

## ПРАВОВАЯ ПРИРОДА ДОГОВОРА О РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

Сирик Н. В.,

заведующая кафедрой гражданского права и процесса  
Смоленский гуманитарный университет

Кусков А. С.,

председатель Нижневолжского отделения Международной туристской академии,  
главный редактор журнала «Вопросы туризмоведения»

В статье, используя различные точки зрения и правоприменительную практику, авторы анализируют правовую природу договора о реализации туристского продукта. Раскрывается сущность туристского продукта, формулируется определение туристских услуг, обосновывается необходимость изменения названия данного договора на «договор оказания туристских услуг», выявляются признаки данного договора.

**Ключевые слова:** договор о реализации туристского продукта, туристский продукт, туристская услуга, туроператор, турагент, турист, реализация туристского продукта.

### THE LEGAL NATURE OF THE CONTRACT OF SALE OF THE TOURIST

The article, using various points of view and law-enforcement practice, analyzes the legal nature of the contract on realization of a tourist product. The article reveals the essence of a tourist product, formulates the definition of tourist services, grounds the necessity of change of the name of this contract for «the contract of rendering tourist services», signs reveals the characteristics of this contract.

**Key words:** contract on realization of a tourist product, tourist product, tourist service, tour operator, tour agent, tourist, realization of a tourist product.

### Введение

Туристский бизнес — одна из наиболее сложных с точки зрения договорного регулирования отраслей экономики. Присутствие в отрасли множества хозяйствующих субъектов (туроператоров, турагентов, контрагентов), а также туристов как потребителей туристского продукта и отдельных услуг, предопределяет и разнообразие заключаемых договоров — возмездного оказания услуг, поручения, купли-продажи, комиссии, агентирования, поручения, коммерческой концессии, реализации турпродукта и т. д.

Для определения вида договора, регулирующего правоотношения туроператоров и/или турагентов и туристов, необходимо выявить правовую природу данного договора, так как от его квалификации будет зависеть, какие нормы применять к данным отношениям. Уяснение вида договора необходимо и для того, чтобы правильно определить стороны договора, его существенные условия, основания для одностороннего отказа от исполнения договора, последствия такого отказа, ответственность туристской организации за неисполнение условий договора.

Определение правовой природы договора, заключаемого между туроператорами и/или турагентами и туристами, а также его предмета предполагает исследование характера опосредуемых им экономических отношений. Такой договор является не только основным правовым средством достижения определенного результата, но и выступает гражданско-правовым инструментом охраны прав потребителей при осуществлении ими путешествия, что и обуславливает необходимость его дальнейшего детального изучения.

### 1. Степень разработанности проблемы

Теоретические вопросы и проблемы, связанные с определением правовой природы и сущности договоров возмездного оказания услуг, развивались и развиваются в работах Г. Ф. Шершеневича, А. Я. Кабалкина, А. Е. Шерстобитова, Л. В. Санниковой, М. И. Брагинского, В. В. Витрянского, О. А. Красавчикова, Д. И. Степанова, Е. А. Суханова, В. А. Хохлова, В. И. Сергеева, Е. Д. Шешенина, В. П. Грибанова, М. В. Кротова, Н. А. Барина, Ю. В. Романца, Л. Б. Ситдиковой, Ю. Х. Калмыкова, М. В. Кратенко, Е. Г. Шабловой.

Проблемы определения правовой природы договора о реализации турпродукта поднимают в своих работах Е. В. Ахтямова, А. Е. Толстова, Е. Л. Писаревский, Я. В. Вольвач, Е. А. Батищев, Т. Э. Погудина, Н. А. Ган, А. В. Стригулина, О. А. Рузакова, М. Р. Плиева, Д. П. Стригунова, Н. А. Внуков, И. Е. Отческий, М. В. Шаруева, С. Л. Соловьев, О. В. Ткаченко, В. Е. Егоров, Ю. В. Никонорова, Н. И. Волошин, О. Н. Викулова, Э. Г. Баразгова, Д. М. Кузнецова.

### 2. Подходы к пониманию сущности договора о реализации туристского продукта

В российском и зарубежном законодательстве, в практической деятельности используются различные определения договора, заключаемого между туроператорами (турагентами) и туристами. Так, Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [2] (далее — Закон об основах) квалифицирует данный договор как «договор реализации туристского продукта» (ст. 6), в Гражданском кодексе РФ [1] (далее — ГК РФ) (ст. 779) и Германском Гражданском уложении

(ст. 651) его называют договором на туристское обслуживание. В международной конвенции по контракту на путешествие (1970 г.) в тексте используется термин «контракт на путешествие». Закон Украины «О туризме» оперирует термином «договор на оказание туристских услуг» (ст. 18).

Среди ученых также нет единого подхода к пониманию сущности и правовой природы такого договора. Можно выделить две наиболее распространенные точки зрения на данную проблему. Одна из них совпадает с позицией разработчиков первоначальной редакции Закона об основах, действовавшей до 2007 г. Сторонники указанной позиции (В. И. Сергеев, А. А. Терещенко, В. С. Сенин) рассматривали турпродукт как товар или же как право (гарантии) на услуги, реально осуществляемые другими субъектами, не имеющими прямых договорных отношений с туристом, то есть квалифицировали данный договор как договор розничной купли-продажи.

Первоначально оказание услуг и выполнение работ регулировалось договором подряда. Такое положение было закреплено ст. 220 ГК РСФСР 1922 г., а затем в ГК РСФСР 1964 г. В типовой форме ТУР-1, утвержденной Минфином 16 июня 1994 г., использовалось понятие купли-продажи пакета услуг. Поэтому взаимоотношения туриста и лица, осуществляющего туристскую деятельность, строились как отношения заказчика и подрядчика.

В Постановлении Правительства от 12.12.1995 г. «О лицензировании международной туристской деятельности» устанавливалось, что между участниками рассматриваемых отношений должен быть заключен договор купли-продажи услуги. В частности, согласно п. 15 Постановления, оказание туристских услуг возможно только после заключения с клиентом договора (контракта) на куплю-продажу услуг.

С 1 марта 1996 г. вступила в действие ч. II ГК РФ. П. 2 ст. 779 ГК РФ прямо указывает в перечне возмездных услуг, которые регламентируются гл. 39 ГК РФ, на «услуги по туристскому обслуживанию». Однако Закон об основах отношения между туристом и лицами, осуществляющими туристскую деятельность, регулировал договором розничной купли-продажи (ст. 6), а предметом устанавливал право на тур, предназначенное для реализации туристу.

Действительно, ранее использовалась конструкция договора розничной купли-продажи туристских услуг, которая основывалась на том, что туроператоры и турагенты при заключении договора с туристом продавали не сами услуги, а лишь права на них, так как услуги производились, осуществлялись и предоставлялись контрагентами, не имеющими прямых гражданско-правовых отношений с туристами. Однако здесь не учитывается то, что в предложенной для рассмотрения ситуации имеет место широко распространенный случай возложения должником исполнения обязательства на третье лицо (ст. 313 ГК РФ) — в данном случае на контрагентов.

М. И. Брагинский и В. В. Витрянский указывают на то, что возможность использования такой конструкции применительно к договору услуг прямо вытекает из ст. 780 ГК РФ хотя бы в силу типичной для соответствующей конструкции расстановки участников: клиент был и остается кредитором, ту-

ристская фирма была и остается должником, а тот, кто будет непосредственно оказывать услуги, становится третьим лицом в обязательстве, связывающем указанного кредитора с должником [3, с. 120-121]. Следовательно, позицию сторонников договора розничной купли-продажи разделить очень сложно.

Большинство авторов (Е. А. Суханов, М. И. Брагинский, А. Ю. Кабалкин, Я. Е. Парций, Я. В. Вольвач, Е. Л. Писаревский, А. Е. Толстова и др.) придерживаются иной позиции, согласно которой правовой формой исследуемых отношений является договор возмездного оказания услуг. В частности, А. Ю. Кабалкин считает, что признание договора розничной купли-продажи в качестве основной правовой формы, регламентирующей предоставление услуг, не только не отвечает сущности последнего и самой туристской деятельности, но и фактически искажает соотношение названных категорий [8, с. 15]. Более того, применение конструкции «розничная купля-продажа» для туристских услуг прямо противоречит ст. 779 ГК РФ, которая предусматривает, что правила гл. 39, где она приведена, распространяются на указанные в этой статье услуги. При этом в ней прямо названы «услуги по туристическому обслуживанию».

Следуя данной позиции, можно говорить о том, что привлечение третьих лиц для предоставления туристских услуг никак не влияет на природу самого обязательства. Центральным элементом здесь служит то, что в силу ст. 403 ГК РФ должник несет ответственность за действия третьего лица перед кредитором. В данном случае имеется в виду ответственность турфирмы за действия любого, кто по ее поручению должен будет оказать услуги туристу, который приобрел соответствующее право.

На конструкцию договора обращает внимание и С. Л. Соловьев, указывая, что туристские услуги нередко оказываются не той стороной, которая заключила договор, а иной организацией, непосредственно предоставляющей услуги по проживанию, питанию, перевозке и т. д., то есть третьим лицом. Такая возможность закреплена в ст. 780 ГК РФ, где указывается, что исполнитель обязан оказать услуги лично, если иное не предусматривается договором возмездного оказания услуг [11, с. 13]. Мы солидарны с мнением автора, что между туристом и турфирмой должен заключаться именно договор возмездного оказания услуг, а не договор о реализации турпродукта.

Тем не менее, судебная практика не всегда однозначна по этому вопросу. Так, по делу М. Терлера Верховный Суд РФ указал в порядке надзора, что отношения между покупателем зарубежной путевки (тура) и туристской фирмой регулируются не по правилам купли-продажи, а по правилам договора возмездного оказания услуг [7]. Судебная коллегия по гражданским делам Свердловского областного суда в определении от 25.10.2005 г. по делу № 33-7436/2005 указала, что «туристские услуги не товар, и приравнивать куплю-продажу туристской путевки к условиям продажи конкретной вещи неправомерно. Правоотношения сторон в данном случае должны рассматриваться в контексте главы 39 ГК РФ «Возмездное оказание услуг» и раздела 3 Закона РФ «О защите прав потребителей» —

«Защита прав потребителей при выполнении работ и оказании услуг» [4].

Однако в Постановлении ФАС Московского округа от 25.05.2010 г. № А-А41/4923-10 суд указал, что согласно ст. 1 Закона об основах деятельности турагента предполагает реализацию особого товара — туристского продукта, приобретенного у другой организации. В свою очередь, турпродуктом является комплекс услуг по перевозке и размещению туристов. Причем природа туристского продукта такова, что он одновременно сочетает в себе свойства вещи и обязательства. Таким образом, по договору с туристами организация приобретала, а затем реализовывала туристам не имущественное право, а туристский продукт как особый вид товара, реализация которого признается объектом налогообложения (ст. 38 Налогового кодекса РФ (далее — НК РФ)).

Таким образом, для объяснения правовой природы договора необходимо уяснить направленность действий сторон данных правоотношений, а также определить правовую природу и сущность процесса реализации туристского продукта, составляющего предмет соответствующего договора.

### 3. Реализация туристского продукта с точки зрения права

В связи с рассматриваемой нами проблемой обратим внимание на стилистическую неопределенность, двойственный характер понятия «реализация туристского продукта». Реализацию в контексте договорных отношений следует понимать как процесс продажи турпродукта, который, как известно, локализован во времени и пространстве, а также конкретно определен по цели — заключению договора. Можно также говорить о реализации турпродукта и в случае исполнения входящих в него услуг как туроператорами и турагентами, так и третьими лицами. То есть реализация как факт заключения договора и реализации как факт исполнения его условий — процессуально разные стадии.

На наш взгляд, слово «реализация» предполагает продажу товаров, да и ГК РФ применительно к услугам использует другую формулировку — «оказание». Заметим, что в НК РФ содержится ст. 39, которая называется «Реализация товаров, работ или услуг» и устанавливает, что реализацией товаров, работ или услуг организацией или индивидуальным предпринимателем признается соответственно передача на возмездной основе (в том числе обмен товарами, работами или услугами) права собственности на товары, результатов выполненных работ одним лицом для другого лица, возмездное оказание услуг одним лицом другому лицу. Логика законодателя о применении терминологии НК РФ в данном случае непонятна. Представляется, что такой подход законодателя не является обоснованным.

Следовательно, введенные в 2007 г. поправки в Закон об основах не ликвидировали все имеющиеся проблемы. Так, на наш взгляд, из текста Закона об основах не совсем обоснованно было исключено понятие «тур», явно недостает понятий «туристская услуга», «договор оказания туристских услуг». Необходимо устранить стилистическую двойственность, содержащуюся в понятии «реализация турпродукта», заменить в отношении турпродукта

понятие «реализация» на понятие «оказание», отказать от последующего использования понятия «турпродукт» с переходом к использованию понятия «комплексная туристская услуга», перейти к использованию договоров оказания туристских услуг (или комплексной туристской услуги) вместо применяемого ныне договора о реализации туристского продукта.

### 4. Туристский продукт как комплекс туристских услуг

В связи с процессом реализации актуализируется проблема определения правовой природы и сущности туристского продукта, так как цель отношений, лежащих в основе договора между туристом и лицом, осуществляющим туристскую деятельность, заключается в оказании туристу комплекса услуг, позволяющих совершить туристскую поездку. Экономическое содержание названных отношений составляет обмен услуг на деньги. Следовательно, содержание обязательственного отношения составляют действия, направленные на оказание туристских услуг.

Несмотря на то, что закон определяет, что включается в туристский продукт, среди специалистов существуют различные точки зрения на категорию «туристского продукта». Сторонники первого подхода понимают турпродукт как товар или как право, предназначенное для реализации туристу. Сторонники второго подхода полагают, что турпродукт следует понимать как комплекс услуг и реализовывать его в соответствии с условиями договора возмездного оказания услуг. Сторонники третьего подхода расширительно трактуют турпродукт, включая в него не только услуги, но и работы, и туристские товары.

У подхода «турпродукт как товар (или право)» есть как достоинства, так и недостатки. К достоинствам можно отнести то, что такое понимание турпродукта, имея в своей основе преимущественно экономическую составляющую, несомненно, облегчает ведение налогового и бухгалтерского учета, способствует более эффективной защите прав туристов при возникновении конфликтных ситуаций, облегчает и делает более прозрачными (в силу конкретного и понятного «наполнения» турпродукта) все процессы, связанные с его проектированием, формированием и реализацией.

Однако у этого подхода есть и свои недостатки. Так, понимание турпродукта как объекта материального (имущественного) права, как права на тур, предназначенного для реализации туристу, делает возможными все вытекающие отсюда правовые последствия (п. 2 ст. 218 ГК РФ) — то есть турист, который приобрел турпродукт, может его перепродать, подарить, передать по наследству, обменять, сохранить. На деле же такие права либо противоречат самой сущности услуг, которые, как известно, нельзя накапливать, хранить и т. д., либо заведомо не могут быть реализованы (турпродукт на практике нельзя передать по наследству, обменять, перепродать).

В ГК РФ (п. 4 ст. 454) не отрицается возможность того, что имущественные права могут стать объектом купли-продажи. В частности, возможность

отчуждения некоторых вещных прав в отрыве от продажи соответствующей вещи вытекает из толкования п.п. 2 и 3 ст. 216 ГК РФ. Однако эту норму следует признать коллизионной в силу того, что возмездная уступка прав владения и пользования вещью на определенное время определяется как аренда вещей, что подтверждается ст. 606 ГК РФ.

Купля-продажа обязательственных прав сопряжена с еще большими сложностями, связанными с природой таких прав. Так, договоры в туристской сфере носят взаимный характер, из чего следует, что каждая из сторон имеет как права, так и обязанности, которые не могут существовать в отрыве друг от друга. Однако предметом договора могут быть только имущественные права, но не обязанности (ст. ст. 454-455 ГК РФ). Поэтому продать турпродукт как объект имущественного права можно только в том случае, если туроператор (турагент) уже исполнил все его обязательства перед исполнителями услуг (гостиницами, перевозчиком, предприятиям питания и т. д.).

М. И. Брагинский, А. Ю. Кабалкин, Е. Л. Писаревский, Ю. В. Никонорова, О. В. Ткаченко, Я. В. Вольвач и другие специалисты, не разделяя предыдущую точку зрения, считают, что турпродукт следует понимать только как комплекс туристских услуг, оказываемых туристской фирмой за определенную цену согласно договору. Основной формой договорных отношений, соответствующей данному пониманию турпродукта, является договор возмездного оказания услуг (что также не противоречит ст. 779 ГК РФ, которая к перечню таких договоров относит также и договоры на туристическое обслуживание).

Такое же понимание туристского продукта содержится и в ст. 1 Закона об основах, где он трактуется как 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. Из этого определения явно следует, что о турпродукте можно говорить при наличии двух основных услуг, предполагающих, что туриста надо перевезти в иное место и разместить для ночевки в любом пригодном для этого средстве размещения.

Е. Л. Писаревский, опровергая понимание турпродукта как товара, указывает на то, что «в соответствии с классификацией вещей (имущества), предусмотренной гл. 6 ГК РФ, турпродукт не подпадает ни под одну из перечисленных категорий. Не существует разногласий и относительно вида объектов гражданских прав, являющихся составляющей турпродукта, — услуг по перевозке, размещению, питанию и т. д. В связи с этим, если туроператор (турагент) по единой цене реализует услуги третьих лиц, объединенные им в комплексную услугу (турпродукт), то объект гражданского права от этого не меняется и не трансформируется в имущество. Совокупность действий, каждое из которых не направлено на появление материального результата, не может привести к созданию вещи» [10, с. 4-8].

В профессиональной, учебной и научной литературе можно встретить расширенное понимание турпродукта, в которое включаются не только

туристские услуги, но еще и туристские работы и товары. Такой точки зрения придерживаются А. Д. Чудновский, В. С. Сенин, М. Б. Биржаков и другие специалисты. Таким образом, турпродукт на рынке предстает в формах: комплекса туристских услуг (турпакета); отдельных туристских услуг; туристских товаров; туристских работ.

Такое расширенное толкование турпродукта представляется нам весьма дискуссионным в силу того, что туристские работы и товары, а также иные околотуристские услуги предоставляются потребителям зачастую в месте временного пребывания в ходе реализации тура. При этом ни туроператор, ни турагент никоим образом не связаны с такими работами и товарами, что также следует из существа договора о реализации турпродукта и агентского договора. Более того, если туроператор и турагент все же берут на себя такие обязательства, то они носят второстепенный характер, даже являясь при этом предметом соответствующих договоров.

На это указывает и Ю. В. Никонорова, полагая, что туристский продукт следует анализировать как экономическую и как юридическую категорию. По ее мнению туристский продукт представляет собой комплекс услуг, работ, товаров в смысле объекта правового регулирования, как экономическая категория. В то же время в объект правового отношения применительно к договору на туристское обслуживание входят те блага, по поводу которых заключен договор (отдельных видов услуг, работ, действий турфирмы по организации тура и управлению процессом реализации договорной конструкции) [9, с. 16].

Я. В. Вольвач, указывая нам на то, что «квалификация деятельности в качестве туристской происходит только через призму туристского продукта» [5, с. 7], вообще приходит к выводу, что «сформулированная в Законе об основах туристской деятельности категория туристского продукта как лексически, так и по содержанию не отвечает ни сути, ни правовой природе отношений по туристскому обслуживанию» [5, с. 31-32]. С указанной позицией сложно не согласиться хотя бы в силу анализа содержания и структуры турпродукта.

Солидаризируясь с автором, считаем, что данное понятие используется в отношении туристских услуг необоснованно, так как продукт по своей сути является объектом материального, вещного права и, соответственно, результатом выполнения определенной работы (а это регулируется уже договором подряда), тогда как туристские услуги (а именно они и составляют турпродукт) нематериальны и подпадают под действие норм гл. 39 ГК РФ, определяющих порядок возмездного оказания услуг, в том числе и туристских.

Термин «туристский продукт» должен быть заменен на более обоснованный термин «комплекс туристских услуг» (или же — у ряда авторов — комплексная туристская услуга). Это подтверждается тем, что:

- продукт по своему лексическому содержанию материализован и относится к объектам имущественного права, чего нельзя сказать об услугах;
- обязательства по оказанию туристских услуг определяются самим фактом оказания услуги, а не фактом реализации турпродукта;

– законодатели жестко ограничили перечень входящих в турпродукт услуг только двумя – перевозкой и размещением, чем поставили под сомнение существование и статус других услуг, а также любые возможности расширения турпродукта, за счет включения в него дополнительных услуг (питания, экскурсий);

– продукт предполагает возможность уступки или отчуждения определенных прав на него, что в практике реализации туристского продукта практически не встречается.

Чтобы определить, чем же является туристский продукт, комплексом туристских услуг, правом на него или комплексом услуг, работ и товаров, обратимся к ст. 128 ГК РФ, которая дает обширный перечень объектов гражданских прав, то есть того, на что направлены права и обязанности субъектов гражданских правоотношений. К ним относятся вещи, иное имущество, в том числе имущественные права; работы и услуги; результаты творческой деятельности, в том числе исключительные права на них; нематериальные блага. В соответствии с данной статьей услуги представляют собой отдельные объекты гражданских прав, отличные от имущественных прав и прав на результаты интеллектуальной деятельности.

Не вызывает сомнения и тот факт, что туристу предоставляются услуги по перевозке, перемещению, питанию и т. д., оказываемые соответствующими предприятиями туристской индустрии. Объединение организаторами туристского путешествия этих услуг в единую комплексную услугу и реализация ее туристу не могут изменить объект гражданских прав и трансформировать услуги в товар (имущественное право) или работу. Следовательно, туристский продукт правом быть не может, а является комплексом соответствующих услуг.

Закон об основах, как мы уже говорили, не дает определения туристских услуг. В связи с тем, что комплекс туристских услуг и есть сущность туристского продукта, реализуемого потребителю, считаем целесообразным ст. 1 Закона дополнить понятием туристских услуг и сформулировать их определение следующим образом: «Туристские услуги – действия или деятельность субъектов туристской индустрии, связанные с размещением, питанием, перевозкой, экскурсионными услугами, услугами гидов, переводчиков, в том числе формированием и продвижением туристского продукта, осуществляемые в различных целях».

Если обратиться к тексту ст. 779 ГК РФ, то предметом договора возмездного оказания услуг являются определенного рода действия или определенная деятельность услугодателя, то есть сама услуга. Следовательно, договор о реализации туристского продукта оформляет только одно обязательство, в силу которого исполнитель обязан предоставить туристу весь комплекс услуг по перевозке, размещению, питанию и т. д. От количества оказываемых услуг юридическая сущность обязательства не меняется.

В литературе справедливо указывается, что выбор формы правового регулирования конкрет-

ной разновидности обязательственных отношений зависит от вида услуги, формы выражения ее результата [6, с. 540]. Особенность обязательства возмездного оказания туристских услуг обуславливается их специфическими свойствами объекта гражданских правоотношений. Представляется, что оказание комплекса услуг, имеющих в своей основе единство и взаимосвязь, общность договорной цели – обеспечение потребителей качественными туристскими услугами при осуществлении путешествия, и есть отличительный признак обязательства по оказанию туристских услуг.

### Выводы

Таким образом, договор оказания туристских услуг – это соглашение, в силу которого одна сторона (лицо, осуществляющее туристскую деятельность) обязуется оказать другой стороне (туристу) комплексную туристскую услугу в соответствии с целями путешествия своими средствами или средствами третьих лиц, а другая сторона обязуется оплатить эти услуги.

Из приведенного определения вытекают его основные признаки:

1. Договор оказания туристских услуг является разновидностью договоров возмездного оказания услуг. Этот договор порождает обязательства по предоставлению организатором путешествия комплекса туристских услуг и обязанность туриста внести обусловленную договором плату.

2. Договор оказания туристских услуг является консенсуальным, что вытекает из самой природы туристских услуг. Оказанию услуг предшествует согласование между сторонами условий о виде туристских услуг, их качестве, о порядке и сроках предоставления, то есть момент заключения договора не совпадает с его исполнением.

3. Наличие взаимообусловленных субъективных прав и обязанностей у обеих сторон договора оказания туристских услуг позволяет характеризовать его как взаимный (синалагматический). Этот признак немаловажен при возложении ответственности на организатора путешествия за неисполнение им договорных обязательств.

4. Обе стороны принимают обязательства в целях получения встречного исполнения от контрагента. Таким образом, договор оказания туристских услуг носит возмездный характер.

5. Договор оказания туристских услуг является публичным договором. Туристская организация должна вступать в договорные отношения с любыми физическими и юридическими лицами, которые к ней обращаются, не вправе оказывать предпочтение одному лицу перед другим. Цена туристских услуг устанавливается одинаковой для всех потребителей, за исключением случаев, когда законом или иными правовыми актами допускается предоставление льгот для определенных категорий потребителей. Отказ туристской организации от заключения договора возможен только в том случае, если у нее отсутствуют возможности предоставить туристские услуги.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая. — М. : Эксмо, 2012. — 512 с.
2. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» № 132-ФЗ от 24.11.1996 г. (с изм. и доп. от 27.12.2009 г.) // Собрание законодательства РФ, 2009, № 26, ст. 3121.
3. Брагинский М. И. Договорное право. Книга 3. Договоры о выполнении работ и оказании услуг / М. И. Брагинский, В. В. Витрянский. — М. : Статут, 2004. — 325 с.
4. Бюллетень судебной практики по гражданским делам Свердловского областного суда (четвертый квартал 2005 г.) // СПС «КонсультантПлюс».
5. Вольвач Я. В. Туристские услуги как объект гражданских правоотношений : монография / Я. В. Вольвач. — М. : Норма; Инфра-М, 2012. — 128 с.
6. Гражданское право : учебник. Т. 2 / под ред. А. П. Сергеева, Ю. К. Толстого. — М. : Проспект, 2008. — 848 с.
7. Информация о деле // Обзорение: судебные новости, 2001. — № 1.
8. Кабалкин А. Ю. Договор возмездного оказания услуг / А. Ю. Кабалкин // Российская юстиция. — М., 1998. — № 3. — С. 14-15.
9. Никонорова Ю. В. Гражданско-правовое регулирование договора на туристическое обслуживание в Российской Федерации : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. / Ю. В. Никонорова. — М. : МУ МВД РФ, 2007. — 26 с.
10. Писаревский Е. Л. Еще раз о правовой природе договора на туристическое обслуживание / Е. Л. Писаревский // Юрист. — М., 2000. — № 8. — С. 4-8.
11. Соловьев С. Л. Договор возмездного оказания услуг в сфере туристического обслуживания : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. / С. Л. Соловьев. — М. : МУ МВД РФ, 2006. — С. 25.