

Туроператорът – комисионер или посредник?

Захари Торманов*, Златина Караджова**

Резюме: От позициите на българското право туроператорът е самостоятелен търговец, който изготвя туристически пакети и ги продава на основа на сключени договори за туристически пакети. Туроператорът консолидира на договорна основа услуги, предоставяни от други търговци, и ги предлага на пазара под формата на туристически пакети. С оглед на тази икономическа схема се поставя въпросът в какво качество действа туроператорът – като комисионер или като посредник, или в друго качество. Намирането на отговор на този въпрос се явява и целта на нашия доклад.

В доклада са разгледани обстойно същността на пътническите агенции, техните основни функции, както и допълнителните такива. Обоснована е тезата, че туроператорът не е комисионер на доставчиците, нито е посредник между тях и пътуващия/туриста за предоставянето на отделните туристически услуги, включени в пакета. Ние смятаме и се аргументираме в полза на издигнатата от нас теза, че туроператорът е основна страна по договора за туристически пакет и той се сключва за негова сметка.

В заключение можем да кажем, че договорът за туристически пакет е самостоя-

телен вид договор, към който могат да се прилагат общите правила за договорите.

Ключови гуми: туроператор, туристически пакет, функции, комисионер, посредник, договор.

JEL: L83.

Увод

Пътническите агенции, подобно на всички останали организационно-правни и икономически форми на един или друг вид човешка дейност, възникват като следствие на обективно обусловени потребности. Масовизирането на туризма и утвърждаването му като значимо обществено явление обуславят формирането на туристическия пазар като обособена част от стоковия. Затрудненията в реализацията на туристическия продукт и усложняването на пазарната обстановка на определен етап от развитието на туризма предизвикват потребность от стимулиране, улесняване и опростяване срещата между търсене и предлагане. Тази потребность има обективен характер и може да бъде задоволена само по организиран път при стриктно отчитане и съчетаване на икономическите интереси на различните участници в пазарните отношения. Така се стига до появата на специфични звена на туристическия пазар, които са в услуга както на предлагането, така и при подпомагане на търсенето в избора, организацията или покупката на туристическото пътуване (Нешков, 1996, с. 12-13).

Посредниците осъществяват връзката между производителите на основни и допълнителни туристически услуги и тех-

* Захари Торманов е доктор по Търговско и гражданско право, доцент в катедра „Частноправни науки“ към Юридическия факултет на УНСС.

** Златина Караджова е доктор по Икономика и управление в професионално направление „Туризм“, доцент в катедра „Маркетинг и туризъм“ към Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ – Бургас.

ните потенциални и реални потребители. Те са тези, които трансформират туристическите стоки и услуги във вид и форма, възбуждащи акт на покупка. Пътническата агенция е юридическо лице, обединяващо в един комплексен туристически продукт, чужди (изключение правят най-големите и съответно мощни туроператори, разполагащи със собствен авиопревоз и собствена материално-техническа база в дестинациите, в които работят), разнородни услуги от свое име, за своя сметка, на собствен риск и отговорност и функциониращо с цел реализиране на печалба.

По-конкретно, необходимостта от посредници в туризма най-общо е обусловена от териториалната откъснатост и отдалеченост на търсенето и предлагането в туризма. Милионите потребители не са в състояние да проучат всестранно условията и възможностите за пътуване, които се предлагат на много и различни места. Тук е необходимо наличието на звено, което да посредничи между туриста и първичните туристически предприятия и да създаде оптимални условия за среща на търсенето с предлагането. От друга страна, те изпълняват функцията по рекламиране на продуктите и услугите, произвеждани и предлагани от стопанските организации, опериращи в отрасъл „Туризмъ“. Трето: играят ролята на фасилитатори, защото потребителите често се нуждаят от професионална помощ при подготовка, организиране и самото осъществяване на туристическото пътуване.

Изложение

Основната функция на пътническата агенция е посредническата, тъй като те действат като посредници между първичното туристическо предлагане и туристическото търсене (Караджова, 2013, с. 13-14).

Организаторската (производствената) функция се изразява в създаване, оферирание и реализиране на туристически продукт, респективно туристически пакет.

Пътническата агенция има и редица специфични функции, по-важните от които са: търговска, пространствена, информационно-консултантска, маркетингова функции.

Реализацията на търговската функция се свежда до обединяване в своеобразен пакет на чужди услуги и продажбата му на потенциални и реални потребители. В днешни дни голяма част от мощните играчи на пазара на посредниците разполагат със собствена материално-техническа база за настаняване, изхранване и анимиране времето на туриста, включително авио- и автобусен превоз и продават собствен комплексен туристически продукт. По-малките от тях договарят контингенти стаи, база за изхранване на туристите, чартърен и автобусен превоз за извършване на трансфера.

Реализацията на пространствената функция се свежда до елиминиране на фактора „териториална отдалеченост“ между търсенето и предлагането. В наши дни разстоянията вече не са проблем, в същото време нараства свободното време, променят се социалните навици на хората, по отношение ползването на платения годишен отпуск, така че тук се явява необходимостта от посредник, който да свърже търсенето с предлагането във времето и пространството.

Информационно-консултантската функция се реализира чрез предоставяне на квалифицирани консултации както в етапа на търсене на туристическо пътуване, така и по време на самото му провеждане по формата на информационни срещи /info meetings/ или беседи, изнесени от професионален екскурзовод.

Приложението на маркетинговата функция на пътническата агенция се изразява в създаване на оптимални условия за среща на производители и потребители на туристически продукт, стимулиране на търсенето, в резултат на което се подобрява качеството и се разнообразява предлагането, рекламиране както на продукта на определен хотел или ресторант, нощен бар или атрак-

цион, така и на комплексния туристически продукт на съответна дестинация.

В зависимост от това дали пътническата агенция се представя от свое име и за своя сметка и работи на собствен риск и отговорност или се представя от чуждо име и работи срещу комисионно възнаграждение, дейността ѝ може да се раздели на две групи: организаторска (туроператорска) дейност и посредническа (агентска) дейност.

Организаторска (туроператорска) дейност – това е производствената функция на туроператора.

Комисионер ли е туроператорът?

Тук ще бъде дискутиран въпросът дали може да се приеме, че туроператорът е комисионер на доставчиците на различните туристически услуги, включени в пакета (Торманов, 2012, с. 36-40). Можем ли да приемем, че по силата на вече възникнали комисионни правоотношения с доставчиците, туроператорът предлага услугите от свое име, но за тяхна сметка? Според нас, тази теза, макар да има известни основания, не издържа при по-прецизен анализ.

Възможни са два погледа, да ги наречем „огледални”, върху взаимоотношенията между доставчиците на туристически услуги, туроператора и пътуващите (туристите). Единият вариант е да се приеме гореописаната теза, че отделните доставчици на туристически услуги са възложили на туроператора да сключва сделки с третите лица, чрез които да реализира предоставяния от тях туристически продукт. Вследствие на тези мандати (комисионни договори) туроператорът договаря с пътуващите от свое име, но за сметка на доставчиците. Икономическият интерес на туроператора е в получаването на комисионна за извършените сделки.

Другата теза е, че туроператорът формира свой собствен пакет от туристически услуги, които предоставя на пъту-

ващите срещу определена цена, а доставчиците на отделните туристически услуги са негови подизпълнители.

Икономически погледнато, и двете схеми водят до сходен резултат. В първия случай приходите на туроператора ще се формират от комисионите за сключените сделки с пътуващите, а във втория случай ще представляват разлика между цената на предлагания туристически пакет и цените за отделните туристически услуги, които туроператорът заплаща на доставчиците – негови подизпълнители. Няма пречка една и съща икономическа схема да бъде реализирана посредством използването на различни правни фигури, съответно различна комбинация от такива, стига да не се нарушава законът и неговия дух.

Какви изводи можем да направим при анализа на двете тези поотделно и при съпоставката им? Ако възприемем тезата, че туроператорът е комисионер на отделните доставчици, то това ще доведе от юридическа гледна точка до механично обединяване на различни правоотношения, по които страна е туроператорът.

Туристическият пакет, предлаган от туроператора, включва конкретна съвкупност от потребителни стойности, предназначени да задоволяват определен вид туристическо търсене. От гледна точка на характера на потребителните стойности, услугите и изделията, формиращи туристическия продукт, се класифицират в няколко групи: транспортни услуги, услуги за осигуряване на нощувка и кулинарна продукция в туристическия обект, услуги за организиране на развлеченията на туристите, комунално-битови услуги, производство на сувенири и групи стоки за потребление в туристическия обект (Ракджийска, 1991, с. 40). Разликата между туристически продукт и туристическа услуга се дължи главно на тяхната степен на готовност за непосредствена реализация на пазара от съответните

субекти под формата на единична или комплексна потребност.

Първичният туристически продукт включва една или повече услуги, които не са обект на стоков обмен – резервация, посрещане, настаняване, събуждане. Първичният му характер се дължи на относителната независимост и възможност да се предлага основно от отделна стопанска единица. Той се създава в експлоатационните предприятия (превозвачи, хотелиери, ресторантьори и др.) и има склонност да се комбинира с други продукти, както и сам да участва в качествено нов продукт.

Комплексният туристически продукт е резултат от подбор, съчетание и обединяване от страна на специализираното туристическо предприятие на няколко първични продукта на експлоатационните предприятия. Комплектуването им в туристическото обслужване осигурява икономия на време и гарантира самата услуга. За туристическото обслужване по-голямо значение има не предварително закупеният пакет услуги, а готовността на туристическия субект да произвежда нови продукти и да предлага разнообразни услуги, като осигурява на туристите възможност за свободен избор измежду общите и тези със специална насоченост.

От своя страна, туристическата услуга е обществено необходима дейност за задоволяване на материалните и духовните потребности на туриста. В своя обхват включва дейности, свързани с подготовката и провеждането на едно пътуване, с престоя на туристите в туристическото място и връщането им до мястото на постоянното им пребиваване. Туристическите услуги се консумират индивидуално и групово. Те влияят върху обема на свободното време на туристите и задоволяват по-различни техни потребности в сравнение с тези по местожиене.

Туристическият пакет е комплекс от взаимосвързани и зависими една от друга услуги. Именно тази тясна връзка между различните

услуги в пакета би се нарушила, ако възприемем тезата за туроператора като комисионер. Комисионерът, при изпълнение на поръчката, е силно зависим от волята на доверителя. Както при всеки мандат, така и при комисионния договор волята на доверителя е доминираща и определяща по отношение на изпълнението на поръчката и параметрите, при които това да стане, включително и относно оттегляне на поръчката. Комисионният договор, подобно на договора за поръчка, се сключва в интерес на доверителя и той ръководи изпълнението на поръчката, като дори може и да я оттегли. Следователно, в този случай реализирането на туристическия пакет ще е силно зависимо от едностранната воля на един или група доставчик. Волята на доставчик на една от услугите в пакета може да доведе до невъзможност за предоставяне (изпълнение) на пакета като цяло. Напротив, идеята на Директива (ЕС) 2015/2302 относно пакетните туристически пътувания и свързаните пътнически услуги (публикувана в ОВ, L 326, 11.12.2015 г.) е основна фигура при предоставянето на туристически пакети да е туроператорът, като съответно към него са адресирани завишените изисквания, които целят гарантиране на правата на пътуващите. Тази идея е реализирана и от нашия законодател в Закона за туризма, като Директивата е транспонирана със скорошното изменение на закона, обнародвано в ДВ, бр. 37 от 04.05.2018 г.

Комисионният договор освен това предполага в един момент прехвърляне на последиците от сделката с третото лице върху доверителя. Това може да стане след изпълнението на сделката, а може и да е в един по-ранен етап, в който се прехвърлят възникналите права и задължения от сделката, преди да се е реализирал крайният резултат, преследван от страните по нея. Тъй като доставчиците на отделните услуги реално ги предоставят на пътуващия, то е резонно да предположим, че отчетната сделка между доверителя (доставчика)

и комисионера (туроператора) се извършва преди реалното предоставяне на услугите на пътуващия. Тоест, по отчетната сделка се прехвърлят възникналите права и задължения от сделката с третото лице – пътуващ, а не крайният резултат. След като правата и задълженията са прехвърлени върху доверителя (гоставчика на услугата), то негова трябва да е и основната отговорност спрямо третото лице (пътуващ) при неизпълнение. Това обаче не е така и това невъзможно следва от разпоредбата в чл. 90, ал. 1 от ЗТ. Отговорността спрямо пътуващия се носи пряко от туроператора. И това е така независимо от това дали третото лице – пътуващ, е информирано кой е гоставчикът на съответната услуга и независимо от наличието на евентуално съгласие от негова страна за прехвърляне на задълженията по договора върху съответния гоставчик. В този смисъл е и т. 1 от член 13 на Директива (ЕС) 2015/2302, съгласно която гържавите-членки трябва да гарантират, че туроператорът (наричан в Директивата организатор) ще *„носи отговорност за изпълнението на пътническите услуги, включени в договора за пакетно туристическо пътуване, независимо дали те се извършват от него или от други доставчици на пътнически услуги“*. Това, разбира се, не ограничава правото на туроператора от своя страна да потърси регресна отговорност от съответния неизправен гоставчик.

Посредник ли е туроператорът?

В предходния текст се опитахме да обосновем позицията, че при предлагане на туристически пакет туроператорът не е комисионер на доставчиците на отделните туристически услуги, включени в пакета. Туроператорът не е и посредник между пътуващия и доставчиците на включените в пакета туристически услуги. Туроператорът е основна страна по договора за туристически пакет и той се сключва за негова сметка.

Нашият Закон за туризма обаче допуска едно и също лице да се регистрира и като туроператор (т.е. лице, което формира собствен туристически пакет) и като туристически агент. Туристическият агент не формира свой собствен туристически пакет, а посредничи при реализацията на чужди пакети, както и на отделни туристически услуги – транспорт, нощувки, други туристически услуги. Когато едно и също лице е и туроператор, и туристически агент, може да възникне въпросът дали то реализира собствен туристически пакет или посредничи за реализирането на чужд пакет или на отделни чужди туристически услуги.

Когато лицето реализира собствен туристически пакет, то договаря пряко с клиента от свое име и за своя сметка, като лично поема задълженията по договора и носи отговорност за изпълнението им. В този случай съответното лице не е нито посредник, нито пряк или косвен представител на друго лице. Когато обаче лицето действа като туристически агент, то посредничи за реализацията на чужд туристически продукт. Това може да бъде чужд туристически пакет или отделни туристически услуги, предоставяни от други лица. В този случай лицето извършва или посредническа дейност, която се състои във фактически действия по свързване на страните и подпомагането им при осъществяване на сделката (предоставяне на информация, организиране на преговори, подготовка и размяна на документи и съобщения и т.н.), или пряко или косвено представителство на друго лице, в изпълнение на договор за поръчка, комисионен договор или договор за търговско представителство.

Няма пречка лице, което едновременно е и туроператор, и туристически агент, да предлага отделни туристически услуги. Когато това се извършва от името на друго лице, то правата и задълженията възникват директно в правната сфера на представляваното лице. То носи отговорност за из-

пълнението на съответната туристическа услуга. Така, например, при продажба от туристическа агенция на самолетен билет, автобусен билет или билет за железопътен транспорт отговорността за реализацията на пътническия превоз ще се носи направо от превозвача. По същия начин задължението за настаняване възниква директно за хотелиера, ако туристическият агент е направил резервацията като негово упълномощено лице или при посредничеството на туристическия агент хотелиерът е потвърдил резервацията. Дори туристическият агент да предложи няколко туристически услуги на едно лице, това няма да е предлагане на туристически пакет – например продажба на самолетен билет и резервация на хотелска стая. В тези случаи ще е налице хипотезата на тъй наречените **свързани туристически услуги** съгласно дефиницията на §1, т. 68а от ЗТ, като всеки от доставчиците отговаря за изпълнението само на предоставената от него услуга. Туристическият агент обаче е задължен изрично да информира пътуващия за това, включително и че няма да се ползва от засилената потребителскоправна защита, присъща за туристическите пакети (чл. 82, ал. 4 от ЗТ).

Заклучение

Изводът от казаното по-горе е, че договорът за туристически пакет е самостоятелен вид договор. При липса на изрична правна уредба към него могат да се прилагат общите правила за договорите. Туроператорът не е нито комисионер, нито посредник между доставчиците на туристически услуги и пътуващите (туристите), а е основна страна по договора и носи юридическа отговорност за цялостното изпълнение на туристическия пакет.

Като по-общ проблем *de lege ferenda* заслужава да се обмисли дали нашият законодател да не уреди изрично договора за възмездна услуга, като тази уредба да има общ

характер спрямо предоставяните различни видове услуги, включително и туристически. В съвременното битие услугите заемат преобладаващ дял в търговския оборот. Някои видове услуги имат правна уредба (повече или по-малко подробна), като одиторски, адвокатски, проектантски, медицински, ветеринарни, образователни услуги, посредничество при намиране на работа и т.н. Въпрос за правна политика е да се реши дали е необходима обща уредба на договора за възмездно оказване на услуга и в какъв обхват да е тази уредба. Нашето мнение е, че такава обща уредба е необходима, тъй като многообразието от услуги в съвременния свят е голямо и трудно могат да се обхванат със специална уредба всички видове услуги (още повече, че секторът на услугите е най-динамично развиващият се и постоянно възникват нови услуги). От груга страна, уредбата на договора за изработка не може адекватно да покрие специфичната проблематика, възникваща при оказването на услуги. Разбира се, желателно е въвеждането на обща уредба на договора за възмездно оказване на услуга да се предхожда от задълбочена дискусия в научните среди и в правоприлагането.

Цитирани източници:

Директива (ЕС) 2015/2302, публикувана в ОВ, L 326, 11.12.2015 г.

(Direktiva (ES) 2015/2302, publikovana v OV, L 326, 11.12.2015 g.)

Закон за туризма, в сила от 26.03.2013 г. Обн. ДВ. бр. 30 от 26 март 2013 г.

(Zakon za turizma, v sila ot 26.03.2013 g. Obn. DV. br. 30 ot 26 mart 2013g.)

Караджова, Зл., 2013. Туроператорска, агентска и туристическа транспортна дейност, изд. „Университет „Проф. г-р Асен Златаров“, Бургас, с. 13-14.

(Karadzova, Zl., 2013. Turoperatorska, agentska i turistichecka transportna deynost,

izd. „Universitet „Prof. d-r Asen Zlatarov”,
Burgas, s. 13-14)

Нешков, М., 1996. Пътнически агенции и
пътнически транспорт, УИ на ИУ – Варна,
с. 12-13.

(Neshkov, M., 1996. Patnicheski agentsii i
patnicheski transport, UI na IU – Varna, s. 12-13)

Ракаджійска, Св., 1991. Туристически пазар

и реклама, ИК “Галактика” – Варна, с. 40.

(Rakadzhiyska, Sv., 1991. Turisticheski pazar i
reklama, IK “Galaktika” – Varna, s. 40)

Торманов, З., 2012. Договор за организирано
туристическо пътуване. С.: Сиби, с. 36-40.

(Tormanov, Z., 2012. Dogovor za organizirano
turisticheskoto putuvane. S.: Sibi, s. 36-40)