

**Материалы региональной научно-практической конференции
«Проблемы и перспективы развития туризма в Чеченской Республике» /
Materials of the regional scientific and practical conference "Problems and
prospects of tourism development in the Chechen Republic»**

УДК 338.48

DOI: 10.34824/VKNIIRAN.2020.28.89.001

ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

© **Абубакаров Магомед Вахаевич**

Чеченский государственный педагогический университет, Российская Федерация,
г. Грозный, Факультет технологии и менеджмента в образовании, кафедра экономики и
управления в образовании, к. э. н., доцент, magomed.abubakarov2015@mail.ru

***Аннотация.** Работа любого туристского предприятия России, так же, как и во всем мире заключается, прежде всего, в удовлетворении потребностей клиента (туриста, экскурсанта), но основывается она на положениях Закона о туризме РФ, в рамках которого и должна производиться. В соответствии Закона от 13 июня 2001 года № 211-П О туристской деятельности в России (с изменениями и дополнениями по состоянию на 22.12.2016 г.) разделяется туристская отрасль на объекты и субъекты туристской деятельности.*

***Ключевые слова:** Закон, туризм, туристская деятельность, туристский бизнес, бронирование.*

PRINCIPLES OF TOURISM BUSINESS ORGANIZATION IN RUSSIA

© **Abubakarov Magomed Vakhaevich**

Chechen State Pedagogical University, Grozny, Russian Federation, Faculty of Technology and
Management in Education, Department of Economics and Management in Education, PhD in
Economics, Associate Professor, magomed.abubakarov2015@mail.ru

***Abstract.** The work of any tourist enterprise in Russia, as well as throughout the world, consists primarily in satisfying the needs of the client (tourist, sightseer), but it is based on the provisions of the Law on Tourism of the Russian Federation, within the framework of which it should be carried out. In accordance with the Law of June 13, 2001 No. 211-II On Tourism Activities in Russia (as amended on December 22, 2016), the tourism industry is divided into objects and subjects of tourist activity.*

***Key words:** Law, tourism, tourist activity, tourist business, booking.*

Работа любого туристского предприятия России, так же как и во всем мире заключается, прежде всего, в удовлетворении потребностей клиента (туриста, экскурсанта) и основывается она на положениях Закона о туризме РФ, в рамках которого и должна производиться. Так же немаловажным остается выбор типа налогообложения и знания налогового Кодекса России. Но для создания туристского бизнеса, в первую очередь, необходимо знать и понимать положения туризма.

Разделяется туристская отрасль на объекты и субъекты туристской деятельности [1]. Для открытия своего бизнеса необходимо выбрать направление дальнейшей коммерческой деятельности: Туроператор, Турагент и т.д., в зависимости от типа услуг, которые намеревается предлагать юридическое или физическое лицо. И по прежнему главной задачей туристского предприятия остается удовлетворение потребностей потребителя.

Что бы разобраться в «лабиринте туристкой индустрии» нам необходимо понимать, что представляет собой туристский продукт. Это услуга комплексная, турпродукт создается усилиями многих предприятий, казалось бы, независимых и различных по специализации и маркетинговым целям, но, тем не менее, является конечным результатом действий всех участников туристского рынка. Именно он должен удовлетворять потребности туриста.

Согласно законодательству, в республике турпродукт формируют туроператоры, вне зависимости от того выездной или въездной туризм необходим потребителю, – это турпакет, который может включать в себя, две, три или более туристские услуги. Услугами, могут быть и предоставленное проживание в гостинице, и оказание транспортных услуг до места назначения, и организация питания, и подбор экскурсий и турпоходов, и т.д. Однако на территории РФ туроператор не вправе оказывать такие услуги прямому потребителю выездного туризма – туристу – законодательство налагает обязательства на туроператора: «туроператор в сфере выездного туризма осуществляет продвижение и реализацию туристского продукта исключительно через турагентов» [1].

На 31 октября 2019 года в России официально было зарегистрировано в сфере выездного туризма свыше 200 туроператоров и 50 туроператоров – фрахтователей [2].

Под выездным туризмом понимается выезд за пределы РФ. Согласно законодательству, туроператоры-фрахтователи также обязаны осуществлять продажу выездного турпродукта исключительно через турагентства. В свою очередь, турагенты имеют обязательства перед туроператорами.

«Турагент продвигает и реализует туристам только туристский продукт, сформированный туроператором, созданным в соответствии с законодательством РФ» [1].

Трактуя закон, можно предположить, что турагент вправе реализовывать услуги и вне турпакета и турист вправе приобретать услуги по отдельности, исключая покупку турпродукта, например, заказав только проживание в гостинице. Турагент может оказывать практически любые услуги, кроме услуг по предоставлению туров и продаже билетов на воздушный транспорт, что делает туристский рынок более гибким и подстраиваемым под потребителя. Особенно это важно в эпоху развития интернет технологий и стремительного роста электронного бизнеса. Когда практически любую услугу в сфере туризма можно заказать, не выходя из дома, и оплатить любой сервис безналичным платежом. Здесь стоит отметить – уже в 2008 году IATA (Международная Ассоциация Воздушного Транспорта) полностью перевела выписку авиабилетов в электронную систему E-Ticketing, что упростило и ускорило организацию воздушных перевозок и привело индустрию туризма по всему миру к новым возможностям и перспективам. В России так же отмечается тенденция роста предоставления туристских услуг посредством интернет-технологий.

Однако, расширив возможности турагентств, логично предположить некое сужение возможностей туроператоров, которые вынуждены работать согласно законам только через турагентства. Это приводит к созданию дочерних компаний туроператоров – небольших турагентств, размещенных при туроператоре, который стремится сохранить или «удержать» потребителя, случайным образом «проходившего мимо» или, по незнанию закона, обратившегося непосредственно в офис компании-туроператора. С другой стороны, турагент так же ограничен законодательством в сфере выездного туризма – как правило, случаи покупки одной туруслуги редки и обычно сопровождаются дополнительными заказами от потребителя, например, организация трансфера или экскурсии, что автоматически приводит к нарушению закона, так как оформленные одновременно две туруслуги для одного лица – уже турпродукт. Однако преимущества есть как у турагентств,

так и у туроператоров. Это касается условий осуществления туристской деятельности на территории РФ.

Туроператор обязан иметь лицензию на ведение туроператорской деятельности, а турагенту достаточно приобрести полис ГПО (гражданско-правовой ответственности) и уведомить об этом соответствующий орган. Однако при этом турагент получает исключительно комиссионные от продаж турпакетов, и не может «заработать» больше чем, «даст» ему туроператор, а туроператор может составлять турпродукт и устанавливать цену исходя из конъюнктуры рынка. Но туроператору необходимо помимо лицензии также приобретать полис ГПО (в его случае он может стоить в разы дороже) и дополнительно предоставлять депозиты авиакомпаниям (если он планирует фрахтовать борт воздушного судна или его часть), как правило, все авиакомпании налагают депозит в качестве гарантий, тем более что такое требование предъявляет IATA (Международная Ассоциация Воздушного Транспорта). То есть, становится понятным – у туроператора больше возможностей для работы с зарубежными компаниями, но и обязательства немалые. Для совместной работы между туроператором и турагентом обязательно заключается договор.

Такое соглашение, или договор, смущают турагентства, так как турист видит – турпродукт сформирован другой компанией (в большей степени турист не знает сути организации тура и старается найти дешевле), и не всегда готов мириться с этим, думая, что, обратившись напрямую через туроператора, сможет сэкономить «комиссионные». Выше мы рассматривали возможные присутствия дочерних компаний туроператоров – мелкие турагентства, которые в своем роде, становятся конкурентами обычным туркомпаниям, работающим на агентских договорах.

Туроператорская деятельность в сфере религиозного туризма осуществляется в только по согласованию с уполномоченным органом.

Для работы гидов, гидов-переводчиков экскурсоводов, инструкторов туризма в республике предусмотрены другие требования.

Данная категория субъектов туристической России тоже имеет обязательства перед путешественниками: «При оказании экскурсионных услуг или услуг инструктора туризма не в составе туристского продукта лица, оказывающие услуги экскурсовода, гида (гида-переводчика), инструктора туризма, обязаны представить туристам сведения об особенностях путешествий, опасностях, с которыми они могут встретиться при совершении путешествий, а также принять предупредительные меры, направленные на обеспечение безопасности туристов, в том числе предоставить заинтересованным государственным

органам и семье туриста информацию о чрезвычайных происшествиях с туристами во время путешествий» [1].

Это положение можно применить и к туркомпаниям, которые предоставляют услуги не в составе турпродукта – каждому туристу нужно сообщить об особенностях путешествия, в письменном виде (памятка). Тем более закон предусматривает, что во время совершения путешествия, включая транзит, турист обязан соблюдать законодательство страны временного пребывания, сохранять окружающую среду, бережно относиться к памятникам природы, истории и культуры, соблюдать во время путешествия правила личной безопасности. Хотя туроператоры так же обязаны предоставлять исчерпывающую информацию о путешествии.

Все прочие обязанности туристов определяются законодательством страны посещения.

Законодательством допускаются филиалы и представительства лицам, осуществляющим турдеятельность, объединения туристов (граждан РФ) с целью защиты своих прав и содействию развития туризма, и в обязательном порядке требуется профессиональная подготовка и переподготовка кадров туркомпаний и других лиц в сфере специально лицензируемого образования.

Для улучшения туристского потенциала в целом законодательством России предусмотрены государственные органы, регулирующие общественные отношения в области туристской деятельности, а также разработан и внедрен Администратор системы прав гарантирования граждан в сфере выездного туризма. Данный администратор системы призван обеспечить создание мероприятий по защите прав граждан России, приобретающих турпродукт, в случае возникновения угрозы их безопасности, вреда здоровью или жизни в сфере выездного туризма. Например, максимально быструю доставку наших граждан в РФ, при возникновении форс-мажора за рубежом.

Таким образом, при использовании туристских ресурсов, введение льготных условий для организации туристской и экскурсионной работы среди детей, подростков, молодежи, инвалидов и малообеспеченных слоев населения, создание благоприятных условий для инвестирования туристской индустрии, поддержка и развитие внутреннего, выездного, социального и самодеятельного туризма, создание эффективной системы туристской деятельности для обеспечения потребностей внутреннего и международного туризма.

ЛИТЕРАТУРА

1. Электронный ресурс. - <http://xn--80a6aaf.xn--p1ai/>
2. Электронный ресурс. - <https://tours.tutu.ru/strana/rossiya/>
3. Электронный ресурс. - <https://tours.tutu.ru/strana/rossiya/>

REFERENCES

1. Electronic resource. - <http://xn--80a6aaf.xn--p1ai/>
2. Electronic resource. - <https://tours.tutu.ru/strana/rossiya/>
3. Electronic resource. - <https://tours.tutu.ru/strana/rossiya/>