

Ugovor o alotmanu

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 10 | Nivo: Visoka hotelijerska škola

Poslovni odnosi između hotelskih preduzeća i turističkih agencija mogu biti veoma raznovrsni. Oni se uobičajeno regulišu sa nekoliko vrsta ugovora o poslovanju. Jedan od njih je i ugovor o alotmanu.

Pojam ugovora

Ugovor o alotmanu je formalni, jer se za njegovu punovažnost predviđa pismena forma, dvostrano obavezni i teretni, jer obavezama jedne strane odgovaraju prava druge i obratno, i imenovani pravni posao. Sklapa se između hotelskih preduzeća i turističkih agencija. Prvi put je zakonski regulisan u Jugoslaviji 1978. godine izdanjem Zakona o obligacionim odnosima, članom 885. Takođe je standardizovan od strane Internacionalne asocijacije hotelijera (AIH) kao i Internacionalne asocijacije turističkih agencija (FUAAV). Može se smatrati izrazito specifičnim, jer se tiče samo poslovnih odnosa na turističkom tržištu.

Karakteristike ugovora

Ugovor o alotmanu je takav ugovor na osnovu koga se hotelsko preduzeće obavezuje da će u ugovorenom vremenskom razdoblju (obično u periodu od jedne godine ili jedne turističke sezone) deo svojih kapaciteta (soba, odnosno ležajeva) u određenom objektu staviti na raspolaganje turističkoj agenciji, da će pružiti ugostiteljske usluge licima koje uputi turistička agencija prema ugovorenoj ceni i uz ostale ugovorene uslove, kao i da će plaćati agenciji određenu proviziju. Sa druge strane, turistička agencija se obavezuje da će nastojati da popuni ponuđene kapacitete, odnosno da će blagovremeno obavestiti hotelsko preduzeće ukoliko nije u mogućnosti da ih popuni, i da će platiti cenu pruženih usluga ukoliko je koristila angažovane hotelske kapacitete.

Ovo je čest oblik saradnje između hotela i turističkih agencija. Predstavlja specifičnu vrstu dugoročne rezervacije. Sklapa se na period od jedne godine ili jedne turističke sezone. U cilju realizacije sopstvenih programa putovanja turističke agencije se obraćaju hotelijerima sa zahtevom da rezervišu određeni kapacitet smeštajnih jedinica za duži vremenski period. Iz istih razloga, odnosno u cilju osiguranja plasmana sopstvenih kapaciteta hotelijerska preduzeća se takođe obraćaju turističkim agencijama, predstavljajući svoju ponudu i cene, sa predlozima za saradnju i ugovaranje.

Hotelsko preduzeće, odnosno hotel, nikada ili veoma retko, daje u alotmanski zakup svoj celokupni kapacitet. Jedan deo kapaciteta uvek ostaje za neposrednu prodaju turistima (prilikom individualnih rezervacija). Ostali deo kapaciteta raspodeljuje, ugovorima o alotmanu ili nekim drugim ugovorima, na više turističkih agencija. Hotel tako posluje da bi se sačuvao od zavisnosti prema samo jednoj turističkoj agenciji.

Ugovor o alotmanu ili ugovor o angažovanju hotelskih kapaciteta je poseban ugovor nastao iz potrebe da se regulišu odnosi između turističke agencije i ugostitelja, kako bi se omogućila realizacija ugovora o organizovanju putovanja. Turističke agencije, kao organizatori putovanja, radi realizacije kompletnog putovanja zaključuju ovu vrstu ugovora kako bi omogućili turističke usluge za svoje klijente-putnike. Iz same definicije ugovora proizilazi obaveza ugostitelja da stavi turističkoj agenciji na raspolaganje određeni broj ležaja u određenom objektu, da pruži upućenim osobama ugostiteljske usluge, kao i da plati turističkoj agenciji proviziju. Na drugij strani turistička agencija nastoji da popuni određeni broj ležaja u već određenom ugostiteljskom objektu, odnosno da informiše ugostitelja da to nije u mogućnosti da učini, kao i da plati ugostitelju cenu za pružene ugostiteljske usluge ako koristi angažovanje kapaciteta.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com