



СПОРНЫЕ ВОПРОСЫ КВАЛИФИКАЦИИ ДОГОВОРА МЕЖДУ ТУРОПЕРАТОРОМ И ТУРАГЕНТОМ

Аннотация. Статья посвящена спорным вопросам квалификации договора между туроператором и турагентом. Автором представлены основные позиции отечественных исследователей на правовую природу модели договора между туроператором и турагентом, рассмотрены нормы действующего гражданского законодательства, существующая судебная практика и деловая документация по данному вопросу. Проанализированы используемые в данных отношениях виды договоров (договор купли-продажи туристского продукта, договор возмездного оказания туристских услуг, договор франчайзинга (коммерческая концессия), договор поручения, договор комиссии, договор аквизиции, агентский договор), выявлены их сильные и слабые стороны. Рассмотрена возможность использования указанных договоров в отношениях между турагентом и туроператором. Предприняты попытки определения наиболее приемлемой модели регулирования отношений между указанными субъектами. Сделаны предложения в отношении совершенствования законодательства в части квалификации указанного договора в качестве агентского, внесения изменений в ФЗ «Об основах туристской деятельности» и Гражданский кодекс Российской Федерации.

Ключевые слова: туроператор, турагент, агентирование, комиссия, поручение, франчайзинг, аквизиция, купля-продажа, возмездное оказание услуг, модель договора.

DOI: 10.7256/1994-1471.2014.1.10024

Туризм является одной из самых динамичных и быстро развивающихся отраслей экономики Российской Федерации. В связи с необходимостью активного распространения услуг туроператора, быстрого и эффективного продвижения турпродукта, а также поиска новых клиентов, особой популярностью и востребованностью в туристской деятельности пользуются услуги агентов. Туроператоры активно прибегают к помощи агентов, ведь именно они «ближе к потребителю, имеют клиентские базы, могут дать исчерпывающую информацию о направлениях и маршрутах и т.д.»¹.

В результате такого обширного взаимодействия двух субъектов туристской деятельности (туроператора и турагента), возникает необходимость квалификации правовой при-

роды договора, заключаемого между ними. Как верно заметила Л.В. Щенникова еще в 1983 году, «особым видом договора оформляются отношения туристско-экскурсионных учреждений (бюро путешествий и экскурсий) между собой»².

В настоящий момент туристские отношения в Российской Федерации регулируются Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»³ (далее – Закон о туристской деятельности). В соответствии с данным Законом, продвижение и реализация туристского продукта турагентом осуществляются на основании договора,

² Щенникова Л. В. Гражданско-правовое регулирование туризма в СССР // Советское государство и право. 1983. №8. С. 129.

³ Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. 1996. № 49. Ст. 5491.

¹ Сирик Н. В. Особенности договора агентирования в туристической деятельности // Современное право. 2006. №9.



заключенного между туроператором и турагентом. Турагент осуществляет продвижение и реализацию туристского продукта от имени и по поручению туроператора, а в случаях, предусмотренных договором, заключаемым между туроператором и турагентом, - от своего имени (ч. 6, ст. 9 Закона о туристской деятельности). Как видно из приведенной нормы, законодатель не конкретизирует вид договора, заключаемого между туроператором и турагентом. На практике применяются различные виды договоров, в том числе договор комиссии, поручения, договор коммерческой концессии (франчайзинга), агентский договор, договор возмездного оказания туристских услуг, договор купли-продажи туристского продукта, а также различные виды смешанных договоров, заключение которых допускается в соответствии с закрепленным п. 3 ст. 421 Гражданского кодекса Российской Федерации⁴ (далее - ГК РФ) принципом свободы договора.

Для правильной квалификации договора, заключаемого между туроператором и турагентом, рассмотрим особенности используемых в практической деятельности моделей правового регулирования отношений между указанными субъектами.

Начнем изучение вопроса об определении модели договора между туроператором и турагентом с рассмотрения договора возмездного оказания туристских услуг. В соответствии с п. 1 ст. 779 ГК РФ по договору возмездного оказания услуг исполнитель обязуется по заданию заказчика оказать услуги (совершить определенные действия или осуществить определенную деятельность), а заказчик обязуется оплатить эти услуги. На практике такие договоры активно предлагались туроператорами турагентам до недавнего времени⁵. На сайтах некоторых туроператоров были представлены рекомендации в отношении заключения таких договоров⁶. Следует отметить, что в данном случае стороны фактически заключают договор о реализации турпродукта (схожий с договором, заключаемым между туроператором и туристом), при этом туроператор выступает исполнителем, а

турагент - заказчиком. Зачастую в таких договорах указывается, что «турагент обязуется заключать с туристами от своего имени договор на предоставление (реализацию) туристских услуг, включающий полный перечень предоставляемых услуг»⁷. Иными словами, в договоре возмездного оказания услуг прописываются положения о дальнейших действиях заказчика (турагента) по использованию предоставленных ему услуг, что, по сути, не должно подпадать под регулирование заключенного договора. Туроператоры вынуждены достаточно подробно описывать и указывать все нюансы оказываемых туристских услуг турагентом с целью получения желаемого результата при реализации турпродукта турагентом конечному потребителю. С нашей точки зрения, такие положения не совсем уместны, ведь, по сути, турагент (исполнитель) получает возможность реализовывать турпродукт в дальнейшем по собственному усмотрению, не отчитываясь перед туроператором.

Еще одним недостатком такой модели договора является то, что он не подпадает под регулирование Закона о туристской деятельности. Заказчик (турагент) по договору возмездного оказания услуг на реализацию турпродукта с исполнителем (туроператором) не является турагентом по смыслу ст. 1 Закона о туристской деятельности, соответственно, не может заключать с туристом договор о реализации турпродукта, предусмотренный ч. 1 ст. 10 Закона о туристской деятельности, поскольку этот вид договора имеют право заключать только туроператоры и турагенты. «Формально дилер вообще не может реализовать приобретенный им у туроператора комплекс услуг как турпродукт. Следовательно, ему придется осуществлять реализацию туристу некоего комплекса туруслуг (не турпродукта)»⁸. В связи с этим, исполнитель (туроператор) уже не несет ответственности, предусмотренной ч. 5 ст. 9 Закона о туристской деятельности, а именно - перед туристом и (или) иным заказчиком за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта, заключенному турагентом как от имени туроператора, так и от своего имени. Представляется, что при помощи такой модели договора туроператоры пытаются переложить ответственность

⁴ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994г. № 51-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.

⁵ См.: Договор Общества с ограниченной ответственностью «TRAVELSYSTEM» <http://www.travelsystem.kz/info/agents/contracts/agent_dogovor_kg.doc> (последнее посещение - 20 октября 2013 г.)

⁶ Информационное письмо Туроператора ООО «Анекс Тур 2012г. <http://anextour.com/doc/dogovor_2012/Kakoy_dogovor_dlya_zaklyucheniya_s_Aneks_Tur_luchshe_vybrat.doc> (последнее посещение - 20 октября 2013 г.)

⁷ См.: Договор Общества с ограниченной ответственностью «TRAVELSYSTEM» <[http://www.travelsystem.kz/info/age\).nts/contracts/agent_dogovor_kg.doc](http://www.travelsystem.kz/info/age).nts/contracts/agent_dogovor_kg.doc)> (последнее посещение - 20 октября 2013 г.)

⁸ Михаль С. Договор туроператора с турагентом <http://yourvariant.ru/dogovor_turoperatora_s_t> (последнее посещение - 20 октября 2013 г.)



на турагентов, что может привести лишь к незащищенности туристов, так как они не смогут потребовать у туроператора компенсации своих убытков в случае ненадлежащего оказания услуг.

При заключении договора возмездного оказания услуг с туроператором (исполнителем) агент (заказчик) сталкивается с проблемой налогообложения. Чтобы не потерять право на применение упрощенной системы налогообложения, доходы турфирм не должны превышать установленного законодательством лимита. В случае если турагент действует на основании агентского договора, его доходом в целях налогообложения является только агентское вознаграждение, стоимость услуг, которые он реализует туристу, в налогооблагаемую базу не входят. Если же он заключает с туроператором договор возмездного оказания услуг и в дальнейшем реализует турпродукт потребителю, налогом будет облагаться полная стоимость услуг по соответствующему договору.

Как видно из приведенного анализа, при заключении договора возмездного оказания услуг между туроператором и турагентом обе стороны договора сталкиваются с определенными трудностями и проблемами. Следует отметить, что большинство туроператоров отказались от указанной модели договора, так как она не соответствует существующим законодательно установленным требованиям.

Помимо модели договора возмездного оказания услуг, сторонами заключаются договоры купли-продажи турпродуктов. Для турагентских отношений, выстроенных по данной модели, характерны те же риски, что и для модели договора возмездного оказания услуг. Тем не менее, на практике субъекты туристской деятельности нередко прибегают к использованию данного вида договора⁹. «Пробелы в ранее действовавшем законодательстве приводили к заключению договоров купли-продажи, по условиям которых туроператор обязывался передать в собственность, а турагент - принять и оплатить туристские продукты - права на туры (путешествия) или отдельные туристские услуги»¹⁰.

В соответствии со ст. 454 ГК РФ, по договору купли-продажи одна сторона (продавец) обязуется передать вещь (товар) в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять этот товар и оплатить за

него определенную денежную сумму. В договорах купли-продажи, заключенных между туроператором и турагентом, в разделе «Предмет договора» встречаются следующие формулировки: «Туроператор предоставляет Турагенту по его заявке путевки на санаторно-курортное лечение и отдых для реализации Клиентам от своего имени, по своим ценам, на условиях настоящего Договора»¹¹; «Туроператор передает в собственность, а Турагент принимает и оплачивает туристские продукты для их дальнейшей реализации (перепродажи)»¹². Такие указанные выше недостатки модели договора возмездного оказания услуг, как заключение договора за рамками Закона о туристской деятельности, налоговые риски турагента, а также попытки туроператоров переложить ответственность на турагентов, в равной мере относятся и к договору купли-продажи туристского продукта. Кроме того, вопрос о факте купли-продажи осложняется тем, что тур сам по себе не является товаром, а представляет собой комплекс услуг, соответственно, есть точка зрения, что говорить о купле-продаже тура не представляется возможным. О турпродукте как об услуге говорится в Законе о туристской деятельности: «Туристский продукт – комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта» (ст. 1 Закона о туристской деятельности). Для того чтобы согласиться или нет с данной точкой зрения, следует обратиться к понятию товара. Гражданский кодекс Российской Федерации не дает определения товара. В п.3. ст. 38 Налогового кодекса РФ¹³ товаром признается любое имущество, реализуемое либо предназначенное для реализации. В п. 9 ст. 2 Федерального закона «Об организованных торгах»¹⁴ товаром признаются не изъятые из оборота вещи (за исключением ценных бумаг, иностранной

¹¹ См.: Договор ООО «Рус Курорт» <http://www.ruskurort.ru/dogovor_kupli_prodagi_agenstv_rtf.> (последнее посещение – 20 октября 2013 г.)

¹² См.: Договор ООО «Мир путешествий - туризм и сервис» <www.mirtour.ru/4travelbureaus/conditions/kuplja_prodagada.doc> (последнее посещение – 20 октября 2013 г.)

¹³ Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31 июля 1998г. № 146-ФЗ // СЗ РФ. 1998. № 31. Ст. 3824.

¹⁴ Федеральный закон от 21 ноября 2011г. № 325-ФЗ «Об организованных торгах» // Официальный интернет-портал правовой информации <<http://www.pravo.gov.ru>>. 2011; Собрание законодательства РФ. 2011. № 48. ст. 6726.

⁹ См., например: Постановление Президиума ВАС РФ от 27 мая 2008 г. № 2797/08 по делу № А40-53871/06-45-402 // Вестник ВАС РФ. 2008. № 8.

¹⁰ Шабров Р. Правовой статус турагента // Корпоративный юрист. 2009. № 1.



валюты) определенного рода и качества, любого агрегатного состояния, допущенные к организованным торгам. Согласно п.1. ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции»¹⁵ товар – объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот. Исходя из приведенных норм законодательства, можно сделать вывод о том, что услуга как товар объясняется только в специальном законодательстве, рассчитанном на применение к строго определенным отношениям. Именно это формальное соответствие предмета договора нормам специального законодательства позволяет турагенту и туроператору прибегать к конструкции купли-продажи. Однако такого объяснения товара не содержится в законодательстве о туристской деятельности. Следовательно, мы не можем говорить о купле-продаже туристского продукта турагентом.

В последнее время широкое распространение получил договор коммерческой концессии (франчайзинга), заключаемый между мелкими турагентствами и крупными туроператорами. Все чаще туроператоры размещают на своих сайтах ссылки с предложениями присоединиться к франчайзинговой сети турагентств¹⁶ и заключить договор коммерческой концессии. По словам представителя одной из ведущих туроператорских компаний «1001 Тур», «в России франчайзинг в туристической отрасли широко развит - сегодня не менее половины турагентств являются членами той или иной франчайзинговой сети, работающей под брендом туроператора, или независимой, работающей со всеми туроператорами на рынке»¹⁷. Предметом данного договора является возмездная передача одной туристской фирмой (правообладателем) своих средств индивидуализации оказываемых услуг другой фирме – пользователю. Безусловно, использование данного вида договора имеет преимущества

как для туроператора, так и для турагента. Первый, «по существу, расширяет границы своего влияния не только без каких бы то ни было дополнительных затрат, но даже получает от этого прибыль (в виде платы от пользователя)¹⁸, последний, используя франшизу туроператора, получает преимущество, заключающееся в том, что он «выходит на рынок в форме хорошо известных и зарекомендовавших себя потребителям услугодателей, использующих соответствующую технологию и обеспечивающих высокое качество результатов своей деятельности»¹⁹. Тем не менее, предполагаем, что данный договор преследует иные цели, нежели договор, построенный по модели, закрепленной в Законе о туристской деятельности. Договор коммерческой концессии призван способствовать в продвижении и расширении услуг крупных туроператоров и созданию удобных условий для развития бизнеса мелких турагентств. В то же время, данный договор не преследует цели защиты туриста и максимально эффективной реализации турпродукта. Несмотря на то, что пользователи по договору коммерческой концессии обязаны обеспечивать соответствие качества оказываемых услуг качеству аналогичных услуг, оказываемых непосредственно правообладателем (ст. 1032 ГК РФ), зачастую пользователи (турагенты) фактически используют коммерческое обозначение лишь с целью продвижения собственных интересов и предлагают туристам услуги ненадлежащего качества. При этом потребители уже не обладают установленными законом возможностями для привлечения туроператоров к ответственности (ч.5. ст. 9 Закона о туристской деятельности). Субсидиарная ответственность пользователя и правообладателя, предусмотренная ст. 1034 ГК РФ, не может полностью удовлетворить интересы потребителя.

Другим недостатком использования модели договора франчайзинга туроператорами и турагентами являются усложненные правила его оформления, ведь помимо соблюдения требования о письменной форме данного договора, договор коммерческой концессии подлежит государственной регистрации в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности (п.2. ст. 1028 ГК РФ). Многие авторы отмечают, что «в России договор франчайзинга в качестве регулятора туристских отношений между туроператором

¹⁵ Федеральный закон от 26 июля 2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // Собрание законодательства РФ. 2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3434.

¹⁶ См.: Сайт ООО «РоссТур» < <http://ross-tur.ru/franchising/> > (последнее посещение – 20 октября 2013 г.); Сайт ООО «Региональный Туристический Консорциум «ГЛОБАЛ-ТРЕВЕЛ» <<http://www.global-travel.ru/1562>> (последнее посещение – 20 октября 2013 г.); Сайт ООО «Управляющая компания «Трэвел Маркет» <http://www.elitatravel.ru/agent/franchise/> (последнее посещение – 20 октября 2013г.)

¹⁷ Цит. по: Франчайзинг в туризме: перспективные горизонты// Пресс-центр БиБосс.ру. 2013 <<http://www.beboss.ru/franchise/articles/1760>> (последнее посещение – 20 октября 2013 г.)

¹⁸ Ткаченко О. В. Гражданско-правовое регулирование туристской деятельности в Российской Федерации: дисс. ... канд. юрид. наук. Астрахань, 2004. С. 124 – 125.

¹⁹ Писаревский Е. Л. Агентский договор и франчайзинг в туризме: понятие и основные особенности // Юрист. 1998. № 10. С. 39.



и турагентом встречается относительно нечасто»²⁰. Данное обстоятельство объясняется относительной новизной данной модели договора. В подтверждение этого выступает и судебная практика: судебные решения в отношении споров, касающихся франчайзинга в туризме, за редким исключением, отсутствуют.

Рассматривая вопрос о квалификации договора между туроператором и турагентом, нельзя не упомянуть о договоре комиссии. По договору комиссии, одна сторона (комиссионер) обязуется по поручению другой стороны (комитента) за вознаграждение совершить одну или несколько сделок от своего имени, но за счет комитента (п.1. ст. 990 ГК РФ). С одной стороны, данное определение соответствует конструкции договора о продвижении и реализации туристского продукта, предусмотренной Законом о туристском обслуживании. С другой стороны, некоторые положения договора комиссии неприменимы в рамках данного Закона. Прежде всего, это касается предмета договора. В силу того, что предметом договора комиссии является лишь заключение определенных сделок, можно сделать вывод о том, что, используя данную модель договора, туроператор не сможет поручить турагенту оказание комплекса услуг, включенного в определение продвижения турпродукта (ст. 1 Закона о туристской деятельности), а именно - услуг по рекламе, участию в специализированных выставках, организации туристских информационных центров и т.д. Считаем, что данный договор существенно сужает возможности туроператора и турагента. По мнению некоторых юристов, в случае если договором комиссии предусмотрено оказание каких-либо дополнительных услуг фактического характера собственными силами, то такой договор нужно понимать как смешанный договор²¹. Считаем, что данная позиция не является правильной. Безусловно, фактические действия не входят в предмет договора комиссии. Тем не менее, корректнее было бы квалифицировать такой договор, как договор агентирования, ведь именно для данного договора законодатель уже предусмотрел возможность осуществления как юридических, так и фактических действий. Более того, в случаях, если агент действует от собственного имени, к условиям такого агентского договора будут применяться положения о договоре комиссии (ст. 1011 ГК РФ).

Еще одной трудностью использования коммиссионного договора является тот факт, что турагент, действующий на основании договора комиссии, самостоятельно заключает договор с туристом и приобретает права и обязанности по нему от собственного имени. Иными словами, ответственность по договору с туристом будет возложена на турагента, что напрямую противоречит статье 10 Закона о туристской деятельности, предусматривающей, что претензии к качеству туристского продукта предъявляются туристом туроператору. Помимо этого следует также обратить внимание на то, что количество субкомиссионеров может быть неограниченным и осуществление контроля за их деятельностью туроператором затрудняется, т.к. турагент наделен правом заключать договоры субкомиссии с другими лицами²².

Законодательная неопределенность модели турагентского договора позволяет использовать в отношениях между туроператором и турагентом также другой посреднический договор - договор поручения. Под договором поручения в силу ст. 971 ГК РФ понимается соглашение, в силу которого одна сторона (поверенный) обязуется совершить от имени и за счет другой стороны (доверителя) определенные юридические действия, права и обязанности из которых возникают непосредственно у доверителя. Следует иметь в виду, что в настоящий момент такие договоры встречаются крайне редко, несмотря на то, что законодательно прямо закреплена возможность оформления турагентских отношений по модели договора поручения. Как правило, туроператоры наделяют полномочиями действовать от своего имени сетевые агентства, связанные с туроператорами либо договором франчайзинга, либо материнскими-дочерними отношениями. В научной среде идет обширная дискуссия относительно того, чтобы ограничить возможности турагента и законодательно закрепить лишь право агента на действия «от имени и за счет» туроператора. Следует указать, тем не менее, на возможные недостатки правового закрепления таких положений в законе, а, соответственно, и в самом использовании договора поручения в турагентской деятельности. В первую очередь, такое использование затрудняется необходимостью выдачи доверенности, что существенно увеличивает документооборот. Кроме того, туроператор не всегда может быть уверен в исполнении турагентом принятых обязательств, в то время как для оформления отношений по конструкции договора по-

²⁰ Батищев Е. А. Договоры в туристской деятельности // Черные дыры в российском законодательстве. 2011. № 1. С. 62.

²¹ См.: Беляева Н. Туроператоры и турагенты. Договор комиссии // Аудит и налогообложение. 2006. №2.

²² Светлова О.В. Смешанный договор на основе договора комиссии // Российский налоговый курьер. 2002. № 16. С. 62 – 65.



ручения необходима высокая степень доверия во взаимоотношениях²³. Более того, использование модели договора поручения не позволит турагентствам самостоятельно осуществлять и продвигать свою деятельность, осуществлять рекламу своих собственных услуг, ведь они по сути становятся лишь представителями туроператоров.

Другой особенностью договора поручения является возможность неуплаты вознаграждения поверенному в случае если это прямо предусмотрено договором, даже когда договор поручения связан с осуществлением обеими сторонами или одной из них предпринимательской деятельности. Так как туроператор и турагент всегда являются субъектами предпринимательской деятельности, уплата вознаграждения является обязательным условием в договоре между данными субъектами. Помимо сказанного, к договору поручения в полной мере относится недостаток, связанный с невозможностью осуществления по поручению Доверителя действий фактического характера, рассмотренный ранее.

До момента принятия части второй ГК 1996 г.²⁴ предлагались и иные модели договора, регулирующего отношения между туроператором и турагентом. В сфере международного туризма, в частности, предлагалось использовать так называемый договор аквизиции²⁵. В соответствии с данным договором, «комиссионер (направляющая туристическая фирма) обязуется по поручению другого лица (комитента – принимающей туристической фирмы) заключать для него от своего имени туристические договоры на поездки в страну комитента, а последний обязуется выплачивать комиссионеру обусловленное вознаграждение»²⁶. Следует отметить, что автор предлагаемой конструкции приходит к выводу о том, что данный договор является по сути договором комиссии, так как «предметом названного договора является действие по заключению туристской фирмой – комиссионером туристских договоров для бюро путешествий – комитента и за его счет, но от своего имени»²⁷. В то же время, в качестве отличительной черты договора аквизиции от

комиссионного договора, названо осуществление наряду с действиями юридического характера действий по информированию принимающей стороны, позволяющих последней принять необходимые меры для организации надлежащего обслуживания туристов²⁸. В связи с этим уточнением, можно сделать вывод о том, что договор аквизиции, предлагаемый Ивановым А.П., обладает чертами, схожими с агентским договором, закрепленным в действующем гражданском кодексе, в том случае если он сконструирован по модели договора комиссии.

В целом, следует отметить отсутствие необходимости выделения отдельного названия для указанного вида договора, так как он по сути подпадает под регулирование существующих норм. Более того, необходимо обратить внимание на неблагоприятность использования самого термина «договор аквизиции» применительно к туристским отношениям, так как в настоящий момент данный термин активно используется в других сферах, в частности, страховании, корпоративном праве. Добавление отдельного термина для характеристики договора между туроператором и турагентом, с нашей точки зрения, не будет способствовать его пониманию.

Подводя итог сказанному, хотелось бы выделить договор, активно используемый туроператорами и турагентами, и который представляется наиболее подходящей моделью регулирования турагентских отношений. Речь идет об агентском договоре, являющемся, пожалуй, самой популярной и востребованной моделью договора, заключаемого между туроператором и турагентом. Это объясняется множеством факторов, и, прежде всего, тем, что понятие агентского договора корреспондирует с понятием договора, заключение которого предписано туроператорам и турагентам Законом о туристской деятельности. Используя договор агентирования, турагент получает возможность действовать как от собственного имени, так и от имени туроператора, что значительно расширяет его возможности. При этом туроператор может поручить турагенту совершение как юридических, так и фактических действий, что не ограничивает турагента в оказании услуг по реализации и продвижению турпродукта. Кроме того, другим аргументом в пользу агентского договора является его длящийся характер. Данный признак договора оптимально подходит для сферы туризма, ведь зачастую туроператоры разрабатывают типовые агентские договоры для длительно-

²³ См.: Ткаченко О. В. Указ. соч. С. 108 – 109.

²⁴ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26 января 1996г. № 14-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1996. № 5. Ст. 410.

²⁵ Иванов А. П. Правовое регулирование международных туристических отношений: дисс. ... канд. юрид. наук. М., 1974. С. 112.

²⁶ Там же. С.112.

²⁷ Там же. С.112.

²⁸ См.: Иванов А. П. Указ. соч. С. 119.



го взаимодействия с турагентами. Агентский договор позволяет оптимизировать отношения сторон и выполняет функцию, которой, по нашему мнению, наделил его законодатель при выделении отдельного параграфа, посвященного агентированию в ГК РФ, а именно - упрощение взаимоотношений сторон. В поддержку заключения между туроператорами и турагентами агентских договоров выступает и судебная практика. Суды, квалифицируя договор, заключаемый между туроператором и турагентом, приходят к выводу, что он является агентским договором²⁹.

В связи с вышесказанным и во избежание неоднозначных трактовок норм законодательства о договоре, заключаемом между туроператором и турагентом, предлагается квали-

фицировать данный договор как агентский и изложить абзац 6 статьи 9 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в следующей редакции: «Продвижение и реализация туристского продукта турагентом осуществляется на основании агентского договора, заключаемого между туроператором и турагентом. Турагент осуществляет продвижение и реализацию туристского продукта от имени и по поручению туроператора, а в случаях, предусмотренных договором, заключаемым между туроператором и турагентом, - от своего имени». В связи с этим предлагаем также дополнить пункт 4 ст. 1005 ГК РФ указанием на сферы применения агентского договора, в частности, возможностью применения агентского договора в туристской деятельности.

Библиография

1. Батищев Е. А. Договоры в туристской деятельности // Черные дыры в российском законодательстве. 2011. № 1.-С. 58-63.
2. Беляева Н. Туроператоры и турагенты. Договор комиссии // Аудит и налогообложение. 2006. №2. – С. 17-23.
3. Иванов А. П. Правовое регулирование международных туристических отношений: дис. ... канд. юрид. наук. М., 1974.-142с.
4. Михаль С. Договор туроператора с турагентом (последнее посещение-20 октября 2013 г.).
5. Писаревский Е. Л. Агентский договор и франчайзинг в туризме: понятие и основные особенности // Юрист. 1998. № 10.-С. 37-39.
6. Светлова О.В. Смешанный договор на основе договора комиссии // Российский налоговый курьер. 2002. № 16. С. 62 – 65.
7. Сирик Н. В. Особенности договора агентирования в туристической деятельности // Современное право. 2006. №9.-С. 12-17.
8. Ткаченко О. В. Гражданско-правовое регулирование туристской деятельности в Российской Федерации: дисс. ... канд. юрид. наук. Астрахань, 2004. – 168с.
9. Франчайзинг в туризме: перспективные горизонты// Пресс-центр БиБосс.ру. 2013 (последнее посещение – 20 октября 2013г.).
10. Шабров Р. Правовой статус турагента// Корпоративный юрист. 2009. № 1. – С. 32-39.
11. Щенникова Л. В. Гражданско-правовое регулирование туризма в СССР // Советское государство и право. 1983. №8.-С. 126-130.

References

1. Batishchev E. A. Dogovory v turistskoi deyatel'nosti//Chernye dyry v rossiiskom zakonodatel'stve. 2011. № 1.-S. 58-63.
2. Belyaeva N. Turoperatory i turagenty. Dogovor komissii // Audit i nalogooblozhenie. 2006. №2. – S. 17-23.
3. Ivanov A. P. Pravovoe regulirovanie mezhdunarodnykh turisticheskikh otnoshenii: diss. ... kand. yurid. nauk. M., 1974.-142s.
4. Mikhal' S. Dogovor turoperatora s turagentom (poslednee poseshchenie-20 oktyabrya 2013 g.).
5. Pisarevskii E. L. Agentskii dogovor i franchaizing v turizme: ponyatie i osnovnye osobennosti // Yurist. 1998. № 10.-S. 37-39.
6. Svetlova O.V. Smeshannyy dogovor na osnove dogovora komissii // Rossiiskii nalogovyi kur'er. 2002. № 16. S. 62 – 65.

²⁹ См.: Постановление ФАС Северо-Западного округа от 1 августа 2005г. № А05-26155/04-26 // Документ опубликован не был. – СПС КонсультантПлюс: судебная практика.



7. Sirik N. V. Osobennosti dogovora agentirovaniya v turisticheskoi deyatel'nosti // Sovremennoe pravo. 2006. №9.-S. 12-17.
8. Tkachenko O. V. Grazhdansko-pravovoe regulirovanie turistskoi deyatel'nosti v Rossiiskoi Federatsii: diss. ... kand. yurid. nauk. Astrakhan', 2004. – 168s.
9. Franchaizing v turizme: perspektivnye gorizonty// Press-tsentr BiBoss.ru. 2013 (poslednee poseshchenie – 20 oktyabrya 2013g.).
10. Shabrov R. Pravovoi status turagenta// Korporativnyi yurist. 2009. № 1. – S. 32-39.
11. Shchennikova L. V. Grazhdansko-pravovoe regulirovanie turizma v SSSR // Sovetskoe gosudarstvo i pravo. 1983. №8.-S. 126-130.

Материал получен редакцией 22 октября 2013 г.