаткування для оформлення авіаквитків та їхніх бланків;

питання про підготовку кадрів для обслуговування цього устаткування;

обсяги продажів (найчастіше встановлюються індивідуально – по кількості квитків на місяць, наприклад від 10 до 200 квитків на місяць, чи по виручці від продажу: від 10 до 200 тис. дол. і більше залежно від авіакомпанії);

обмеження можливих продажів (регіональні чи по сегментах споживачів );

за чиєю ціною продаються авіаквитки — за ціною авіакомпанії чи за ціною турагентства (чиста агентська угода передбачає продаж за ціною авіакомпанії);

ціни і тарифи продажу авіаквитків;

умови оплати авіаквитків — попередня оплата чи оплата по мірі продажу (для сток–агентів у деяких авіакомпаніях попередня оплата встановлюється за групи туристів);

розмір комісійної винагороди за продаж авіаквитків (до 9% від проданого тарифу);

терміни і регулярність подачі звітів для авіакомпанії, їх форма і необхідна в додатку документація;

розмір банківських гарантій на користь авіакомпанії чи Міжнародної асоціації повітряного транспорту (ІАТА) (від 20 тис. дол.);

членство в ІАТА.

Чартер (оренда літака). При організації чартерних авіаперевезень замовник і авіакомпанія визначають маршрут, обговорюють обов'язки сторін, з'ясовують відповідність орендного договору міжнародним правилам і визначають вартість рейсу, що включає оренду літака, витрати палива, роботу екіпажу, обслуговування в аеропорту.

Потім укладається спеціальний чартерний договір, у якому обговорюються :

вид (марка) літака;

число місць, що підлягають продажу;

вартість оренди літака;

маршрут із вказівкою аеропортів вильоту і прибуття;

термін дії договору (сезон, рік та ін.);

регулярність здійснення авіарейсів;

можливість і граничні терміни зняття (скасування) авіарейсу і відповідні санкції.

Особливість чартерів така, що один повний рейс (другий; і передостанній польоти – перший зворотний після першого завозу і останній туди перед останнім вивозом) виконується без туристів : на останньому рейсі літак забирає останніх туристів, не привозячи нових, тому що він уже за ними не повернеться (тобто на 10 туристичних заїздів припадає 11 авіарейсів). Тут діє формула N+1. Отже, найбільше число польотів за період дії авіачартерної програми знижує витрати на рейс, що „випадає”, а значить, знижує й перевізний тариф.

Нормальні відносини з авіакомпаніями при оренді повітряного судна передбачають його оплату з обов'язковим підведенням балансу після кожного польоту.

Чартерні рейси не повинні суперечити вимогам Варшавської міжнародної конвенції про обов'язки перевізника перед пасажиром. Практика чартерних програм показує, що братися за їхню організацію є сенс тільки тоді, коли за 4–5 місяців можливе проведення як мінімум 15–17 здвоєних рейсів (туди й назад). Рейси зазвичай виконуються 1–2 рази на тиждень і зовсім рідко – з періодичністю раз в 10 днів чи у 2 тижні.

Помітна тенденція, коли туроператори формують і експлуатують власні чартерні авіарейси переважно для забезпечення власних туристів.

Варто помітити, що в сезон реально можна організувати 20 заїздів (при щотижневих польотах). Однак чартер можна пускати із частотою 2 рази на тиждень. Тоді кількість польотів за сезон зростає до 40. Це значно знижує тариф, але недоступно по завантаженню більшості туристичних фірм. Цим і пояснюється виникнення на ринку туристичних перевезень "проміжних" підприємств – фірм-оптовиків (wholesalers), що зосереджують у своїх руках великі чартери і розподіляють їх серед більш дрібних фірм у виді блоків-чартерів (тобто по 10–30 місць). Продаж блоків місць на свій чартер туроператор-оптовик, як правило, проводить за трьома варіантами: твердий блок місць, м'який і комбінований.

М'який блок, при якому замовник не має ніякої фінансової відповідальності, але має право у заздалегідь обговорені терміни чи цілком чи частково відмовитися від своїх місць, більш зручний для турагента, однак якщо відмова відбудеться пізніше встановленого терміну, то замовнику має бути виплачений штраф. Звичайно м'які блоки застосовуються досить рідко, оскільки вони не завжди вигідні власнику чартеру (будь це авіакомпанія чи туроператор-wholesalers).

Твердий блок передбачає строгі договірні зобов'язання по термінах продажу й оплаті. Замовник вносить попередню оплату, розмір якої звичайно включає суму вартості двох парних рейсів. Тарифи при реалізації твердого блоку бувають приблизно на 5–10% нижчі, ніж у м'якому. До того ж при договорі на твердий блок оператор і агент фіксують ціну на весь період дії чартеру, що дає гарну можливість реалізаторам варіювати ціни в пік сезону і наприкінці нього.

Найбільш поширений продаж місць на чартерні рейси комбінованим способом, що поєднує елементи двох вищезгаданих варіантів. Загальне число місць, що входять у реалізований блок, поділяється у визначеній пропорції на дві частини, одна з яких реалізується за твердою системою, а інша – за м'якою.

Часто в ролі ініціатора чартерної програми виступає декілька туроператорів. При цьому вони заздалегідь погоджують між собою умови організації польотів. Головним питанням для туроператора, який уперше організовує власний чартер, завжди залишається питання вибору авіакомпанії. У поняття "надійність авіакомпанії", на думку туроператорів, входять насамперед репутація й ім'я на світовому ринку авіаперевезень, відпрацювання технологічного ланцюжка польотів на конкретному напрямку, величина і номенклатура літного парку, можливість наземної представницької підтримки.

Не останню роль в організації чартерів грає ціна перевезення. Підписуючи договір про організацію чартеру, авіакомпанія майже завжди ставить туроператора в жорсткі умови. Насамперед від фірми вимагають попередньої оплата. Який би не був її максимальний розмір, авіакомпанія завжди наполягає, щоб заздалегідь були оплачені перший і останній рейси чартерного циклу: у такий спосіб вона страхує себе і раніше завезених туристів від можливих неплатежів. Оплата рейсів обговорюється заздалегідь і здійснюється, як правило, за 7–10 днів до початку польоту. Відповідно до договору, у випадку не своєчасної оплати компанія вправі виставити замовнику штрафні санкції чи перервати з ним договірні відносини.

Договір із залізницею

Договір про виділення місць у потягах, які рухаються за графіком укладаються за правилами, аналогічними договорам з авіакомпаніями на квоту місць чи по поточному бронюванню. Особливості має договір на оренду спеціалізованого туристичного потягу.

Договір на оренду спеціалізованого туристичного потягу. Стандартні залізничні тури можна умовно розділити на три самостійні категорії : одноденні, нетривалі (2–3 доби), багатоденні (від 5 днів і більш).

Одноденні тури починаються ранком і закінчуються ввечері того ж дня. У дорозі туристи розташовуються за столиками вагонів-ресторанів. По шляху вони можуть не тільки перекусити, але і подивитися виступ естрадних і циркових артистів. Це може бути екскурсійна поїздка чи пікнік на природі. Найчастіше пасажири поєднують обидві ці програми.

Нетривалі тури. Під час 2–3-добових залізничних турів пасажири проживають в окремих купе. Поїздки традиційно розроблені з таким розрахунком, щоб уночі, коли усі сплять, потяг знаходився в дорозі. Удень туристи звичайно беруть участь у запланованих екскурсійних заходах.

Такі подорожі організуються в різних країнах. Наприклад, подорож по Африці на потязі, яка пропонується південноафриканською компанією "Ровос-Рейл" – "залізничне сафарі", – південною частиною Африканського континенту. Компанія "Ровос-Рейл" викупила два потяги "гордість Африки". Один назвали "Класік" (він оформлений у стилі 40-х років), інший – "Эдуардіан" (стиль часів англійського короля Едуарда). Обоє вони дають можливість зробити унікальне "залізничне сафарі" південною частиною Африканського континенту.

Багатоденні тури. Графік руху потягів, що обслуговують багатоденні поїздки, ретельно продумується. В залежності від маршруту екскурсійної програми туристи часто знаходяться в дорозі в денний час. Щоб мандрівники не стомилися, між двома пунктами турпоїзд повинний їхати без зупинок не більше півтори доби. Тривалі денні переїзди плануються, як правило, у тих випадках, коли по шляху проходження відкриваються цікаві види і ландшафти. В окремих випадках передбачаються і короткочасні "зелені стоянки" безпосередньо в лісі чи в горах, на березі моря чи великого озера.

У договір на оренду спеціального туристичного-екскурсійного потягу вносить таке:

маршрут поїздки із зазначеням всіх пунктів зупинки;

вартість оренди вагонів і вагонів-ресторанів;

терміни подорожі із зазначенням дат і тривалості зупинок у кожному пункті маршруту;

кількість вагонів і місць у них, вартість оренди вагонів;

кількість вагонів-ресторанів;

кількість змін постільної білизни на одну людину;

відстань (кілометраж) маршруту і вартість проїзду;

терміни відмов від подорожі (не пізніше ніж за 20 діб до відправлення);

послуги в потязі (чай, чайна продукція, сніданки в купе та ін.).

Договір з екскурсійним бюро

Якщо немає власного екскурсійного відділу, договір з екскурсійним бюро містить такі пункти:

найменування і тривалість екскурсій, спосіб пересування на них (автобусні, пішохідні, теплохідні та ін.);

терміни подачі заявок на проведення екскурсій;

ціни на екскурсії;

кількість екскурсантів у групі на кожній екскурсії;

матеріальна відповідальність за зрив екскурсії (з вини екскурсійного бюро чи туроператора).

Договір з музеєм

Договір з музеєм містить:

варіанти екскурсій та їхню тематику;

кількість екскурсантів у групі;

ціни на екскурсії (диференційовано – на групові й індивідуальні, за віком та ін.);

знижки на групове відвідування музею;

терміни подачі заявок на проведення екскурсій;

терміни скасування заявок;

матеріальну відповідальність за зрив музейної екскурсії з вини одного з партнерів та ін.

Не варто забувати й про додаткові послуги, тобто про ті, котрі не включені до пакету туру. Вони надаються туристам на місці за додаткову плату. Це зазвичай специфічні екскурсії, шоупрограми, морські, гірські чи річкові прогулянки, відвідування аквапарків, національних парків і заповідників, сафарі по горах і пустелям, полювання, риболовля й багато іншого. З підприємствами, що надають ці послуги, укладаються окремі договори з метою забезпечення ними туристів і одержання пільгових цін за рахунок викупу квитків при груповому відвідуванні.

Договір між ініціативним і рецептивним туроператорами

Рецептивні туроператори найчастіше працюють на прийомі до своєї країні й укладають договори з вітчизняними постачальниками послуг. Ініціативні ж частіше працюють не напряму з закордонними і регіональними постачальниками послуг, а за посередництвом місцевих рецептивних туроператорів. Але це не означає, що вони не можуть прямо виходити на постачальників послуг, минаючи посередників. Такі випадки зустрічаються на туристичному ринку серед великих (частіше транснаціональних) компаній. Договірна діяльність з постачальниками послуг ініціативних і рецептивних туроператорів майже нічим не різниться, хоча є свої особливості в ряді закордонних країн. Договірні взаємовідносини між ініціативним і рецептивним туроператорами багато в чому подібні з аналогічними взаєминами між туроператором і турагентом, якщо мова не йде про агентську угоду.

У договорі ініціативного та рецептивного туроператорів повинні бути відображені:

При організації маршрутного інклюзив-туру:

маршрут, програма туру і пакет послуг, що повинні бути надані туристам під час їхньої подорожі;

дата прибуття і дата від'їзду;

перелік і послідовність відвідування міст;

вид транспорту;

кількість днів перебування в кожному місті;

перелік екскурсій.

При організації індивідуальних турів на замовлення:

дата прибуття і дата від'їзду туристів;

перелік послуг і їхня класність.

Під час обговорення маршруту чи стаціонарного перебування туристів у місці відпочинку необхідно чітко визначити тривалість перебування туристів у місці розміщення по кількості ночівель, тому що всі розрахунки по обслуговуванню в готелях ведуться саме по їхній кількості. Однак при визначеній кількості ночівель днів перебування може бути на один більше (заїзд ранком першого дня перебування, від'їзд ввечері останнього дня). Тому для чіткості тлумачення поняття "тривалість подорожі" прийнято позначати її двома показниками – кількість днів і кількість ночівель. Наприклад, тур 7 днів/6 ночей; тур 14 днів/13 ночей та ін..

Варто також мати на увазі, що майже в усіх готелях діє „розрахункова година”, тобто фіксований час доби, з якого відраховується кількість прожитих у готелі днів. У більшості випадків цією годиною є 12 г дня (хоча в Італії, наприклад, це може бути і 10 г ранку). Тому в день закінчення туру чи переїзду з міста в місто за маршрутом туристам доводиться звільняти готельні номери до 12 г дня, інакше з них буде стягуватися доплата за половину доби чи за повну добу. Іноді за домовленістю з приймаючою фірмою чи готелем туристичній групі можуть бути виділені один-два чергових номера без доплати для збереження багажу на час після звільнення зайнятих ними номерів і до від'їзду з готелю. У деяких готелях для даних цілей створені безкоштовні камери схову. Усе це (користування туристами кімнатами чи камерами схову в день виїзду) повинне бути обговорено з приймаючим партнером і внесено до договору.

Під час обговорення питання розміщення туристів у готельному підприємстві необхідно погодити з фірмою його класність, тип і місце розташування. Ці параметри залежать від соціального складу передбачуваних туристів і мети подорожі. Обов'язково повинна бути погоджена категорія номерів.

Оскільки в будь-якій групі можуть бути непарні чоловік і жінка, необхідно обговорити з фірмою надання для кожної групи двох одномісних номерів без збільшення ціни. Варто також передбачити, щоб двомісні номери переважно були з двома односпальними ліжками (а не з одним двоспальним, що зустрічається в готелях для розміщення подружніх пар), адже не можна заздалегідь гарантувати, що в поїздку відправляться тільки сімейні пари.

При необхідності в контракті обговорюються можлива доплата (диференціація цін) при наявності додаткових комфортних умов (вид з вікна, наявність у номері телевізора та ін.). У договорі затверджуються і можливі варіанти харчування туристів:

повний пансіон — FB (American Plan) – повне обслуговування, що включає розміщення і триразове харчування;

напівпансіон — НВ (Modified American Plan) – розміщення і дворазове харчування (сніданок і обід чи сніданок і вечеря);

тільки сніданок — ВВ (Bermuda Plan) – розміщення і сніданок.

При більш низьких категоріях обслуговування можна цілком виключити харчування з пакета послуг (у кемпінгах, наметових таборах туристи часто самі готують собі їжу). Крім того, туристи, що подорожують індивідуально, також можуть відмовитися від регламентованого харчування на користь самостійного походу по місцевим кафе і ресторанам. У такому випадку цей вид пакету називається без харчування — B (European Plan) – тільки розміщення. Можливість надання туру без харчування також обговорюється в контракті.

Мають місце також розбіжності у формі обслуговування:

Обслуговування "А ля карт", тобто вільний вибір клієнтом страв із запропонованого рестораном меню. Зазвичай "А ля карт" застосовується при обслуговуванні індивідуальних туристів чи невеликих туристичних груп.

Обслуговування "Табльдот" – обслуговування за єдиним для всіх клієнтів меню, без права вибору страв. "Табльдот" у більшості випадків використовується при організації харчування туристичних груп. Він часто застосовується в туристичних готелях, пансіонатах, будинках відпочинку й в інших засобах розміщення, де виробничі потужності і можливості кухні обмежені; крім того, "табльдот" застосовується при обслуговуванні туристів, що подорожують за маршрутами великими групами.

"Шведський стіл" (чи "відкритий буфет") – вільний вибір виставлених на загальний стіл страв за принципом самообслуговування. Він дозволяє туристу вибрати їжу на свій смак й у кількості, що задовольняє його апетит.

Під час харчування (обіду і вечері) алкогольні і безалкогольні напої в меню не включаються, якщо це спеціально не обговорено в договорі. Виключеннями можуть бути жаркі країни, де прийнято подавати воду з льодом чи прохолодні напої. Ці варіанти також повинні бути заздалегідь обговорені з приймаючою фірмою. Можливість організації дієтичного харчування також фіксується в договорі.

Під час обговорення питання харчування потрібно обов'язково уточнити, чим (сніданком, обідом, вечерею) починається і закінчується обслуговування туристичної поїздки. Наприклад, "харчування починається з вечері в день прибуття і закінчується сніданком у день від'їзду".

Іноді при тривалій одноденній екскурсії чи переїзді з міста в місто, якщо по дорозі не має можливості організувати харчування в ресторані, туристам видається так званий "сухий пайок" (у деяких країнах називається "пікнік" чи "ланч пакет"). Це питання повинне бути також заздалегідь обговорене із приймаючою фірмою.

Обов'язково повинні бути докладно обговорені умови зустрічі і доставки туристів і їхнього багажу з аеропорту (вокзалу) у готель і навпаки.

Для перевезення туристів і їхнього багажу в готель використовуються замовлені автобуси, легковий автотранспорт рецептивного оператора. Трансфер обов'язково повинен бути включений у пакет послуг, тому що він споконвічно забезпечує чітке обслуговування прибуваючих туристів. Практика показує, що, якщо автобус на зустріч туристів запізнюється чи взагалі не приїздить, вони лишаються в дуже важкому положенні, не знаючи, як добратися до готелю, їхній настрій стає зіпсованим ледве не на увесь час подорожі.

В окремих випадках (коли мова йде про більш низький, економічний клас обслуговування, наприклад, студентських чи шкільних груп) за взаємною домовленістю і з метою зниження ціни пакета послуг допускається використання для трансферу міського транспорту, якщо він досить зручний і не вимагає пересадок на шляху від аеропорту (вокзалу) до готелю.

У контракті повинні бути чітко обговорені планові і додаткові екскурсії й інші відвідування визначних місць та пам’яток. Необхідно також погодити мову проведення екскурсій. Будь-яка екскурсія повинна проводитися в супроводі досвідченого гіда зі знанням рідної мови туристів. Крім того, необхідно також уточнити з фірмою, чи включається ціна вхідних квитків, скажемо, у музей, у вартість екскурсії та послуги штатного екскурсовода, якщо за правилами музею тільки він може проводити екскурсію. Оплата стоянки автобуса чи його проїзду платними ділянками дороги також повинна входити у вартість пакета послуг і ні в якому разі не стягуватися з туристів у вигляді додаткової плати.

При переговорах з іноземною фірмою про пакет послуг для туристів, що направляються на відпочинок, необхідно домовитися з нею про створення для них найбільш сприятливих умов. Наприклад, необхідно обговорити право безкоштовного і необмеженого користування пляжем, басейном, пляжними лежаками, стільцями, душем, парасолями та ін. Якщо готель знаходиться на відстані від пляжної зони, варто організувати у встановлені години "човникові" перевезення туристів до неї на автобусі.

Урізноманітнюють відпочинок додаткові послуги оздоровчо-бальнеологічного характеру: сауни, фітнес-центри, масаж, тренажерно-спортивні зали та ін. Додатково туристам повинні бути запропоновані різноманітні екскурсії, не включені до пакета туру. Це також є предметом договору між операторами по обслуговуванню туристів.

У маршрутних турах із приймаючою фірмою необхідно погодити вид транспорту для перевезення туристів за маршрутом. Бронювання місць і організація перевезень туристів цілком покладаються на приймаючу фірму. Для більшості європейських країн найбільш зручним видом транспорту для перевезення туристичних груп є автобуси. У таких країнах, як США, Канада, Індія, Китай, де відстані між містами на маршруті можуть бути досить значними, часто використовуються залізничні й авіаперевезення туристів.

Чайові, місцеві податки і збори. Усі ці виплати, якщо вони неминуче пов'язані з виконанням туру, повинні бути включені в ціну пакета послуг.

У зв'язку з діючими в різних країнах звичаями і правилами оплати чайових, туристичних податків і зборів необхідно заздалегідь домовитися з приймаючою фірмою про те, щоб вона взяла на себе всі розрахунки, пов’язані з їх оплатою (зрозуміло, включаючи їх до пакета послуг). Якщо це питання не буде обговорене, може вийти, що з туристів зажадають додаткову плату, що може суперечити умовам подорожі.

Супроводжуючий гід. Закордонні поїздки туристичних груп і деякі внутрішні поїздки нерідко організуються в супроводі співробітника направляючої туристичної фірми. У цих випадках необхідно одержати від іноземної фірми згоду на надання особам, що супроводжують групи, безкоштовно тих же послуг, що і всім туристам. Це стала практика в ділових відносинах між туристичними фірмами, тому іноземний партнер не буде проти такої умови. Потрібно тільки погодити з ним мінімальне число туристів, при якому направляється супроводжуючий. Нормою є один безкоштовний гід на 20 туристів у групі.

Для продажу індивідуальних турів за замовленням обговорюються асортимент, варіантність, ціни і рівень послуг, терміни і порядок їхнього бронювання, а також можливість змін у замовленні чи його ануляції.

При переговорах із приймаючою фірмою рекомендується попросити її підготувати для кожного члена туристичної групи чи індивідуала невеликий комплект рекламних матеріалів (проспектів, брошур, буклетів) по країні чи місцевості, що відвідується: по окремих туристичних центрах, визначних пам'ятках, місцевих можливостях відпочинку і розваг. Корисними для туристів є плани міст, які вони відвідують на маршруті. Вони дозволяють туристам самостійно орієнтуватися під час прогулянок містом у вільний час.

Велика кількість туристичних фірм і підприємств самостійно виходять на міжнародний ринок. Важливо із самого початку звернути увагу на законність і взаємовигідність угод (контрактів), що укладаються з іноземними партнерами. При укладанні таких контрактів необхідно враховувати нормативні акти, що регулюють зовнішньоекономічну діяльність, щоб у разі потреби обґрунтовано відстоювати свої права, тим більше, що світова практика виробила загальноприйняті умови договірних відносин, дотримання яких дозволяє досягти взаємоприйнятих умов договору.

У договорі необхідно визначити мову листування, претензійної документації і судочинства, щоб уникнути двоякого тлумачення.

Угоди з вітчизняними і закордонними туристичними фірмами складаються і підписуються у двох примірниках. Якщо договір підписується із закордонним партнером, то кожний з примірників складається державною мовою і мовою іноземного партнера або державною і будь-якою іншою мовою за згодою сторін (наприклад, англійською).

Права та обов'язки сторін у зовнішньоторговельній операції визначаються за законами місця її здійснення, якщо іншого не встановлено договором.