



Междисциплинарные науки

УДК 379.85

Э.В. Назаров

Назаров Эзиз Валерьевич, магистрант кафедры документоведения и проектной деятельности, Краснодарский государственный институт культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: nazarov.eziz@bk.ru

Научный руководитель: **Рюмшина Елена Владимировна**, к.п.н., доцент кафедры документоведения и проектной деятельности, Краснодарский государственный институт культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: Evra-70@yandex.ru

ДОГОВОРНЫЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ФАКТОР ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДОГОВОРОВ И КОНТРАКТОВ

В данной статье рассматриваются основные аспекты коммуникативных взаимоотношений между сотрудниками и клиентами организации, заключение договоров и контрактов как фактор положительной работы организации с ее клиентами.

Ключевые слова: договор, контракт, предприятие, организация, коммуникабельность, сотрудники, клиенты, фирма, доверие, туризм, документы.

E.V. Nazarov

Nazarov Eziz Valerievich, undergraduate of department of document science and design activity, Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: nazarov.eziz@bk.ru

Research supervisor: **Ryumshina Elena Vladimirovna**, candidate of pedagogical sciences, associate professor of document science and design activity, Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail:Evra-70@yandex.ru

CONTRACTUAL RELATIONS IN THE FIELD OF TOURISM AS ONE OF THE FUNDAMENTAL FACTORS IN THE CONCLUSION OF CONTRACTS AND CONTRACTS

In this article the main aspects of communicative relationship between employees and clients of the organization, signing of the contracts and contracts as a factor of positive work of the organization with her clients are considered.

Keywords: agreements, contract, company, organization, interpersonal skills, employees, customers, firm, confidence, tourism, documentation.

Туристическая система по своим основным характеристикам деятельности не сильно отличается от других форм организации предприятий, поэтому все существующие нормы договоров приемлемы и для работы туристического бизнеса.

Для начала обратимся к самим понятиям «договор» и «контракт». Договором называют сделку, к которой применяются все правовые нормы. Договор обычно заключается в письменной форме: составляется документ, в котором раскрываются содержание, детали сделки, и подписывается лицами, совершающими ее. Контрактом следует назвать договор или соглашение,

устанавливающее права и обязанности сторон, которые обусловлены определенными сроками.

В любом бизнесе основополагающим фактором и фундаментом являются взаимоотношения между партнерами, а также между организацией и клиентами. Для примера можно подобрать абсолютно любую компанию и сферу бизнеса, т. к. основываясь только на качестве предлагаемых услуг, организация не сможет существовать. «Продукт» нужно уметь преподнести правильно, чтобы он мог принести свои плоды в дальнейшую работу бизнеса. Каждый человек в жизни является потребителем, т. е. клиентом совершенно в разных сферах жизни, следовательно, нуждаясь в какой-либо услуге, предпочтение будет отдано более располагающей к себе организации. Поэтому основные коммуникативные навыки очень важны в работе персонала любого учреждения.

Следует обратить внимание на договоры в сфере туризма – это система документов и взаимных обязательств, вытекающих из основных договоров, заключенных между туристическими организациями.

В туристической системе бизнеса договоры заключаются не только с клиентами, но и с соответствующими организациями, такими как гостиницы, транспортные компании, авиакомпании, компании, обеспечивающие досуговую деятельность, рестораны и др. В данном случае условия ставят обе стороны, и от них также зависит профессиональный уровень услуг. Выполнение услуг, в свою очередь, зависит от людей (сотрудников), которые их предоставляют, т.е. человеческий фактор и психологические знания и умения являются основой успешной деятельности предприятия и положительных условий выполнения договоров и контрактов между предприятием и клиентами.

В туристическом бизнесе существует несколько видов договоров. Рассмотрим некоторые из них:

1. На этапе создания туристической организации: учредительный договор, бизнес-план, информационное и техническое обеспечение, договор аренды офиса, транспортных средств, техники и т.д.

2. Внутренние и внешние документы, отражающие взаимоотношения клиента и туристической фирмы. К такому роду отношений относятся документы, в которых описываются даты прилета и вылета, маршрут отдыха и экскурсий, гостиницы, особые условия и др.

3. Документы, отражающие взаимоотношения с зарубежными партнерами. В них в основном затрагивается тема измерения единицы цены, на которую устанавливается стоимость, т.е. определение системы скидок, форс-мажорные обстоятельства, определение уровня цены и т.д.

4. Договоры на страхование.

5. Договоры на предоставление услуг, а так же другие договоры.

Из этого следует, что почти вся сфера туристического бизнеса состоит из договоров и контрактов, т. е. как таковых взаимоотношений между организацией и клиентом. Самым главным является абсолютное выполнение всех пунктов договора. Тем самым образуется доверие между клиентом и предприятием

Из этого следует, что договор и контракт – особая форма доверительных взаимоотношений между клиентом и организацией. Профессиональность предприятия выражается в умении грамотно вести «бумажные» дела, т. е. в умении правильно составлять и собирать необходимые пакеты документов. Это отражает профессиональную работу организации и, при положительном результате, приносит положительные отзывы и характеристики по работе фирмы, создавая хорошую репутацию для организации.

Список используемой литературы:

1. *Бгатов, А. П.* Туристические формальности. – М.: Академия, 2011. – 368 с.
2. *Кириянов, Е. Н.* Правовые особенности договора на оказание гостиничных услуг // Юриспруденция. – 2010. – Т. 20. – №4. – С. 142– 146.
3. *Конев, И. П.* Современная концепция индустрии туризма. – Петрозаводск: ПетрГУ, 2013. – 67 с.
4. *Косолапов, А. Б.* Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КНОРУС, 2011. – 288 с.
5. *Кусков, А. С.* Основы туризма / А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. – М.: КНОРУС, 2011. – 380 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://librisum.com/turs/kussir02/htm>